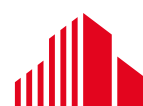




OPÉRATEURS, CLIENTS, PROPRIÉTAIRES : **LA RONDE DU COWORKING**

DÉCEMBRE 2018



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**



SOMMAIRE

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE [P.4]

CHIFFRES-CLÉS ET LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT DU COWORKING [P.6]

EVOLUTION ET DEMANDE PLACÉE [P.10]

LES LIEUX DU COWORKING [P.12]

LES ENTREPRISES DE COWORKING [P.16]

LES UTILISATEURS DES ESPACES DE COWORKING [P.36]

LES PROPRIÉTAIRES D'IMMEUBLES DE COWORKING [P.50]

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE



Le «coworking»

Le « coworking » est un terme que l'on entend aujourd'hui de manière récurrente et ce phénomène prend de plus en plus d'ampleur dans le monde de l'immobilier en France. Bon nombre d'études chiffrées

ont été réalisées sur le sujet, c'est pourquoi Cushman & Wakefield s'est davantage penché sur la question de la dynamique immobilière des entreprises de coworking, de leurs clients occupants et des propriétaires d'immeubles, en mettant en lumière leurs spécificités, leurs stratégies et leurs problématiques propres.

Notre analyse s'est donc structurée autour de trois axes principaux :

- les entreprises de coworking,
- les utilisateurs/clients de ces espaces,
- les propriétaires des immeubles loués à des coworkers.

Elle a été réalisée à partir d'un échantillon de 200 localisations d'entreprises de coworking créées ces cinq dernières années et localisées à la fin du 1^{er} semestre 2018 par Cushman & Wakefield. Cet échantillon a servi à calculer le parc francilien et la segmentation volumétrique notamment. Une soixantaine de transactions immobilières provenant de nos bases de données réalisées sur des surfaces de plus de 500 m² de janvier 2015 au 1^{er} semestre 2018 ont également permis

d'analyser, entre autres, les valeurs locatives, la nature des baux et des propriétaires.

Enfin, les tendances qui se profilent sur le marché du coworking ont été mises en lumière à l'aide d'une dizaine d'études sur le sujet, mais aussi des interviews de collaborateurs de Cushman & Wakefield qui travaillent sur le terrain et d'acteurs du coworking. Etant donné les nombreuses analyses chiffrées déjà existantes sur la toile, la démarche de cette étude est plus qualitative que quantitative, avec des angles d'approches différents sur des questions stratégiques, posées lors des remontées terrain.



LA DÉFINITION DU COWORKING

Coworking (aussi appelé « cotravail ») : ce terme possède de multiples définitions. Il désigne une organisation de travail regroupant des travailleurs indépendants, des salariés nomades et/ou des entreprises. Les types d'espaces d'un lieu de

coworking sont multiples; certains sont partagés, d'autres privés.

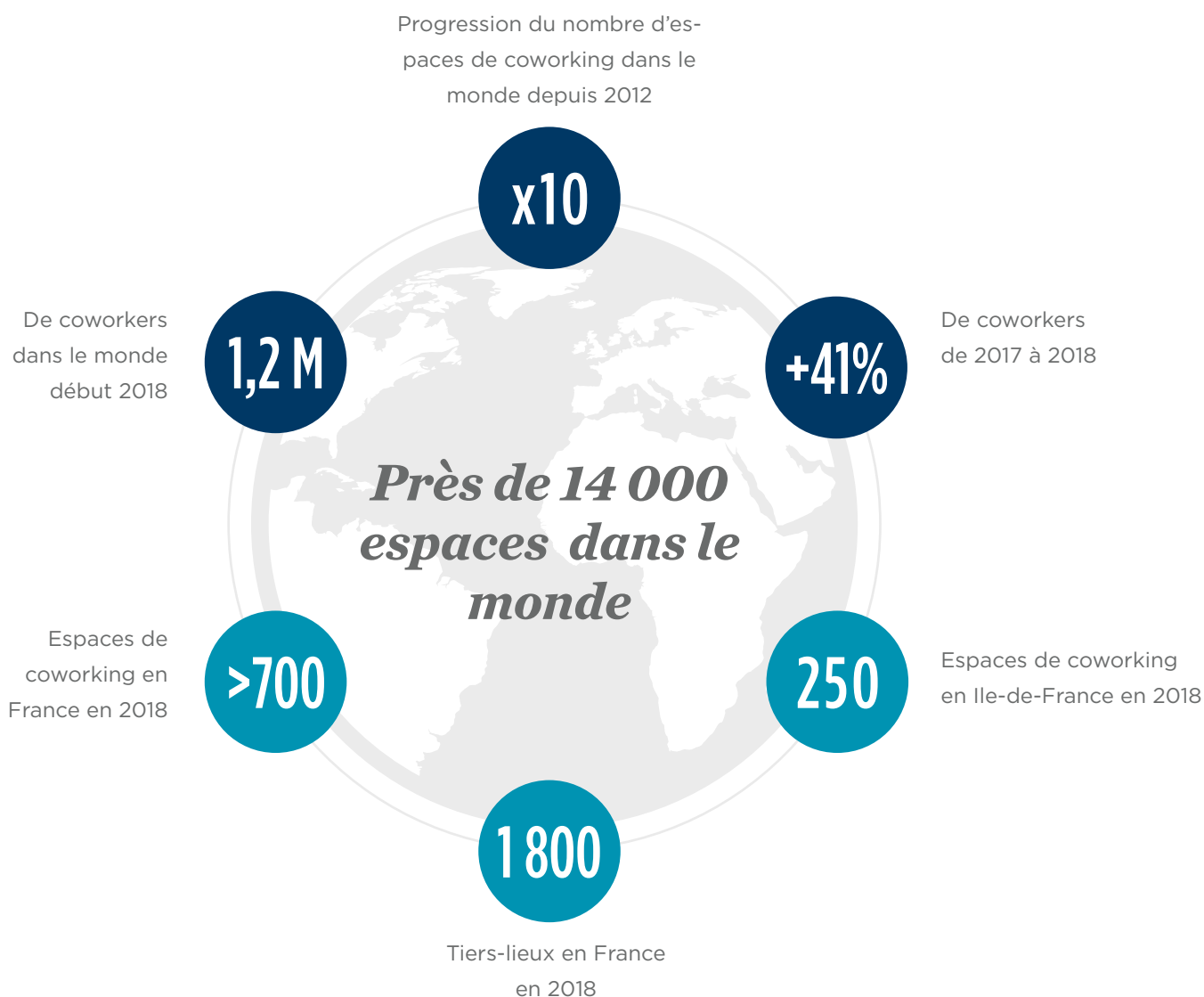
Les acteurs du coworking mettent généralement en avant les concepts de communauté, d'échanges, de collaboration et de services au sein de ses espaces.

CHIFFRES-CLÉS ET LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT DU COWORKING



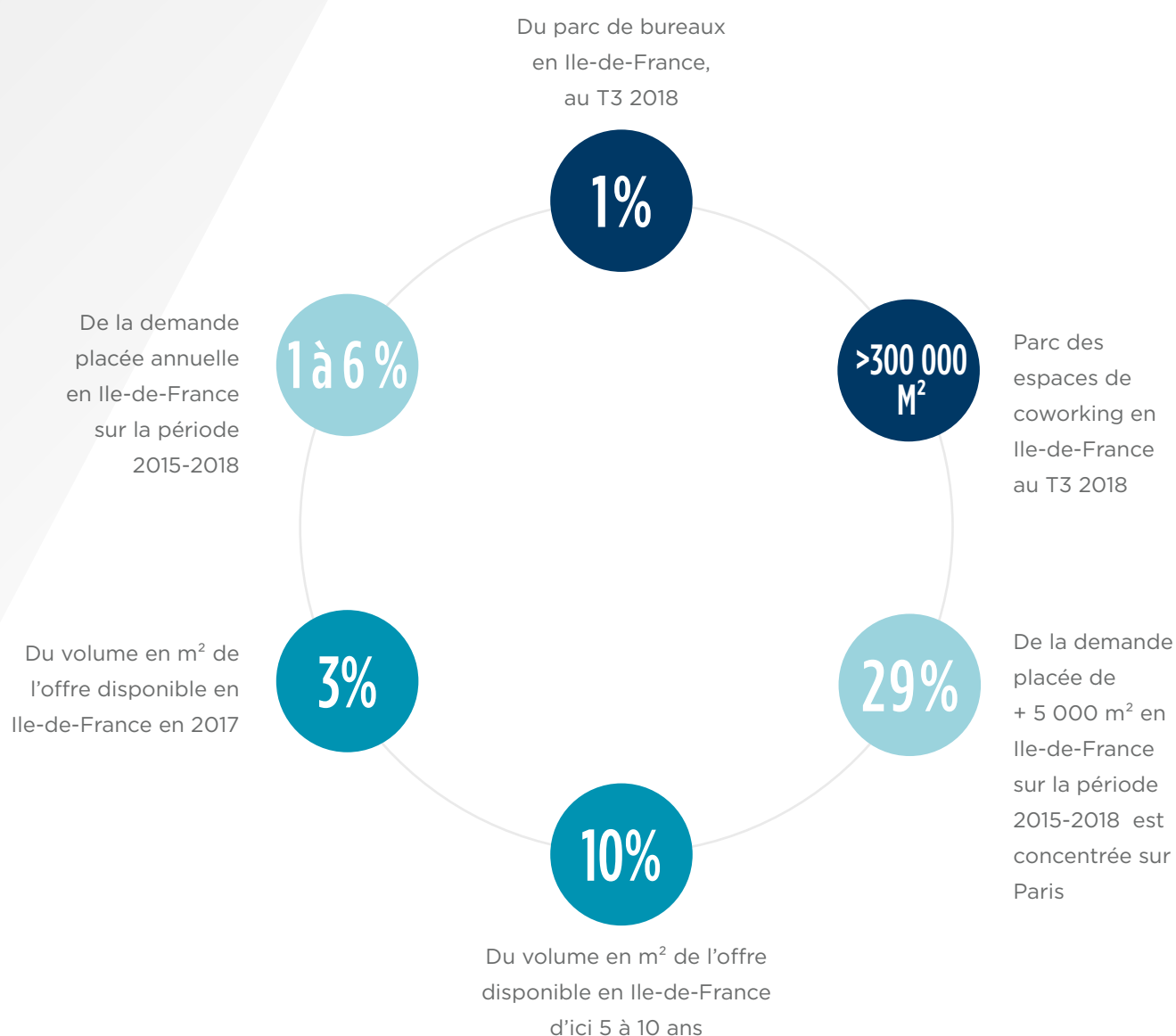
LES CHIFFRES-CLÉS DU COWORKING

Volumétrie générale



LES CHIFFRES-CLÉS DU COWORKING

Volumétrie immobilière



Source : Cushman & Wakefield

LES LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT DU COWORKING



La progression des
nouvelles technologies



L'émergence du
nomadisme, des nouveaux
modes de travail et de
management

*5 leviers de
transformation
essentiels qui
boostent le
développement du
coworking*



Le développement des
services du commerce,
de l'hôtellerie et de la
restauration dans le monde
de l'entreprise



La prise de conscience de
l'impact du bonheur et du
bien-être au travail sur la
productivité des salariés



L'essor de la GIG economy
et des travailleurs
indépendants

Source : Cushman & Wakefield

ÉVOLUTION ET DEMANDE PLACÉE





De plus en plus de transactions coworking

ACCÉLÉRATION EXPONENTIELLE DU RYTHME

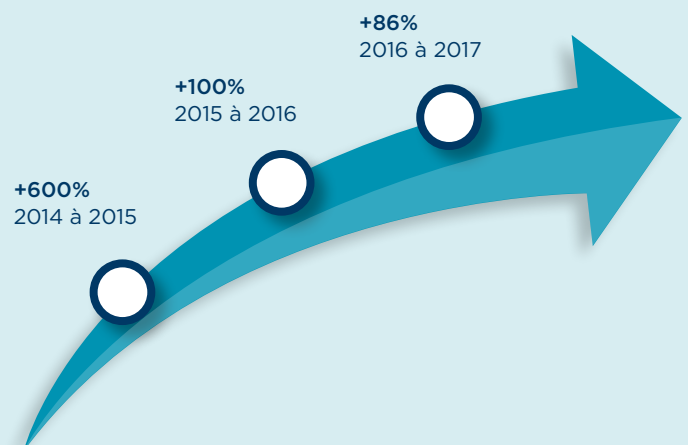
Le rythme des prises en occupation des entreprises de coworking de plus de 500 m² en Ile-de-France tient une forte cadence depuis près de 4 ans : les taux de croissance sont encore impressionnants (+86% de 2016 à 2017) alors même que le marché achève sa première phase de structuration.

Cette tendance haussière est essentiellement imputable à une augmentation remarquable du nombre de transactions (multipliée par 20 de 2014 à 2017); mais également à une hausse des commercialisations sur des surfaces de plus de 5 000 m², avec, entre autres, les signatures multiples des enseignes WEWORK, MORNING COWORKING et NEXTDOOR entre 2016 et mi-2018. Elles totalisent à elles trois plus de 50 000 m², avec une appétence marquée pour les surfaces de grand gabarit. WEWORK est, à l'heure actuelle, l'acteur le plus conséquent sur le marché : il totalise plus de 85 000 m² de prises à bail, soit près de 60% de la demande placée enregistrée sur la période 2015 à septembre 2018.

2018 SERA-T-ELLE AUSSI PROLIFIQUE QUE 2017 ?

L'année 2017 a été exceptionnelle en termes de nombre de transactions (près d'une trentaine) et de volume placé (plus de 100 000 m²). A l'heure actuelle, la demande placée des surfaces de plus de 500 m² enregistrée de janvier à septembre 2018 représente un peu plus de 50 000 m², mais l'année n'est pas terminée et de nouvelles transactions de grande ampleur devraient voir le jour au dernier trimestre. Parmi elles, notons de nouvelles implantations pour WEWORK, MORNING COWORKING, SPACES et DESKEO, ainsi que l'arrivée sur le marché francilien de l'enseigne belge de coworking haut de gamme WELKIN AND MERAKI.

TAUX DE CROISSANCE DE LA DEMANDE PLACÉE DES TRANSACTIONS DES ENTREPRISES DE COWORKING DE PLUS DE 500 M² SIGNÉES DE 2014 À 2017 EN ILE-DE-FRANCE, EN %



Source : Cushman & Wakefield

LES LIEUX DU COWORKING



PLACE AUX MÉTROPOLES

LES RÉGIONS DENSÉMENT PEUPLÉES ATTRACTIVES

Avec plus de 700 implantations en France, les entreprises de coworking privilégient en grande majorité les métropoles densément peuplées et foyers d'une forte activité tertiaire. Sans grande surprise, l'Île-de-France avec 11,5 millions d'habitants et 56 millions de m² de bureaux concentre, à elle seule, près de 30% des espaces de coworking en France. Les métropoles de Lyon et Bordeaux (avec près de 6 et 1 million d'habitants respectivement) concentrent, quant à elles, près de 10% des espaces de coworking.

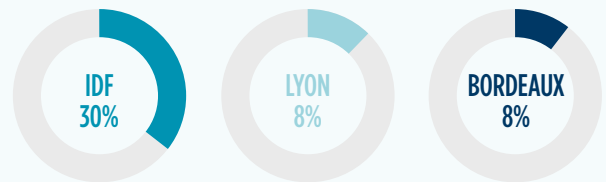
LES GRANDES VILLES, CENTRES NÉVRALGIQUES DU COWORKING

Les villes françaises attractives pour les entreprises de coworking présentent un fort dynamisme économique et sont un milieu favorable au développement de la vie urbaine concentrée en services multiples et variés. Elles sont également le foyer d'une population jeune et active, clientèle cœur de cible du coworking : plus de la moitié de leurs habitants sont dans la tranche d'âge active de 25 à 54 ans (source : INSEE).

Paris, Lyon, Bordeaux, Marseille et Nantes sont en tête du classement des villes les plus attractives pour les entreprises de coworking, ces dernières figurent également parmi les plus importants foyers de start-ups en France. Le taux d'activité de la population âgée de 25 à 54 ans y est également élevé à près de 100% à Paris et aux alentours de 90% en région.

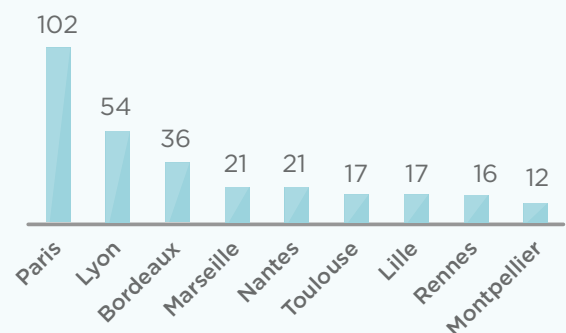
Enfin, les infrastructures de transports, notamment les gares TGV, sont également à prendre en compte dans le potentiel d'attractivité des métropoles au regard du développement des espaces de coworking.

TOP 3 DES RÉGIONS/MÉTROPOLES ATTRACTIVES POUR LES ENTREPRISES DE COWORKING EN FRANCE, AU 1^{ER} SEMESTRE 2018



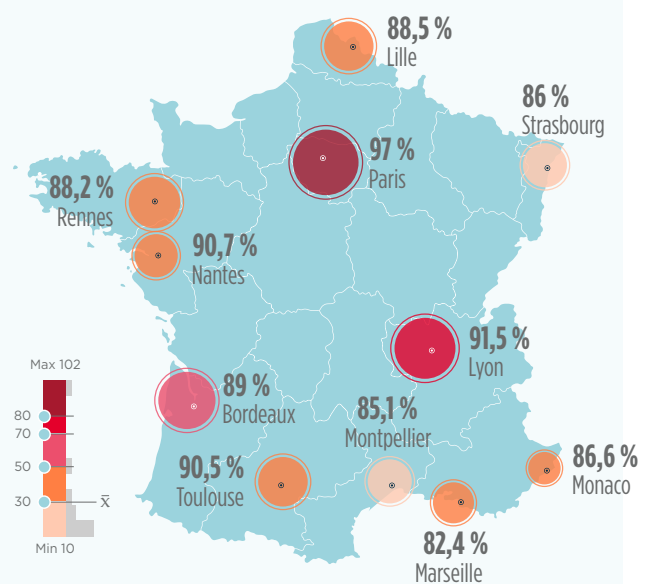
Source : Coworking-carte.fr

TOP DES VILLES ATTRACTIVES POUR LES ENTREPRISES DE COWORKING (COMMUNES LIMITOPHES COMPRISSES), EN TERMES DE NOMBRE D'IMPLANTATIONS, AU 1^{ER} SEMESTRE 2018



Source : Coworking-carte.fr

CARTE DES IMPLANTATIONS DE COWORKING (DÉGRADÉ DE COULEURS) VS IMPLANTATIONS DE START-UPS EN NOMBRE (TAILLE DES CERCLES), ET TAUX D'ACTIVITÉ DES 25-54 ANS PAR VILLES EN FRANCE



Sources : Insee - Trendeo - Coworking-carte.fr - Cushman & Wakefield

ILE-DE-FRANCE : THE PLACE TO BE

L'ILE-DE-FRANCE À LA LOUPE

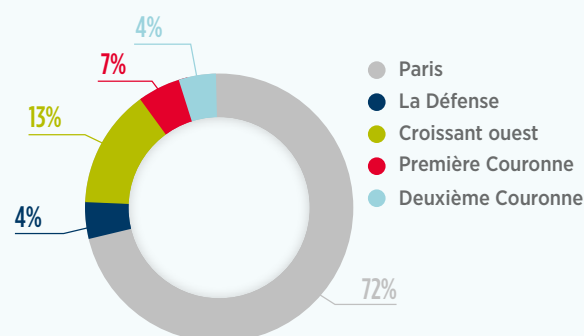
Paris intra-muros attire plus de la moitié des espaces de coworking d'Ile-de-France (72%), suivi de loin par La Défense (13%) et le Croissant Ouest (10%). Dans ce dernier secteur géographique, Neuilly-Levallois et les communes de Boulogne-Billancourt et Issy-les-Moulineaux en Boucle Sud se démarquent particulièrement.

PARIS QCA ET PARIS CENTRE-EST AU TOP

Trois secteurs parisiens concentrent le plus grand nombre d'espaces de coworking, dans l'ordre : Paris Quartier Central des Affaires, Paris Centre-Est (3^{ème}, 4^{ème}, 10^{ème} et 11^{ème} arrondissements) et Paris Ouest Hors QCA. Ce choix de localisation répond à plusieurs critères stratégiques des entreprises de coworking, à commencer par la recherche de lieux densément peuplés, centraux et concentrés en entreprises et en population active.

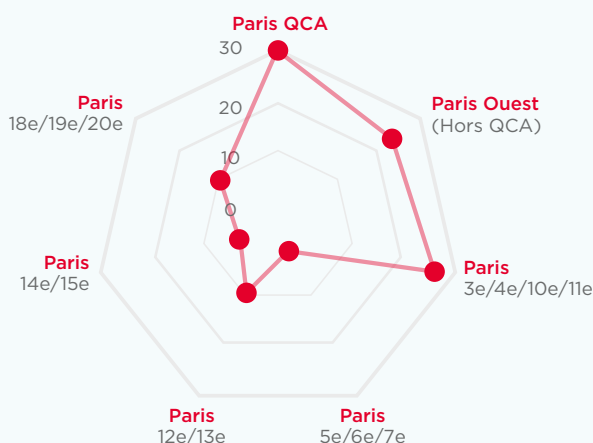
S'il n'est pas inhabituel que les secteurs QCA et Centre Ouest se retrouvent en tête des foyers économiques de la capitale et concentrent le plus grand nombre d'implantations d'entreprises quel que soit leur domaine d'activité, Paris Centre-Est semble au premier abord un choix de localisation plus atypique. En réalité, Paris Centre-Est, en particulier les 3^{ème} et 10^{ème} arrondissements, attirent presque autant d'entreprises de coworking que le QCA. Bien qu'en marge de ce dernier, le secteur reste central, les cafés, bars et commerces branchés y sont nombreux et attirent une clientèle jeune et active. La proximité avec les jeunes entreprises, start-ups et structures universitaires (exemple quartier République) est également à prendre en compte. Les loyers y sont aussi plus compétitifs avec un loyer moyen de 2^{nde} main positionné à 390 €/m²/an à Paris Centre-Est contre 550 €/m²/an dans le QCA (loyer moyen observé en 2017).

IMPLANTATION DES ESPACES DE COWORKING EN ILE-DE-FRANCE, EN NOMBRE DE 2014 À MI-2018



Source : Cushman & Wakefield

LOCALISATION DES ENTREPRISES DE COWORKING DANS PARIS INTRA-MUROS, EN NOMBRE (2014 - 2018)



Source : Cushman & Wakefield

L'activité jeune et dynamique de Paris Centre-Est, avec son emplacement central et ses lieux « branchés » est l'endroit idéal pour les implantations de tiers-lieux dans la Capitale.

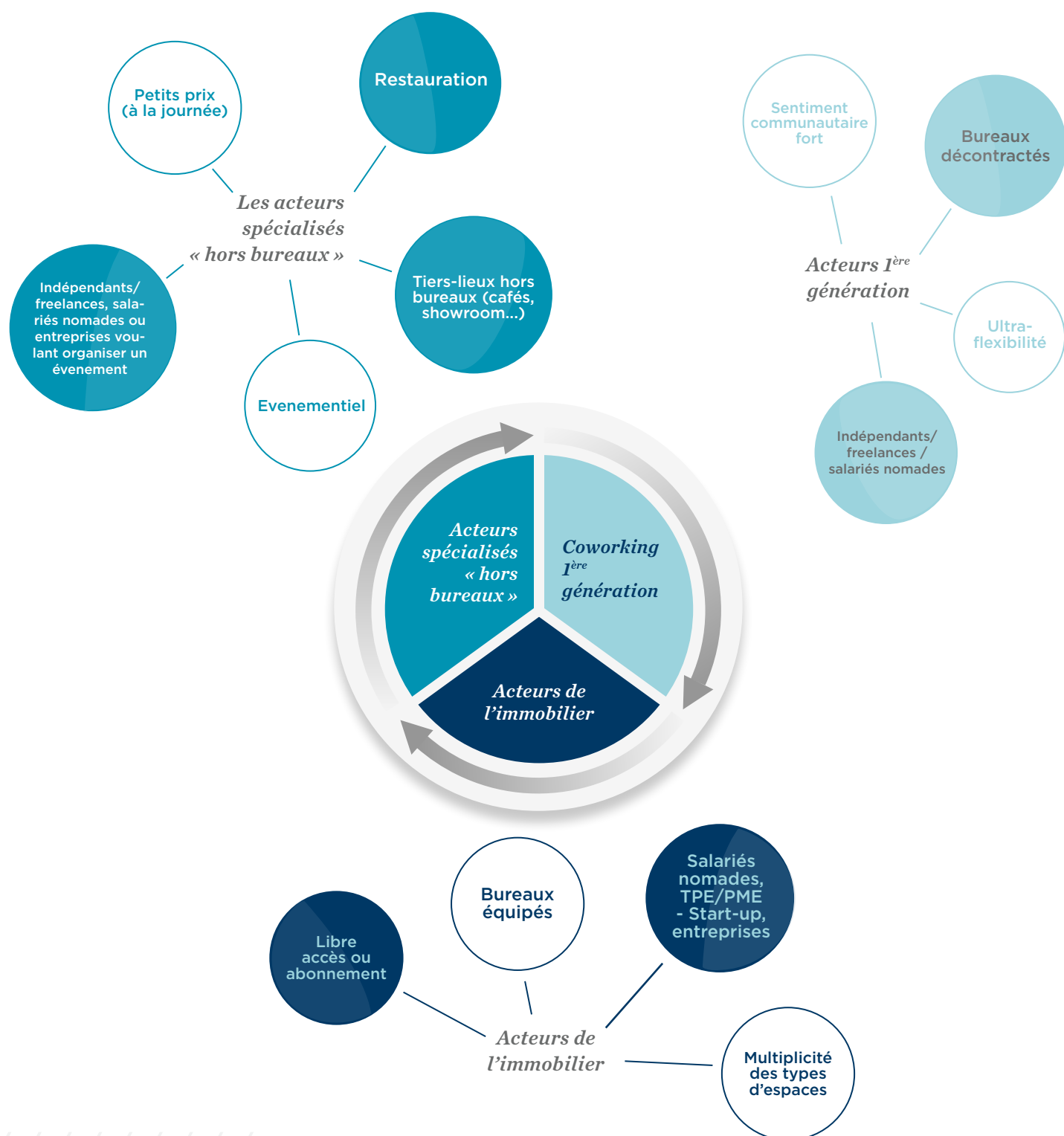


LES ENTREPRISES DE COWORKING



LES 3 TYPES D'ACTEURS

SUR LE MARCHÉ DU COWORKING



Source : ORIE - Coworking & immobilier de bureaux en ile-de-france, Juillet 2017.

LES ACTEURS SPÉCIALISÉS

“HORS BUREAUX”

DES SERVICES ET DE L'ÉVÈNEMENTIEL

Ces acteurs du coworking ont fondé leur principe business sur le travail nomade, avec l'idée que celui qui a un ordinateur peut travailler partout, y compris dans un café, une garderie, un hôtel ou un showroom. Leurs prestations sont centrées autour des services de restauration et/ou hôteliers auxquels s'ajoute la mise à disposition d'imprimantes/scanner, d'internet haut débit et parfois de matériel de bureaux et salles de réunion.

Certains comme ANTICAFÉ, NUAGE CAFÉ et MAMA WORKS, axent également leur business sur l'événementiel et mettent à disposition des salles de conférences et de réunions pour les particuliers et les entreprises.

D'autres, comme MERCURE avec sa marque « Easywork », ELEGENCIA avec « Business On Board » et OKKO HOTELS, mixent, quant à eux, le café d'hôtel et l'espace de travail, et se destinent à la clientèle nomade de passage.

Enfin, certains se démarquent par leur concept atypique, comme COWORKCRECHE qui propose aux coworkers de travailler à côté de leur enfant en bas âge dans une crèche spécialement aménagée, ou encore COHOME où les coworkers se rencontrent chez d'autres coworkers pour travailler, à la manière d'un AIRBNB du coworking.



ESPACES :

cafés, hôtels, garderie, showroom...



PRESTATIONS ET OFFRES :

restauration, espaces ouverts à disposition, accueil, réseau social, haut débit internet, privatisation des lieux pour événementiel, services de coursier, impression des documents



TARIFS MOYENS :

5€ /heure ; 20€ /jour ; 250€ /mois (abonnement nomade)



CLIENTS :

indépendants/freelances, salariés en déplacement d'affaires, télétravailleurs, entreprises souhaitant organiser un événement...

Source: Cushman & Wakefield

EXEMPLES D'ENTREPRISES



LES ACTEURS DE LA 1^{ÈRE} GÉNÉRATION

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE AU CŒUR DE LA QUESTION

Les premiers acteurs du coworking en France sont apparus un peu avant 2010. Issus des principes de l'économie numérique et collaborative, ils sont les descendants directs des entreprises de coworking telles qu'elles ont été définies en Californie dans les années 2000. Elles prônent une approche différente du travail et de la collaboration dans une ambiance communautaire qui mise sur la « décontraction » et la « bienveillance ». La création de lien social et de sentiment communautaire est au cœur de la communication de ces entreprises, qui utilisent ces principes comme levier de développement et argument principal d'attraction des clients/talents. Parmi les acteurs issus de cette première vague en France, LA CORDÉE et LA RUCHE se démarquent en termes de nombre d'implantations avec une dizaine d'espaces en Ile-de-France et en régions. D'autres, comme LA MUTINERIE ont fermé leurs portes parisiennes, faute d'avoir pu pérenniser leur business model face au phénomène d'industrialisation du coworking.

DES ESPACES DE RENCONTRES ET DES SERVICES À VALEUR AJOUTÉE

Les espaces ouverts et les salles de réunions sont la clé de voûte du coworking, notamment pour favoriser les échanges et le développement du réseau social et des idées créatrices par le biais de rencontres. La conception des espaces est similaire à celle des centres d'affaires mais la décoration y est plus atypique, aménagée et parfois thématique, donnant une impression de « comme à la maison ». Les services à valeur ajoutée proposés leur permettent de se démarquer. Parmi eux, boissons à volonté, connexion très haut débit, réseaux sociaux, conseils d'orientation, de soutien aux professionnels et d'autres animations centrées notamment sur la collaboration communautaire.

Les cœurs de cible de ces acteurs sont généralement les freelances/travailleurs indépendants, les auto-entrepreneurs et les salariés nomades. Certaines d'entre elles accueillent également des petites entreprises.



PRESTATIONS ET OFFRES :

domiciliation d'entreprise, offre nomade, abonnement, location/réservation de salle de réunion, centre de formation, accès aux autres espaces en France, privatisation des lieux pour événementiel, privatisation de bureaux



SERVICES :

conseils, accompagnement, thé/café à volonté, connexion très haut débit, repas, imprimantes/scanner/photocopieuse, réseaux social...



TARIFS MOYENS :

5€ /heure ; 20€ /jour ; 300€ /mois (abonnement nomade/mois accès H24)*

**Tarifs des entreprises non associatives.*



TYPES DE TARIFICATION :

horaire, abonnement jour ou mois, réservation ponctuelle



SOUS-GROUPES :

coworking solidaire, associatif, communautaire



CLIENTS CŒUR DE CIBLE :

indépendants/freelances, salariés en déplacement d'affaires, télétravailleurs, TPE/PME, start-ups

Source : Cushman & Wakefield

EXEMPLES D'ENTREPRISES OU ASSOCIATIONS



LES ACTEURS DE L'IMMOBILIER ^[1]

L'INDUSTRIE IMMOBILIÈRE À L'ASSAUT DU COWORKING

Peu à peu les acteurs de l'industrie immobilière se sont emparés du concept du coworking pour l'intégrer à leur offre, et proposer une gamme plus large de services immobiliers à leur clients. Parmi eux, on peut distinguer trois sous-catégories principales :

- **Les « pure players »** (KWERK, WEWORK, STARTWAY...) dont le cœur de métier est le coworking. Elles sont récentes, pour la plupart créées dans les années 2010 et certaines comme WEWORK sont issues du milieu de la « proptech ».
- **Les spécialistes des centres d'affaires** (MULTIBURO avec Le Spot, REGUS avec Spaces, BAP avec Morning Coworking...) qui développent leur branche « coworking » ou rachète un « pure player » (REGUS et SPACES en 2014) pour étendre leur offre et pallier à la concurrence. Les espaces proposés peuvent également être « hybrides », entre le centre d'affaires et l'espace de coworking.
- **Les filiales de grands groupes immobiliers** comme NEXTDOOR, appartenant au groupe BOUYGUES IMMOBILIER et ACCORHOTELS.
- **Les foncières** (GECINA, NEXITY, ICADE...), qui surfent sur la vague du coworking pour créer leur propre branche dédiée.



PRESTATIONS ET OFFRES :

bureaux dédiés et ou personnalisés (entreprises), espaces ouverts, salles de réunions, bureaux individuels/privatifs, privatisation des lieux pour événement, accès aux autres espaces de la même marque en France et à l'international



SERVICES :

accueil, animation, conciergerie, traiteur..., imprimantes/scanner/photocopieuse, espaces sportifs, coaching, formations, réseau social, douches et salles de repos...



TARIFS MIN/MAX :

200 à +400 € par personne (abonnement nomade/mois accès H24), 400 à 1100 € par poste de travail par mois (bureaux privatifs), de 50 à 1000 € par jour (salles de réunions ou de réception)



TYPES DE TARIFICATION :

horaire, abonnement jour ou mois, réservation ponctuelle ; en majorité sur abonnement



SOUS-GROUPES ET ÉVOLUTION :

espaces hybrides, espaces de « proworking »



CLIENTS :

indépendants/freelances, salariés en déplacement d'affaires, télétravailleurs, start-ups, TPE/PME, moyennes et grandes entreprises

Source : Cushman & Wakefield

EXEMPLES D'ENTREPRISES



LES ACTEURS DE L'IMMOBILIER [2]

UN PANEL ÉLARGI DE CLIENTS

Ces nouveaux espaces de coworking s'ouvrent à une clientèle plus large que les acteurs de la première génération et s'adressent à la fois aux particuliers (freelances, auto-entrepreneurs, salariés nomades), mais également aux entreprises de toutes tailles, allant des TPE/PME, Start-ups, aux moyennes et grandes entreprises.

Le nombre de demandes des grandes entreprises devrait progresser d'ici 2020. Cette nouvelle clientèle plus stable devrait assurer une meilleure sécurité aux acteurs du coworking en minimisant les risques liés au faible engagement des petites et jeunes entreprises.

« DESIGN » ET MULTIPLICITÉ DES ESPACES DE TRAVAIL

Les espaces de bureaux et de loisirs proposés par ces acteurs se caractérisent majoritairement par leur aspect plus « design », avec du mobilier adapté au monde professionnel comme des bureaux équipés et modulables spécialement conçus pour le monde de l'entreprise.

Leur atmosphère diffère des espaces plus « bohèmes » des acteurs de la première génération du coworking. Ils se caractérisent également par une diversification des types d'espaces proposés : aux traditionnels espaces ouverts et aux salles de réunion/débriefing, s'ajoutent des espaces de bureaux dédiés aux entreprises, mais aussi, et paradoxalement compte-tenu des principes du coworking, des salles privatives, bulles d'isolement pour les nomades en quête de tranquillité.

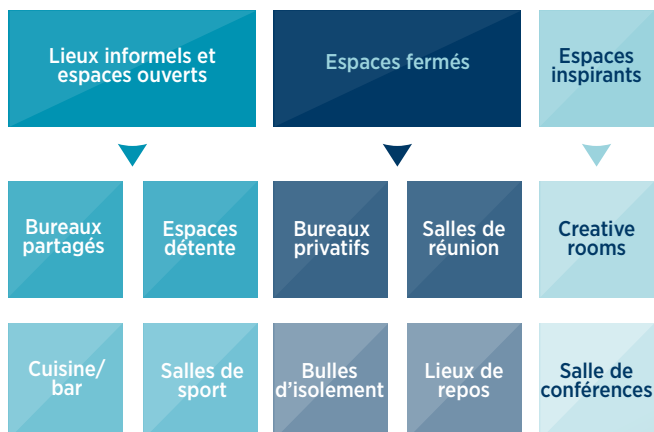
L'objectif de ces choix est notamment d'apporter d'une part, une offre différenciante par rapport aux acteurs de la première génération et, d'autre part d'attirer les entreprises traditionnelles, qui ont des exigences particulières en matière d'espaces, de mobilier et d'accueil clients.

DEMANDES D'ESPACES FLEXIBLES PAR TYPES DE CLIENTS (COMPARAISON 2015-2017 VS 2018-2020)



Source : « Coworking 2018 » Cushman & Wakefield Research & Insight UK

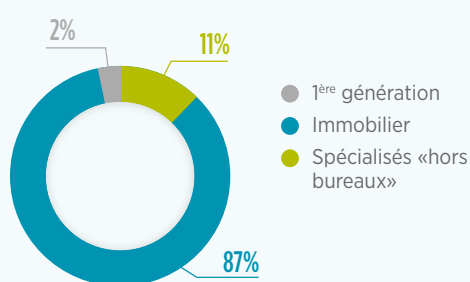
EXEMPLES DE TYPES D'ESPACES DE COWORKING PROPOSÉS PAR LES ACTEURS DE L'IMMOBILIER



Source : Cushman & Wakefield

LOCALISATION PAR TYPOLOGIE D'ACTEURS DU COWORKING

RÉPARTITION DES TRANSACTIONS IMMOBILIÈRES DES ACTEURS DU COWORKING PAR TYPOLOGIE D'ACTEURS EN FRANCE, EN SURFACE PAR M² (2014 - 2018)



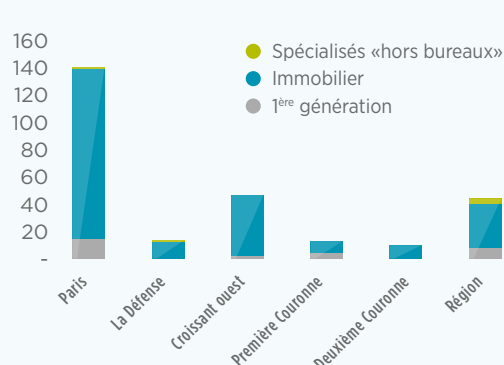
Source : Cushman & Wakefield

TOP 5 DES TRANSACTIONS COWORKING EN FRANCE EN SURFACE M², (2014 - 2018)

PRENEUR	VILLE	SURFACE M ²
SPACES	La Défense	16 800 m ²
WEWORK	Paris 9	11 750 m ²
MORNING COWORKING	Clichy	7 900 m ²
NEXTDOOR	Paris 9	7 250 m ²
MORNING COWORKING	Paris 9	7 000 m ²

Source : Cushman & Wakefield

RÉPARTITION DES TRANSACTIONS IMMOBILIÈRES DES ACTEURS DU COWORKING PAR TYPOLOGIE D'ACTEURS EN FRANCE, EN SURFACE PAR M² (2014 - 2018)



Source : Cushman & Wakefield

LES ACTEURS DE L'IMMOBILIER PÈSENT LOURD SUR LE MARCHÉ

Sans grande surprise, les acteurs du coworking issus du monde immobilier ont été à l'origine des principales transactions opérées depuis 2014, et représentent près de 90% des parts du marché avec 235 000 m² placés. Ils prennent de plus grandes surfaces que les autres (2 600 m² en moyenne), dont certaines allant jusqu'à 10 000 m² (WEWORK et SPACES notamment). Les cinq plus grandes surfaces transactées ont, par ailleurs, été signées par ce type d'intervenants.

Les acteurs de la première génération représentent, quant à eux, 11% des parts du marché et ont tendance à louer de plus petites surfaces (700 m² en moyenne). L'amplitude des surfaces prises à bail est très importante : de 100 à plus de 3 000 m². La location de surfaces plus conséquente découle de la stratégie de quelques marques - de première génération ou de nouveaux acteurs s'identifiant comme espace de coworking « traditionnel » avec les mêmes caractéristiques que leurs aînés - de proposer des locaux plus spacieux et une plus grande capacité d'accueil. Citons pour exemple l'incubateur LA RUCHE Paris (3 200 m²) situé 24 rue de l'Est dans le 20^{ème} arrondissement. Enfin, les acteurs spécialisés « hors bureaux » (cafés et autres tiers-lieux) ne représentent que 2% des parts du marché, et prennent exclusivement des surfaces entre 100 et 500 m², à l'exception de MAMA WORKS qui a signé des surfaces supérieures à 1 000 m².

Les préférences de localisations varient selon les types d'acteurs. Les entreprises de coworking issues du monde immobilier se placent en pole position sur tous les secteurs géographiques en Ile-de-France, à Paris notamment, mais aussi dans les principales métropoles régionales. Les acteurs de première génération se positionnent davantage en région, y compris dans des petites villes; leur stratégie de développement en région francilienne se porte sur la capitale et sa périphérie proche en Première couronne, notamment. Les intervenants spécialisés « hors bureaux » se sont, quant à eux, implantés en majorité dans le centre des grandes villes régionales, à Paris et à La Défense.

TARIFS ET ABONNEMENT

DES TARIFS TRÈS VARIABLES

Les tarifs proposés varient du simple au triple selon les prestations, les enseignes et leurs localisations.

Pour une venue ponctuelle dans un espace de coworking il faut compter généralement une vingtaine d'euros par jour, avec une amplitude des tarifs pouvant aller de 15 à 40 €. Le paiement par heure est également possible, avec une dégression progressive du prix au cumul des heures ou des prix réduits selon les tranches horaires.

Pour une réservation de salle de réunion, les tarifs sont en moyenne de l'ordre de 200 € à un peu plus de 350 € par jour selon les équipements utilisés. Pour la réservation d'un espace de conférence, il faut compter entre 800 € et 1 000 € par événement.

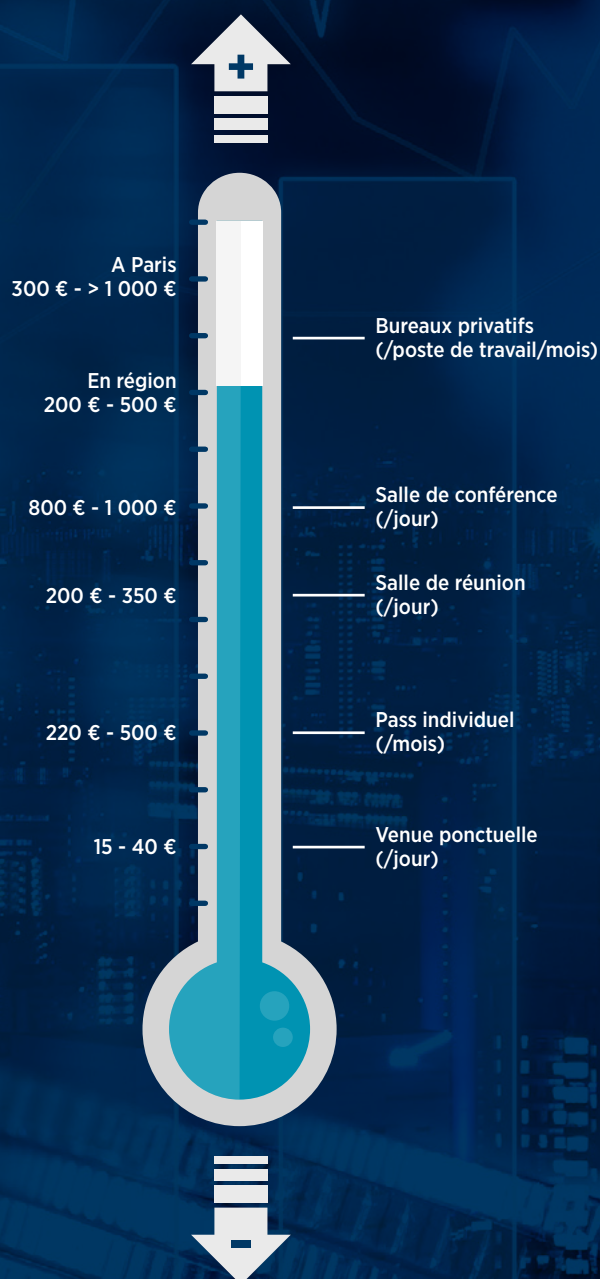
Enfin, un bureau privatif pour une entreprise peut coûter de 200 € à plus de 1 000 € /poste de travail/mois selon les localisations et les prestations, avec des tarifs généralement plus élevés dans la capitale.

Notons que l'écart des prix est plus important selon les prestations et les enseignes que selon les catégories d'acteurs du coworking.

LE SYSTÈME D'ABONNEMENT A LE VENT EN POUPE

Le système d'abonnement au mois destiné aux particuliers est utilisé par toutes les catégories d'acteurs du coworking. Le prix d'un pass varie en moyenne de 220 € à près de 500 € par personne et par mois. Certains donnent accès au réseau d'espaces de coworking de leur marque respective à l'international, c'est le cas notamment de WEWORK et LE SPOT-MULTIBURO. Quelques entreprises de coworking proposent également des abonnements à tiers-temps, mi-temps ou plein-temps selon les besoins. Ce système permet à la fois de fidéliser le client, en lui laissant une plus grande autonomie et une liberté de mouvement.

AMPLITUDE DES TARIFS DES PRESTATIONS LOCATIVES DES ENTREPRISES DE COWORKING EN FRANCE, EN 2018



Source : Cushman & Wakefield

Qu'est-ce qui détermine les prix pratiqués ?

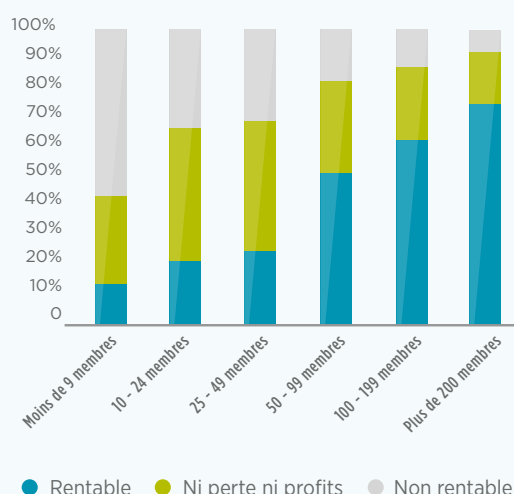
La politique des prix est principalement déterminée par le loyer payé par l'entreprise de coworking et la demande anticipée pour l'occupation de l'espace.

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE RENTABLE ?

LES LIEUX DE COWORKING À GRANDE CAPACITÉ D'ACCUEIL SONT AVANTAGÉS

Si l'on prend exemple sur le marché du coworking à Londres, plus mature que notre marché hexagonal, les marges bénéficiaires des entreprises de coworking sont plus fortes pour celles qui accueillent plus d'une centaine d'abonnés. A contrario, plus le nombre de membres est faible, moins les marges sont importantes, elle est même dramatiquement faible pour les structures de très petite taille : 60% de ces dernières ne font aucun profit. Cette réalité, à laquelle s'ajoute l'accroissement de la concurrence, implique un changement de paradigme dans le business model des entreprises de coworking, avec, d'un côté, les géants qui font le marché et, de l'autre, les petits acteurs en marge.

MARGE DES ENTREPRISES DE COWORKING EN % PAR NOMBRE DE CLIENTS MEMBRES À LONDRES, EN 2017



Source : « Coworking 2018 » Cushman & Wakefield Research & Insight UK

LES MARGES SONT FORTEMENT LIÉES AU RENDEMENT PAR M² ET À LA DENSITÉ DE POPULATION

Le premier levier de progression des marges des entreprises de coworking est la densité de population. Autrement dit, plus la densité de population du lieu d'implantation est élevée, plus les chances d'augmentation des marges sont hautes. Dans cette logique, les entreprises de coworking qui désirent maximiser leurs chances de profit devraient rechercher des localisations centrales dans des lieux à forte densité de population, comme Paris intra-muros et les grands quartiers d'affaires des métropoles.

Le second levier est lié au taux de rendement au m² : plus celui-ci est élevé plus les chances de profits augmentent. Cependant cet état de fait peut entraîner la course au rendement par le taux de remplissage et donc provoquer une surexploitation des espaces. Cette pratique peut faire baisser la satisfaction client et frôler les seuils maximum en termes de normes de sécurité des bâtiments tertiaires et des établissements ERP. Les entreprises doivent donc trouver un juste équilibre entre le taux de remplissage, la satisfaction client et les normes en vigueur.

En France, le nombre de tiers-lieux (tous types confondus) rentable serait de 40% seulement selon le nouveau rapport diagnostic sur les tiers-lieux et le coworking de Patrick Levy-Waitz : « Si une poignée de tiers lieux, de plus de 1 500 m², dégagent entre 400 000 et 1 million d'euros de chiffre d'affaires, la grande majorité sont de petites tailles, de moins de 500 mètres carrés, et ont du mal à trouver leur public. »

Aussi, même si les opportunités de business sont plus importantes dans les grandes

agglomérations, la concurrence y est plus rude. Dans les villes avec plus de 50 implantations de coworking, la rentabilité risque de chuter (Deskmag 2016).

A l'avenir, on peut considérer que les grands opérateurs qui ont de plus grandes capacités d'accueil en termes d'espace au m² seront avantagés. A contrario, les petits opérateurs devront miser sur des business models solides différenciants et fidélisants pour continuer leur activité.

DÉPENSES ET RECETTES

UN BUSINESS CENTRÉ SUR LA RENTABILITÉ PAR LE TAUX D'OCCUPATION AU M²

Le loyer représente environ 40% des dépenses des entreprises de coworking, soit une part plus importante que les coûts salariaux et opérationnels réunis. Cet état de fait souligne l'importance stratégique de la localisation pour ces entreprises qui n'hésitent pas à miser sur les emplacements centraux, plus prisés mais aussi plus onéreux.

Cette stratégie se comprend par la nature même du business du coworking qui doit, à l'image du business hôtelier, optimiser le remplissage de l'espace et attirer le plus de clients possibles pour être rentable : en effet, en 2017 près de 90% des revenus des entreprises de coworking proviennent des sous-locations (tous types d'espaces confondus) et des abonnements. Les locations de bureaux libres et de bureaux privés représentent respectivement 36% et 18% des recettes.

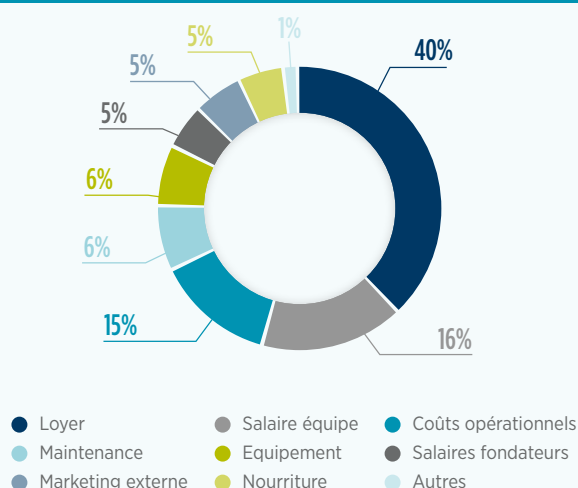
Quels loyers payent
les entreprises de
coworking ?

A Paris, la valeur locative médiane des transactions de coworking réalisées entre 2014 et mi-2018 a atteint 550 €/m²/an, avec des loyers proches de 700 €/m²/an pour des immeubles restructurés localisés dans le QCA. Il faut également compter 495

€/m²/an à La Défense et 320 €/m²/an dans le Croissant ouest (valeurs médianes de 1^{ère} et de 2^{nde} main).

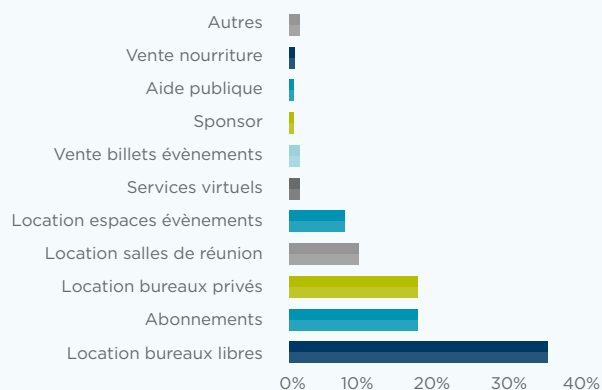
Attention! Les valeurs indiquées correspondent à des loyers faciaux, donc non économiques. La différence entre les deux peut-être importante dans le cadre d'une négociation entre le propriétaire et l'entreprise de coworking si cette dernière a réalisé des travaux à ses frais dans l'immeuble.

RÉPARTITION DES DÉPENSES DES ESPACES DE COWORKING, EN 2017



Source : Deskmag « The Global Coworking Survey » 2017

RÉPARTITION DES RECETTES DES ESPACES DE COWORKING EN DOLLARS, EN 2017



Source : Deskmag « The Global Coworking Survey » 2017

STRATÉGIES ET ÉVOLUTIONS

ELARGISSEMENT OU CIBLAGE DE NICHE, UN CHOIX STRATÉGIQUE

Avec la pratique, les entreprises de coworking intègrent au fur et à mesure de nouvelles prestations. On dégage deux grandes tendances : l'élargissement de leur offre de prestation ou le ciblage-client de niche.

Tandis que les acteurs de l'industrie immobilière ont tendance à élargir leur offre immobilière/clientèle et à se positionner sur des prestations haut de gamme; d'autres acteurs choisissent, quant à eux, de cibler une clientèle particulière en surfant sur le principe fondateur du coworking : la communauté. C'est le cas notamment de COWORKIMMO qui cible uniquement les professionnels de l'immobilier, ou encore de REMIX COWORKING qui se dédie aux entrepreneurs et aux créatifs/artistes, et opère une sélection de ses membres sur lettre de motivation.

Ces choix de ciblage de la clientèle, qui se précisent au fur et à mesure que la concurrence mûrit, sont stratégiques et déterminants pour le positionnement de ces jeunes entreprises sur le marché encore tâtonnant du coworking en France.

CROISÉE DES CHEMINS ET HYBRIDATION

La recherche d'un positionnement original sur le marché pousse certains acteurs à tester de nouvelles offres hors de leur périmètre respectifs. Par exemple, LA RUCHE, acteur de coworking de 1^{ère} génération, teste également la location de bureaux dédiée à des entreprises et start-up, une prestation qui est habituellement l'apanage des entreprises de coworking issues de l'industrie immobilière.

Autre cas, NEXITY, société immobilière française, a été une des premières foncières à prendre l'initiative de lancer sa propre marque de coworking, Blue Office, en 2014. Elle a pour cela proposé une offre d'espaces relativement similaire aux acteurs de la 1^{ère} génération, en pratiquant des prix discount. Cet alignement avec les entreprises traditionnelles du coworking et les bas prix affichés sont désormais en marge des autres acteurs de l'industrie immobilière.

Reste à savoir si ces essais seront ou non concluants face à la concurrence croissante des géants du secteur.

MIXITÉ DES BUSINESS MODELS DES ESPACES FLEXIBLES

Centre d'affaires traditionnel



Espaces entièrement équipés et cloisonnés, typiquement conventionnels



Permis d'occupation



Espaces dédiés



Charge fixe qui prend en compte tous les coûts opérationnels tout au long de la durée du permis d'occupation - généralement en coût par poste de travail.



Abonnement de type "club"



10-20% d'espace alloué à la sociabilisation



Cadre typique d'un espace commun ouvert et partagé



Evènements / coaching / support pour le business



Espace ad-hoc, occupé à court terme



Espaces partagés généralement non dédiés



Tarifs horaire / journalier / hebdomadaire

Augmentation de l'hybridation entre les deux

Espace de coworking

Source : « Coworking 2018 » Cushman & Wakefield Research & Insight UK



*L'importance de
la localisation :*

LE CAS DE BLUE OFFICE

L'alignement concurrentiel ne fait pas tout, la localisation a également un impact majeur sur le business model des entreprises du coworking. NEXITY a ainsi remanié sa stratégie en fermant ses espaces Blue Office situés en Grande couronne pour ne garder que son implantation parisienne, à Saint-Lazare.

Ce cas démontre que l'articulation coworking dans certaines zones géographiques, en particulier en Deuxième couronne, ne répond pas encore aux attentes des entreprises de coworking, en partie à cause du manque d'utilisateurs et de la méconnaissance de la pratique des nouveaux modes de travail. Le marché, en concurrence avec les centres d'affaires, n'y est pas encore arrivé à maturité.

COMMUNAUTÉ (+++)

• • •

ECHANGES PAR
SÉRENDIPITÉ ET
COLLABORATION

• • •

SOLIDARITÉ ET
ENGAGEMENT

• • •

BIENVEILLANCE

• • •

DÉCONTRACTION ET
EXPÉRIENCE

• • •

SENSATION DE LIBERTÉ
AU TRAVAIL

• • •

OUVERTURE D'ESPRIT
ET AGILITÉ

Source : Cushman & Wakefield

DES ARGUMENTS DÉSORMAIS CENTRÉS SUR LE BUSINESS

LES PRINCIPES FONDATEURS DU COWORKING

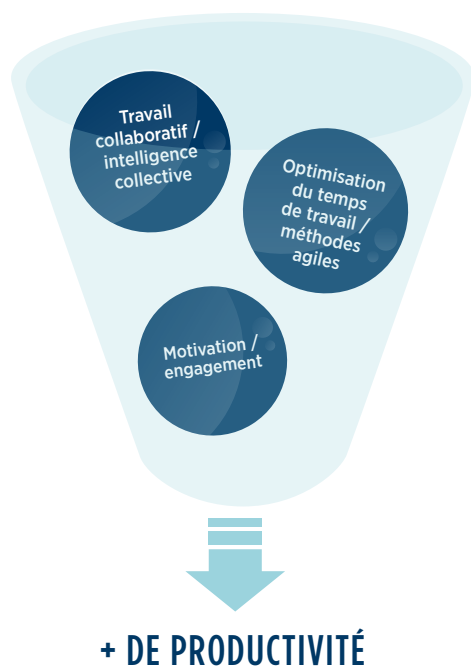
Ces principes proviennent des organisations et entreprises de coworking de 1^{ère} génération issues de l'économie numérique et collaborative. Ils sont davantage axés sur une vision que l'on peut qualifier « d'idéaliste », ou davantage centrés sur l'humain, avec une volonté de casser les codes établis en entreprise traditionnelle.



LES ARGUMENTS « BUSINESS » DU COWORKING

Ces principes ont été pour la plupart mis en place par les entreprises de coworking de 2^{ème} génération, et plus particulièrement par les acteurs de l'industrie immobilière. Ces derniers ciblent davantage les entreprises plutôt que les particuliers, d'où l'utilisation du ton « business » plus prononcé, en adéquation avec les objectifs des directions d'entreprises.

**CE QUE L'ESPACE DE COWORKING PEUT
IDÉALEMENT APPORTER À LA PRODUCTIVITÉ
DE L'EMPLOYÉ**



Source : Cushman & Wakefield

**FLEXIBILITÉ ET
AGILITÉ**

...

**RÉDUCTION DES
COÛTS DE LOCATION
DES ESPACES DE
TRAVAIL**

...

+ DE CRÉATIVITÉ

...

+ DE MOTIVATION

...

**DOPER LA
PRODUCTIVITÉ**



L'OFFRE SERVICIELLE AU COEUR DE LA STRATÉGIE

VERS TOUJOURS PLUS DE SERVICES « BASIQUES » ?

Selon une étude sur le coworking réalisée par Cushman & Wakefield sur le marché londonien, les espaces de détente, les salles de réunion personnalisées, la garantie de sécurité interne (serveurs business etc...) et les rencontres communautaires sont déjà fournis par près des trois quarts des opérateurs de coworking. D'autres services, centrés sur le bien-être et le confort des usagers, comme les installations sportives, les douches et la restauration sur place ont un fort potentiel de développement. Envisagés par près de la moitié des opérateurs, ils tendent à se démocratiser et à rejoindre le socle des services standards déjà existants.

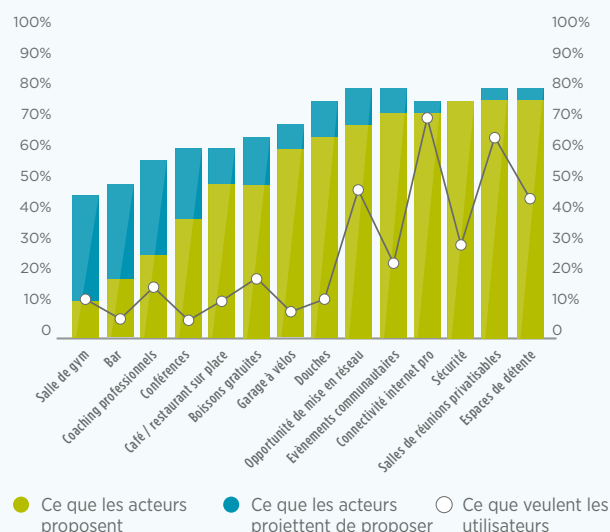
L'évolution de ces nouveaux services et leur intégration dans les standards sera cependant intrinsèquement liée aux attentes des utilisateurs. A l'heure actuelle, les usagers sont davantage concernés par des solutions de connectivité internet conçues pour le business (EFM, broadband, Ethernet...) avec de meilleures capacités, des salles de réunions personnalisées, équipées selon les besoins des occupants, ainsi que des opportunités de mise en relation avec des pairs, des partenaires ou encore des clients et collaborateurs potentiels. Notons également que des différences culturelles peuvent entrer en ligne de compte en ce qui concerne les attentes des utilisateurs. Par exemple, la France a le plus faible pourcentage d'espaces sportifs pour les entreprises (12% d'après Steelcase, 2016), il serait intéressant de voir si ce type d'installation sera plus demandée, ou non, dans les espaces de coworking.

VERS UNE OFFRE SERVICIELLE TOUJOURS PLUS ÉLARGIE ?

Les services sont au cœur de la stratégie d'attraction de la clientèle et des talents pour

les entreprises de coworking. De ce fait, la concurrence servicielle est plus intense, et pousse les acteurs du marché à rivaliser d'inventivité pour créer une offre de services différenciante, voir à la demande, qui participera à la fidélisation du client.

SERVICES OFFERTS PAR LES ESPACES DE COWORKING ET EXIGENCES DES UTILISATEURS - À LONDRES, EN 2017



Source : « Coworking 2018 » Cushman & Wakefield Research & Insight UK

EXEMPLES DE SERVICES DIFFÉRENCIANTS

Services de type hôteliers : traiteur, accueil personnalisé, pressing, conciergerie...

Connexion internet très haut débit ; applications mobiles dédiées

Services « comme à la maison » : cuisine aménagée et équipée, potager, espaces de douche et de repos, canapés, télévisions, jusqu'à la bière artisanale ou les repas faits maison...tout pour que le client se sente « chez lui ».

Services de formation et de coaching fournis par les coworkers eux-mêmes ou des prestataires extérieurs.

Services ciblés pour une clientèle précise (exemple : un studio photo pour les coworkers spécialistes de l'image).

Externalisation : comptabilité et marketing pour les petites entreprises qui n'ont pas les ressources homme ou temps disponibles, en partenariat avec une agence de communication et un cabinet comptable.

A venir? Liaison des réseaux vers les prestations de coliving, de proworking et de corpworking

Source : Cushman & Wakefield



VERS DE NOUVEAUX CONCEPTS

LE « PROWORKING »

Le concept de « proworking » concerne le coworking haut de gamme pour les professionnels. Le fondement même du coworking n'y est pas transformé mais les espaces et les services proposés montent en gamme pour répondre aux nouveaux besoins et attentes des entreprises clientes.

Ce concept, repris par les acteurs de l'immobilier, est intrinsèquement lié à la transformation de la conception des « services » opérée par le monde hôtelier, et son arrivée influente dans le monde de l'immobilier d'entreprise et de commerce. En France, la marque Wellio de FONCIERE DES REGIONS, devenue COVIVIO à partir de mai 2018, s'introduit comme le pionnier du concept dans le marché français. Pour l'heure la marque a ouvert 4 sites à Marseille et à Paris; de nouvelles implantations en Ile-de-France, à Bordeaux, à Lyon mais aussi dans des grandes villes d'Europe comme Milan sont en cours. Le groupe mise sur un objectif total de 70 000 m² pour une quinzaine d'implantations en Europe*.

LE « CORPOWORKING »

Ce terme est la contraction des mots « corporate » et « coworking », il définit un espace de travail partagé et un lieu fédérateur de communauté destiné aux salariés d'une entreprise, et parfois à des acteurs extérieurs.

Les locaux dédiés peuvent être au sein même des bureaux de l'entreprise ou en dehors, mais toujours affiliés à celle-ci. A différencier du flex office, ou encore de la pratique des grandes entreprises qui permettent à leurs salariés de travailler dans des espaces de coworking. Exemple d'entreprises ayant testé le concept de corpoworking à Paris : SPINTANK avec le « Tank 1 et 2 » (1 000 m²), et ORANGE avec la « Villa Bonne Nouvelle » (350 m²)**.

LE « COLIVING »

Ce concept, est à cheval entre le « coworking » et la « colocation », il met en avant la vie et le travail en communauté et une offre immobilière résidentielle construite autour d'un panel de services variés, allant des cours de yoga à l'atelier d'orientation professionnelle en passant par les soirées cinéma. Sa clientèle cœur de cible est en majorité trentenaire et freelance.

Développé à partir des « Hackerspaces » de la Silicon Valley en Californie, mais aussi des concepts de vie en communauté des pays nordiques, le phénomène du coliving s'est peu à peu industrialisé.

Il s'est particulièrement développé aux Etats-Unis, dont il est originaire, avec des sociétés comme THE COMMON ou WEWORK avec son enseigne dédiée « Welive » implantées dans des grandes villes dont San Francisco, New York, Chicago et Washington. Le concept s'est également développé au Royaume-Uni avec notamment les établissements de THE COLLECTIVE à Londres. Quelques initiatives existent en France comme « Lime » ouvert à Biarritz, ou encore le projet de résidence de coliving de Station F, qui devrait ouvrir ses portes fin 2018 à Paris. La start-up SHARIES financée par AUDACIA et en partenariat avec une dizaine d'entité dont ALTAREA COGEDIM, COVIVIO et BOUYGUES IMMOBILIER prévoit, quant à elle, de développer 25 000 m² de projets en Ile-de-France et en régions. Enfin, COVIVIO, anciennement FONCIERES DES REGIONS prévoit d'ouvrir 3 000 chambres dans les quartiers branchés de Berlin d'ici 2022, une manière de tester la gestion de ce type d'actifs avant de peut-être l'implanter en France.

Le marché du coworking est en construction, l'évolution du marché est à la fois incertaine et porteuse de nouvelles opportunités

*Communiqué de presse Wellio, 2018

**Ze Village - HR&D, 2015

LE COWORKING CHEZ VOUS !

Quelques entreprises de coworking, comme WEWORK ou NEXTDOOR entre autres, proposent d'installer des espaces de coworking au sein même des immeubles de bureaux occupés plus « classiquement » par les entreprises.

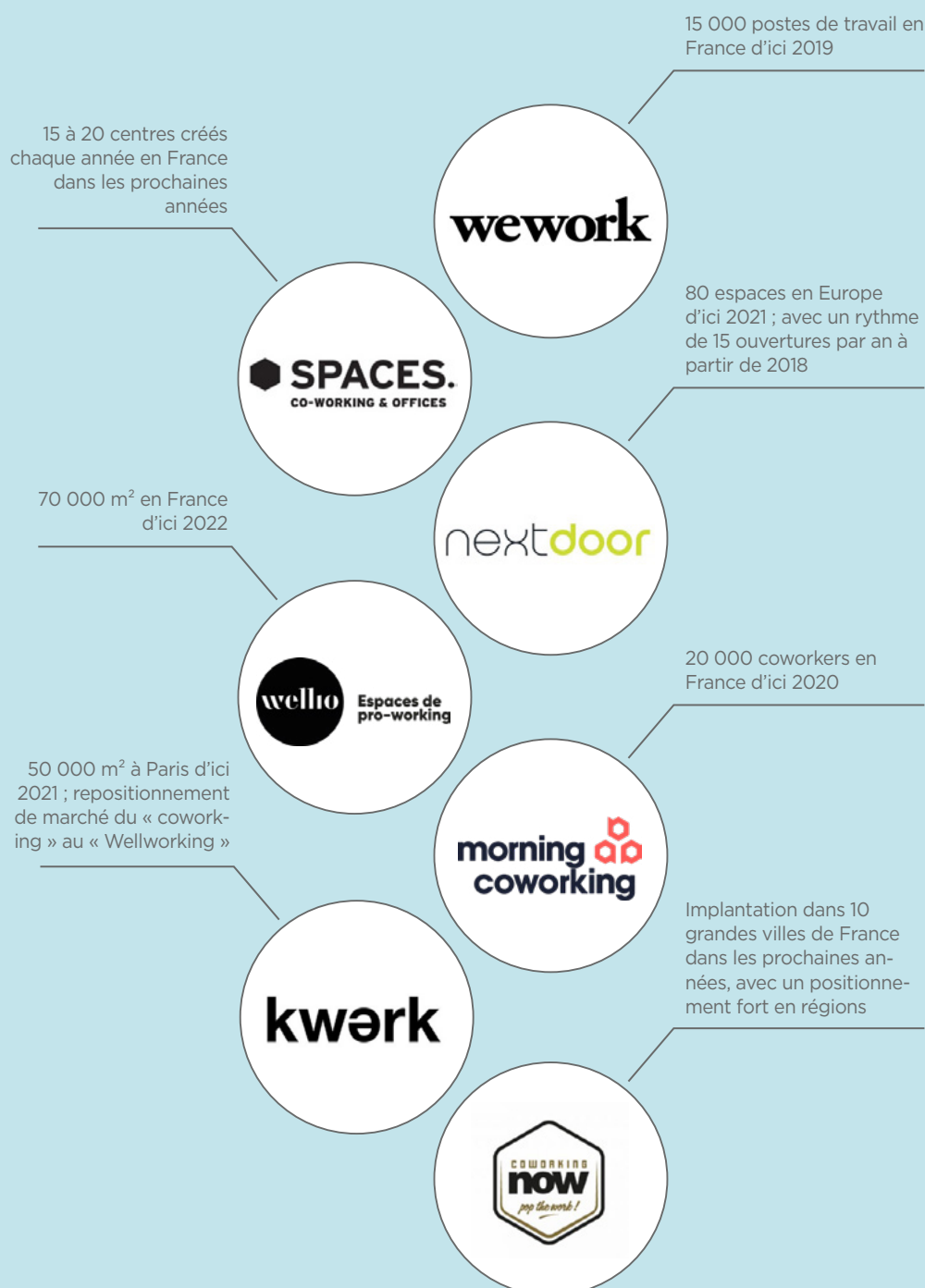
C'est le cas en France de l'espace de coworking créé par NEXTDOOR via l'agence de design YAD.SPACE au sein du siège social de TF1 à Boulogne-Billancourt. L'opérateur de coworking y gère également l'animation et propose un accompagnement sur mesure pour l'entreprise.

Dans un objectif de diversification de leur business, ces géants du coworking pourront proposer, à terme, une offre complète de services qui dépassera la création et l'installation d'espaces design, ou encore l'accompagnement du client par l'animation communautaire et le suivi de la satisfaction – et de la performance – des employés. Ils pourraient en effet offrir une gamme de services immobiliers plus traditionnels comme la recherche de locaux pour un client ou encore la vente de fournitures et d'équipements via une plateforme dédiée. Il s'agit pour ces acteurs de se positionner dans l'assistance des clients de A à Z.



A LA CONQUÊTE DES TERRITOIRES EN QUELQUES CHIFFRES

Quelques acteurs du coworking issus de la filière immobilière qui pèsent actuellement sur le marché prévoient de s'étendre dans les 5 prochaines années :



Source : Cushman & Wakefield



A woman with dark hair, wearing a blue and white striped sweater, is looking down at a white coffee cup on a wooden table. She has her hand resting on her chin. The background is a blurred office or coworking space. The text 'LES UTILISATEURS DES ESPACES DE COWORKING' is overlaid on the left side of the image.

LES UTILISATEURS **DES ESPACES DE COWORKING**

TOUS EN COWORKING ?

LE TÉLÉTRAVAIL ENCORE PEU PRATiqué EN FRANCE

Contrairement aux idées reçues, le télétravail n'est pas encore une pratique courante dans les grandes sociétés en France : dans une étude* menée en 2016, près des trois quarts des salariés des grands groupes interrogés affirmaient ne jamais avoir travaillé en dehors de leur bureaux.

Aussi, selon une étude** menée en 2017, seuls 6% des salariés télétravailleurs travaillent de manière contractuelle, alors que 19% le font de manière tacite, sans contrat, charte ou accord collectif.

Cette situation s'explique notamment par les difficultés et les contraintes administratives posées lors de la mise en place des accords sur le télétravail. Ces dernières sont également amplifiées par les inquiétudes que suscitent les changements des modes de travail et des organisations de la part du management et de certains responsables RH.

LES SALARIÉS NOMADES, UNE PISTE DE DÉVELOPPEMENT POUR LE COWORKING

Les espaces partagés (dont coworking) sont utilisés par 44% des salariés télétravailleurs en complément de leur domicile. Cette proportion pourrait augmenter pour pallier aux deux inquiétudes principales avancées par les salariés nomades eux-mêmes : à savoir, d'une part, la peur de l'isolement social en ne travaillant qu'à domicile, et d'autre part, l'inquiétude face à la possibilité de la perte d'esprit d'équipe. Les espaces de coworking pourraient alors permettre aux salariés et à leurs équipes de se rencontrer et d'échanger dans un cadre ludique disposant de multiples types d'espaces de travail.

*« Engagement and the Global Workplace » Steelcase, 2016

** « Perception sur le télétravail : regards croisés salariés/dirigeants » Malakoff-Médéric, 2017 – étude menée auprès de 1 500 salariés

LE COWORKING, UNE PRATIQUE COURANTE POUR TOUTES LES ENTREPRISES ?

Toutes les typologies d'entreprises n'en sont pas au même stade de maturité face à l'utilisation des espaces de coworking : près de 50% des occupants proviennent de start-ups et de petites associations, viennent ensuite les grandes entreprises disruptives (pour la plupart provenant du secteur des TMT - Technologies, Média et Télécommunications) et en dernier, les moyennes et les grandes entreprises traditionnelles, qui y sont moins enclines ou commencent tout juste à expérimenter cette pratique. La faible participation des grands groupes peut s'expliquer par la difficulté logistique, administrative et managériale pour une organisation de taille conséquente d'opérer la transition vers les nouveaux modes de travail, mais également par le caractère relativement récent de l'offre de coworking ciblant les grandes organisations.

MATURITÉ DES ENTREPRISES FACE À L'UTILISATION DES ESPACES DE COWORKING



LES GRANDES ET MOYENNES ENTREPRISES TRADITIONNELLES



LES GRANDES ET MOYENNES ENTREPRISES DISRUPTIVES



LES TPE/PE, ASSOCIATIONS ET START-UPS

Sources : ORIE, BAP, Cushman & Wakefield



Des coworkers en France proviennent de TPE/PME ou associations
(BAP - La Fonderie)



Des espaces de coworking accueillent des grands groupes
(BAP - La Fonderie)

TOUS ENSEMBLE ?

JUSQU'OUÙ LES ENTREPRISES POUSSENT-ELLES LA LOGIQUE COMMUNAUTAIRE ?

Toutes les entreprises n'ont pas le même comportement vis-à-vis de l'offre communautaire proposée par les espaces de coworking. Les grandes entreprises recherchent en priorité de la flexibilité et des solutions temporaires, l'apport communautaire ne figure pas parmi leur priorité; Par ailleurs, les espaces partagés sont peu utilisés par les salariés qui ont déjà à disposition des bureaux privés*. Le management de la confidentialité des informations et la force de l'esprit « corporate » figurent parmi les principaux freins à un usage plus fort du coworking.

A contrario, les freelances et les salariés des très petites entreprises, qui n'ont pas accès à une communauté large et avec un besoin de création de contacts et de rencontres accru, vont davantage utiliser les espaces partagés de coworking et participer aux événements pour favoriser les rencontres inter-entreprises et inter-individus.

LA RÉALITÉ DE LA PRATIQUE DES GRANDES ENTREPRISES

Au final, l'idéologie des espaces de coworking incite à la mixité des clients au sein d'un même espace. Mais en pratique, les choses se passent différemment, la raison principale tenant de la diversité des besoins entre les salariés des petites et grandes entreprises.

Il existe aujourd'hui un vrai paradoxe entre les pratiques des entreprises dans les espaces de coworking et la fonction première du coworking, à savoir être un lieu de rencontres et d'échanges entre individus provenant de milieux professionnels différents. Ce paradoxe

*Informations provenant d'interviews réalisées en interne et en externe auprès de collaborateurs, d'entreprises et d'acteurs du coworking

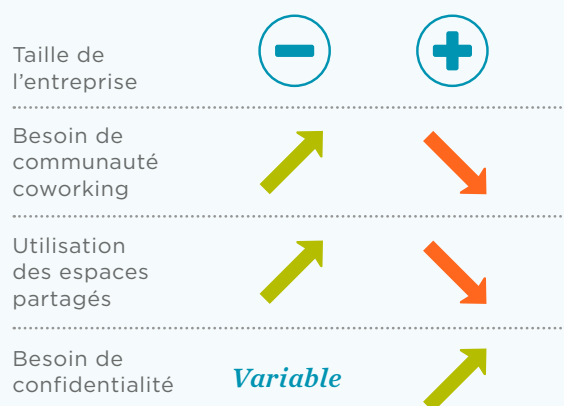
** « Global Coworking Survey », Deskmag, 2017

est d'autant plus fort quand l'entreprise atteint une taille critique : les espaces de coworking loués par les grandes entreprises pour leurs équipes projets ou branches, jouent à l'heure actuelle le rôle d'antennes des bureaux principaux et fonctionnent en silos, isolés des autres occupants.

LA LOGIQUE DES RÉSEAUX...UN SYSTÈME AVEC UNE MARGE DE PROGRESSION CONSÉQUENTE

En suivant cette logique, on peut se demander si les grandes entreprises sont prêtes, d'une part à laisser leurs salariés travailler en mode nomade où ils le souhaitent et quand ils le souhaitent, et, d'autre part, à les abonner à des pass coworking pour qu'ils puissent profiter d'un accès illimité à tous les espaces d'une chaîne, y compris à l'étranger. Les réponses à ces questions sont multiples, car elles découlent de la politique interne de confidentialité et du rapport aux nouveaux modes de travail et de management de chaque entreprise. En 2017, 18,5% des salariés clients des espaces de coworking bénéficiaient du paiement de leur abonnement à un espace de coworking par leur entreprise. Une part encore en dessous de la moyenne au niveau mondial, qui atteint 26%**.

LIEN ENTRE LA TAILLE DE L'ENTREPRISE ET LE BESOIN DE COMMUNAUTÉ COWORKING



Source : Cushman & Wakefield

PROWORKING, CORPOWORKING OU COWORKING ?

DES FORMES ALTERNATIVES

Des formes alternatives à mi-chemin entre l'espace de coworking et l'espace de bureaux ont été créées pour satisfaire et répondre aux besoins spécifiques des grandes entreprises : le proworking et le corpoworking notamment. Chacune de ces formes possèdent des caractéristiques similaires aux premiers espaces de coworking, mais à des degrés différents (voir tableau).

Aujourd'hui le terme coworking est bien plus utilisé que « proworking » ou « corpoworking ». A l'heure actuelle seul un acteur français, Wellio de FONCIERE DES REGIONS se définit lui-même comme « proworker »; en réalité d'autres acteurs, particulièrement dans la catégorie des grandes chaînes immobilières du coworking comme WEWORK et SPACES présentent en

pratique des similarités de standing, de niveau de confidentialité et d'équipements qui satisfont aux caractéristiques d'un espace de proworking. Le terme « corpoworking » est quant à lui peu utilisé à l'heure actuelle, seuls 3 espaces de ce type ont ouvert en France : les « Tanks 1 & 2 » et la « Villa Bonne Nouvelle » développés par SPINTANK et ORANGE, et jouent un rôle marginal et expérimental sur le marché des tiers-lieux hybrides.

Par ailleurs, d'autres termes apparaissent sur le marché, comme celui de « Wellworking™ » récemment déposé et développé par KWERK dans l'optique de différencier son activité - haut de gamme, centrée sur le design, l'ergonomie et le bien-être - des autres acteurs du coworking.

CARACTÉRISTIQUES	COWORKING 1 ^{ÈRE} GÉNÉRATION	COWORKING DE GRANDES CHAÎNES IMMOBILIÈRES	PROWORKING	CORPOWORKING
Niveau de confidentialité	*	**	**	***
Diversité/mixité de communauté	***	**	*	*
Equipeement professionnel	**	***	***	***
Proximité des unités de travail entre elles	*	*	*	***
Coûts pour l'entreprise	*	**	**	***
Externalisation des services	***	***	***	*
Standing	*à***	***	***	***
Clients types	Freelances, salariés nomades, TPE et start-up	Freelances, salariés nomades, TPE/PME, start-up, grandes et moyennes entreprises	TPE/PME, start-up, grandes et moyennes entreprises	Développé par des grandes et moyennes entreprise. Utilisé par des salariés, start-up ou filiales affiliées à une grande entreprise ; ouvert en partie à certains chercheurs et public externe

Source : Cushman & Wakefield

DE NOUVEAUX ESPACES DE BUREAUX AU SEIN DES ENTREPRISES

LE REDÉVELOPPEMENT DES ESPACES DE TRAVAIL DANS LES BUREAUX EN INTERNE, UNE MENACE POUR LE COWORKING ?

Si les entreprises de coworking s'inspirent des codes des bureaux pour les détourner à leur façon, les grandes entreprises utilisent, quant à elles, les codes du coworking pour réaménager leurs sièges, sans pour autant faire du « corpworking ».

A l'image d'ENGIE, KORUS, PUBLICIS, DANONE ou encore PWC qui ont refondu leurs sièges sociaux en privilégiant la formule installation d'espaces multiples + bureau en espace partagé ou « flexdesk », associée à la mise en place du télétravail. Les bureaux cloisonnés ont été remplacés par des espaces de type « workcafé », des lieux de détente informels, des salles de réunions de différentes tailles (dont certaines avec décoration libre), des salles de conférence/agora, des espaces de bibliothèques, des parcours sportifs, des restaurants dernier cri ou encore des potagers; et cela, en plus des bureaux flexibles équipés avec du mobilier ergonomique de qualité professionnelle. Certaines entreprises ont même opéré la transformation de manière collaborative en laissant les salariés participer à l'élaboration de leur espace de travail idéal, une manière pour le salarié de s'approprier les lieux et de mieux vivre le changement, parfois radical.

Notons que la transformation complète des bureaux concerne principalement les grandes et moyennes entreprises, les plus petites n'ayant pas toujours les moyens financiers d'effectuer les travaux coûteux d'aménagement intérieur. Elle ne concerne à l'heure actuelle que 6% des actifs français (Actineo 2017), un chiffre appelé à croître dans les années à venir.

* « Health at Work » VitalityHealth, 2017

Cependant, cette pratique n'est pour le moment pas en concurrence - directe ou indirecte - avec les espaces de coworking. Au contraire, les tiers-lieux sont considérés comme des espaces de travail complémentaires pour les salariés en télétravail, des équipes projets ou encore des branches d'entreprises en recherche d'une installation temporaire.

LAISSER LE CHOIX AU SALARIÉ

Certaines grandes entreprises ont également décidé de laisser le choix du lieu de travail à leurs salariés dans une démarche stratégique de qualité de vie au travail (QVT) et de hausse de la performance (la réduction du temps de transport jouant un rôle important concernant la motivation, le bien-être et la gestion du stress, notamment*). La semaine de travail du salarié peut donc s'articuler autour du bureau, du domicile et des tiers-lieux, dont des espaces de coworking. C'est le cas de SILCA, filiale de prestation informatique du groupe CREDIT AGRICOLE qui accorde 1 à 2 jours de télétravail par semaine à ses employés, une initiative développée en partenariat avec la plate-forme de recherche de lieux de coworking NEO-NOMADE. Cette pratique a fait ses preuves en termes de satisfaction des utilisateurs (85%) depuis le déménagement de l'entreprise à Saint-Quentin-en-Yvelines en 2016.



**UN BUREAU
PRIVÉ EN
ESPACE DE
COWORKING,
LE DERNIER
RECOURS POUR
LES MOYENNES
ET GRANDES
ENTREPRISES ?**

A l'heure actuelle, les grandes et moyennes entreprises favorisent en premier lieu les bureaux classiques. Le recours à la location dans des espaces de coworking est plus souvent utilisé dans certains cas spécifiques comme la création d'une nouvelle équipe lorsque le siège de l'entreprise manque de place, la mise en place d'une équipe projet temporaire ou la recherche de locaux temporaires lors de travaux effectués dans les bureaux habituels. L'espace de coworking

est alors présenté comme une solution « plug'n work » rapide et efficace. Certaines entreprises choisissent de louer uniquement les espaces de réunion, un cas de figure très localisé dans Paris intra-muros.

Notons que certaines activités comme celles liées à la R&D et à l'innovation sont plus enclines à s'installer dans des espaces de coworking de standing plus élevé, pour véhiculer une meilleure image associée à leur métier.

L'ESPACE DE COWORKING DANS LA STRATÉGIE DES ENTREPRISES ^[1]

LES NOUVELLES STRATÉGIES DES ENTREPRISES

Les grandes entreprises prennent aujourd'hui de nouvelles directions stratégiques pour s'adapter à un environnement business concurrentiel de plus en plus complexe et volatile.

Les acteurs du coworking mettent en écho les nouveaux besoins stratégiques des entreprises dans leur ligne de business (voir Les principes business du coworking p.29). Parmi les arguments principalement cités se retrouvent la rationalisation des coûts, la flexibilité des modes et des lieux de travail, l'excellence opérationnelle, la réductions des coûts de location des espaces, et l'attraction des talents*. Ces arguments sont alignés sur les préoccupations des directions immobilières et des directions générales des grandes entreprises. Les espaces de coworking sont assurément une solution au besoin de flexibilité des entreprises, mais qu'en est-il des autres stratégies ?

RATIONALISATION DES COÛTS

Les entreprises peuvent rééquilibrer leurs coûts immobiliers en remplaçant les surfaces existantes sous-utilisées et en rationalisant les espaces de bureaux en interne. Ces directives - qui concernent en majorité les sièges sociaux des grandes entreprises - permettent de transformer le rôle du « bureau » en passant d'un lieu de travail stricto sensu à un lieu faisant office de « plaque tournante collaborative ». Elles s'accompagnent de la possibilité de mise en place du télétravail à temps partiel - le plus souvent une à deux fois par semaine - et de bureaux en « flex desk » ou espaces partagés. Le recours à des espaces de coworking sert alors à compléter l'offre dans une logique d'utilisation des espaces « à la carte » selon les besoins, par des abonnements pour les salariés nomades, des réservations de salles pour des événements clients, ou encore des sous-locations de postes de travail dans des bureaux privés pour une équipe projet.

*« Operational excellence and innovation : can occupiers have it all? » The Occupier Edge, Cushman & Wakefield, 2017

ALIGNEMENT DES STRATÉGIES DES DIRECTIONS IMMOBILIÈRES DES GRANDES ENTREPRISES AVEC LES ARGUMENTS DES ACTEURS DU COWORKING, PAR ORDRE DE PRIORITÉ

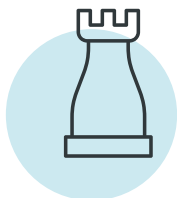
Priorités de la direction immobilière	Arguments des acteurs du coworking
Coûts	***
Excellence opérationnelle	***
Flexibilité	****
Talents	***
Marque	*
Développement durable	**
Relation client	***
Innovation	***

Source : Cushman & Wakefield

NOUVEAUX VERBATIMS SUR LE BIEN-ÊTRE UTILISÉS EN ENTREPRISE

Créativité	Emotion	Relationnel
Mode de travail	Collaboration	Sérendipité

Source : Cushman & Wakefield



EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

Le télétravail 1 ou 2 jours par semaine et la possibilité de travailler dans un tiers-lieu en dehors du bureau ou du domicile doperait la productivité des employés. Selon une étude de MALAKOFF-MEDERIC réalisée fin 2017 auprès de plus de 1 500 salariés, 87% environ des salariés affirment que le télétravail les rendent plus efficaces. La société RENAULT affirme avoir enregistré une hausse de 10 à 20% de la productivité de ses employés après la mise en place du télétravail en 2013 (Le Square, Renault Innovation Lab).



ATTRACTION/RÉTENTION DES TALENTS

Selon une étude menée par Cushman & Wakefield* 91% des grandes entreprises situées dans l'aire géographique EMEA considèrent le lieu de travail comme un facteur critique ou très important de rétention des talents. Les espaces de coworking généralement plus confortables et mieux équipés peuvent être en mesure de répondre aux nouvelles priorités et exigences des talents en termes de bien-être, de confort au travail et de flexibilité.



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Certains acteurs du coworking mettent en avant l'argument suivant : si les entreprises permettent à leurs employés de travailler de manière flexible et hors du bureau, l'empreinte carbone de la société en question diminuera. Un argument en phase avec le nouveau plan de déplacements d'entreprises (PDE) adopté au 1^{er} janvier 2018, qui concerne tout site regroupant plus de 100 salariés.



INNOVATION

Le thème de l'innovation est très souvent repris par les acteurs du coworking pour attirer les entreprises. L'innovation peut prendre plusieurs formes : les nouveaux modes de travail et les nouveaux lieux de travail avec le slogan « travailler partout quand vous le voulez », la promesse d'espaces ouverts 7j/7, ou bien les derniers équipements mis à disposition comme la connexion internet très haut débit, voire la fibre optique, des makerspaces ou atelier de fabrication numérique, imprimantes 3D à disposition etc...



MARQUE ET RELATION CLIENT

Certains espaces de coworking mettent en avant la personnalisation des bureaux privés pour correspondre à la marque des entreprises. Aussi, les acteurs coworking issus de la filière immobilière mettent à disposition des espaces de réunion et de conférence design de qualité professionnelle pour permettre aux entreprises de recevoir leurs clients dans un cadre atypique et de standing. Cependant, la personnalisation dans les espaces de coworking aux couleurs des marques peut avoir ses limites, notamment parce qu'elle n'est pas possible dans les espaces communs et partagés.

*« Operational excellence and innovation : can occupiers have it all? » The Occupier Edge, Cushman & Wakefield, 2017

CE QUE CHERCHENT LES ENTREPRISES

LES ATTENTES DE LA DIRECTION IMMOBILIÈRE DES ENTREPRISES VIS-À-VIS DES ESPACES DE COWORKING

- **Installation rapide de type « Plug'n work »**

La durée de recherche des locaux et l'installation s'étend entre quelques semaines et 3 mois maximum, avec une moyenne de 1 mois et demi. Les démarches administratives sont simplifiées : puisqu'il s'agit d'un prestataire de services et non de la signature d'un bail. En pratique, les entreprises n'ont pas à se soucier de l'aménagement intérieur, c'est le concept du « plug n' work ».

- **Coûts maîtrisés**

Le coût des services de base, les charges et les coûts opérationnels sont inclus dans le prix du loyer par poste de travail et les coûts d'aménagement sont pris en charge par l'entreprise de coworking : les dépenses variables qui y sont attachées sont donc mieux contrôlées.

- **Pas de gestion de l'aménagement**

L'entreprise de coworking se charge des travaux et de l'aménagement, qui peut être standard ou personnalisé selon les besoins. Leur coût (entre 500 et 600 €/m² en moyenne) est inclus dans celui de la prestation.

- **Système informatique sécurisé**

Les espaces de coworking et de proworking ayant pour clientèle des entreprises sont équipés des réseaux et des solutions de connectivité internet professionnels conçus pour le business (EFM, broadband, Ethernet...) : les occupants bénéficient donc du même niveau de sécurisation informatique que dans un espace de bureaux classique. L'entreprise peut aussi choisir son degré de confidentialité et contrôler l'accès à ses espaces de bureaux privés.

- **Des espaces évolutifs**

Les espaces intérieurs sont transformables selon les besoins des occupants.

- **Adaptabilité au potentiel de croissance des équipes**

Les entreprises veulent pouvoir s'installer dans des locaux modulables, stopper un abonnement rapidement ou au contraire louer de nouveaux espaces en fonction des fluctuations du nombre de leurs salariés, des fusions ou des créations de nouvelles branches et équipes.

Les nouveaux espaces souhaités sont de préférence situés dans les mêmes locaux ou - par manque de place ou souhait spécifique de séparation des équipes - dans des locaux appartenant à la même chaîne de coworking. A cela trois raisons : le souhait de rapprocher/séparer les équipes selon les besoins, de leur fournir un niveau d'équipement et de mobilier équivalent, et enfin, de standardiser les espaces, voire de les transformer aux couleurs de la marque de l'occupant.

- **Flexibilité en termes de durée d'engagement**

La location d'un espace de coworking assure une grande flexibilité, la plupart des entreprises de coworking ne demandent qu'un mois de préavis pour les bureaux privés.

Les 3 incontournables de l'immeuble de coworking, ce que veulent les entreprises :

- *Un accès aux transports en commun en pied d'immeuble*
- *Un environnement central, qualitatif et dynamique*
- *Une excellente connectivité à internet*

LOYER, QUE PAYENT LES ENTREPRISES POUR DES BUREAUX PRIVÉS ?

UNE FOURCHETTE DE PRIX ÉLASTIQUE

Les prix affichés varient selon les marques, les prestations offertes et les localisations considérées. A Paris les entreprises doivent compter entre 680 et 1 100 €/mois par poste de travail dans un bureaux privé en espace de coworking. Ce loyer varie selon la qualité des services, du design et de la localisation. En région, le prix y est plus bas, entre 300 et 460 €/mois par poste de travail.

UN GRAND ÉCART AVEC LES VALEURS LOCATIVES MOYENNES D'UN BUREAU CLASSIQUE

A Paris, le prix moyen d'un bureau privé dans un espace de coworking détenu par un acteur issu de la filière immobilière* est de 930 €/mois/poste de travail soit entre 1 100 et 2 230 €/m²/an selon le ratio au m² par poste de travail pratiqué par l'enseigne; à titre de comparaison le loyer prime d'un bureau classique enregistré en 2017 est de 800 €/m²/an dans le QCA et le loyer moyen de bureaux de 1^{ère} main à Paris Centre-Est (3,4,10,11^{ème}) est de 550 €/m²/an.

A Lyon, le prix moyen d'un poste de travail en bureaux privé dans un espace de coworking est de 330 €/mois/poste de travail soit 390 à 790 €/m²/an (selon les ratios au m² pratiqués), à titre de comparaison, la valeur locative la plus haute observée, à l'heure actuelle, est de 300 €/m²/an, pour une prise à bail située dans le cœur historique de l'Hôtel-Dieu. Le prix moyen à Bordeaux, atteint, quant à lui, 300 €/mois/poste de travail, soit entre 360 et 720 €/m²/an selon les ratios de surfaces utilisés.

UNE DÉCOTE DES PRIX SELON LA DURÉE D'ENGAGEMENT

Les prix affichés diffèrent bien souvent des prix réels : les espaces de coworking mettent en place pour les entreprises clientes des tarifs préférentiels en fonction de la durée de la location suivant un système d'engagement sur le long terme. A Paris, on peut compter une décote de 100 € par poste de travail pour des bureaux privés haut de gamme dans le cas d'un engagement de plus d'un an.

VALEUR LOCATIVE MOYENNE ESTIMÉE D'UN BUREAU PRIVÉ
EN ESPACE DE COWORKING HAUT DE GAMME, EN M²/
AN PAR RATIOS DE 5, 7 ET 10 M² PAR POSTE DE TRAVAIL
(TRANSACTIONS 2014 - 2018)

PARIS



LYON



BORDEAUX



Source : Cushman & Wakefield

Ratio en m²

Un coût par poste de travail moins cher en coworking que dans un bureau classique ?

Le coût moyen global par poste de travail en France en 2017 (charges comprises, frais hors voyages) dans un bureau classique est de

12 655 € par an***.

Suivant la gamme des prestations opérées par les espaces de coworking, ce coût peut être en moyenne de 40% inférieur à celui d'un bureau classique pour un poste à Paris en fourchette basse, ou, au contraire, supérieur (+0,4%) en fourchette haute.

*Exemples : Wework, Kwerk, Spaces, Startway, Nextdoor...

**Les informations concernant les montants de décote de ces valeurs locatives reste cependant ténues et discrètes, il convient donc de rester prudent lors de l'utilisation de ces données.

*** Buzzy ratios 2017

COWORKING

ET COÛTS PAR POSTE DE TRAVAIL

LE COWORKING, MOINS CHER QUE LES BUREAUX ?

Les valeurs locatives par m² des bureaux privés en espaces de coworking sont plus élevées que celles des bureaux classiques, cependant le coût par poste de travail y est moins élevé ou quasiment égal, selon la montée en gamme des prestations.

Les grands acteurs du coworking intègrent désormais les coûts des services et d'exploitation dans le prix initial du loyer par poste de travail. Les services concernés sont variés allant de l'aménagement, de l'entretien, de la prise en charge internet, aux coûts liés aux services d'accueil et d'animations (conférences, afterworks, entretiens avec des experts...). Les coûts affichés prennent donc aussi en compte les coûts liés aux services et à l'exploitation du bâtiment.

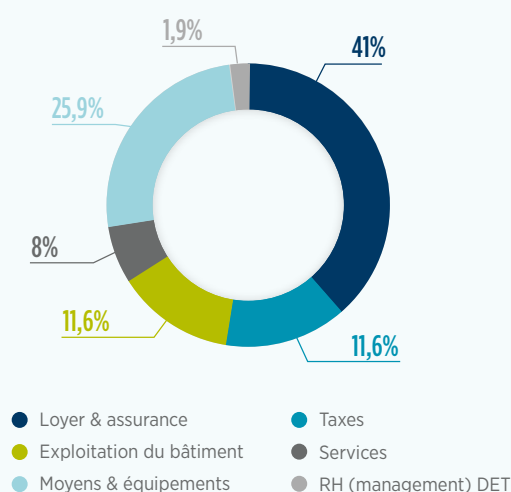
LA DIVERSITÉ DE L'OFFRE DE SERVICE REND LES COMPARAISONS DIFFICILES

Les services inclus dans le loyer peuvent différer d'une enseigne à l'autre, et d'autres coûts comme la location des places de parkings ou les crédits supplémentaires d'accès aux espaces de réunion sont bien souvent affichés en supplément.

La non standardisation de l'offre des services inclus dans les loyers peut prendre au dépourvu les entreprises et implique des coûts supplémentaires variables. Ce système instaure également une différence de prix significative dans le rapport qualité/prix/service selon les enseignes.

*Chiffres Buzzy ratio, 2017

RÉPARTITION DU COÛT GLOBAL MOYEN D'UN POSTE DE TRAVAIL EN FRANCE, EN 2017



Source : Buzzy ratios 2017

COÛTS INCLUS DANS LE LOYER INITIAL VS COÛTS SUPPLÉMENTAIRES POUR UN BUREAU PRIVÉ EN ESPACE DE COWORKING

Coûts pris en charge dans le loyer initial	Coûts supplémentaires hors loyer initial
Mobilier, aménagement, CAPEX	Abonnement téléphonique ligne fixe
Coûts d'entretien et de réparations, exploitation du bâtiment	Impression des copies en surplus par rapport au crédit alloué chaque mois
Charges, taxes et assurances relatives à l'immobilier	Places de parking
Animations et conférences	Crédits supplémentaires d'accès aux salles de réunion en surplus par rapport au crédit alloué chaque mois
Mise à disposition d'espaces communs de détente et sportifs	Domiciliation juridique

Source : Cushman & Wakefield

GAINS DIFFÉRENCIANTS

LE CHOIX DU COWORKING NÉCESSITE MOINS D'IMMOBILISATION DE FONDS LORS DE SON INSTALLATION

Lors de la prise à bail d'un bureau classique, une entreprise doit immobiliser en moyenne des fonds équivalents à 3 mois de loyer pour le dépôt de garantie et 12 mois de loyer pour une garantie à première demande, si l'entreprise est « jeune ». Ces 15 mois de loyers représentent une somme d'argent considérable à immobiliser pour une entreprise en phase de développement; c'est autant de cash que l'entreprise ne peut investir dans son business model.

A contrario, en espace de coworking le montant de la somme à immobiliser est bien inférieur : il faut prévoir 1 à 2,5 fois le loyer mensuel pour la caution (suivant le nombre de postes et selon les enseignes). La solution de coworking est donc, à ce titre, plus intéressante pour l'entreprise dans le sens où elle évite une immobilisation trop importante de ses fonds.

LES GAINS IMMATÉRIELS

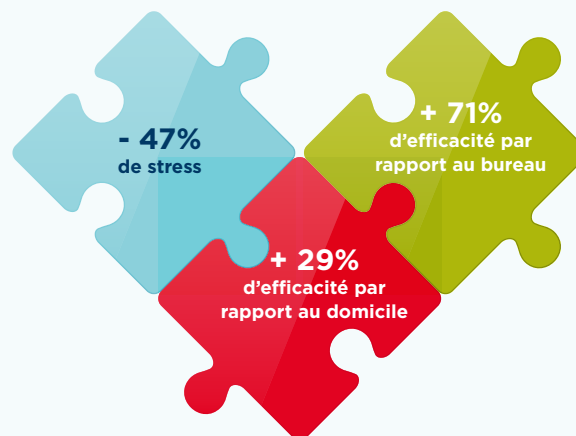
Enfin, l'impact des gains immatériels comme la flexibilité et la liberté de mouvement avec l'accès aux autres sites de la même marque dans différentes localisations (exemple Pass Wework ou Le Spot - Multiburo), l'accès aux réseaux communautaires, la hausse de la motivation et de la productivité du salarié sont autant de réductions de coûts potentielles pour l'entreprise cliente d'un espace de coworking. Le calcul de ces gains est cependant difficile à chiffrer; de nouveaux systèmes de mesures de ces paramètres et de nouveaux indices devraient voir le jour à l'avenir. Aujourd'hui certains acteurs du coworking comme KWERK, initient le mouvement et mettent en place des mesures de satisfaction, de bien-être et de gain de productivité de leurs clients.

Un recul de plusieurs années sera tout de même nécessaire pour mesurer et analyser les impacts et apports réels sur le long terme des bénéfices immatériels pour le salarié et l'entreprise dans ce type d'espaces.

Une société peut être obligée d'immobiliser une somme équivalente à 15 mois de loyer en moyenne pour une location classique contre 1 à 2 mois et demi pour un espace de coworking.

Source : Cushman & Wakefield

BÉNÉFICES DU TRAVAIL EN TIERS-LIEUX



Source : Neo-Nomade « Coworking les nouveaux bureaux des entreprises », 2017

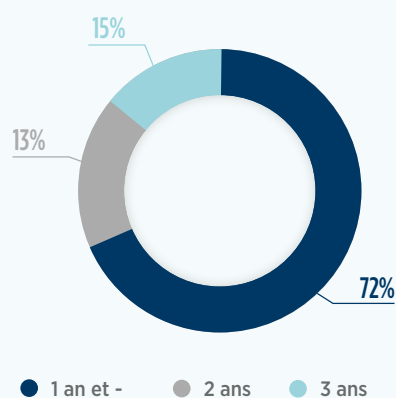
LE BAIL, UN CASSE-TÊTE POUR LES OCCUPANTS ?

LE BAIL COMMERCIAL PEU ADAPTÉ AUX BESOINS

Les entreprises qui occupent des espaces de coworking favorisent des durées de contrat différentes du schéma habituel des baux commerciaux (3/6/9 ans). Cette durée par triennale est trop longue pour des entreprises à la recherche de davantage de flexibilité, avec, pour la majorité d'entre elles, des durées faibles n'excédant pas un an et renouvelables au mois.

Les entreprises de coworking privilégient donc le contrat de prestation de service, qui répond à la fois au besoin de flexibilité des clients/occupants et au caractère « serviciel » des prestations délivrées dans les espaces de coworking. Cependant, les contours de ce contrat doivent être précisés de manière adéquate pour en limiter les risques, notamment en ce qui concerne certains sujets comme les services, la durée du préavis, les modes de résiliation, les heures d'accès ou encore les mesures de sécurité ou les obligations en termes d'assurance etc.*

DURÉE DE BAIL DES TRANSACTIONS D'OCCUPANTS D'ESPACES DE COWORKING, DE 2016 À MI-2018



Source : Cushman & Wakefield

EXEMPLES DE DIFFICULTÉS LIÉES AUX BAUX ET CONTRATS EXISTANTS SUR LE MARCHÉ

Durée des baux commerciaux trop longue (3/6/9 ans)

Nécessité d'identification précise de la nature du bailleur (entreprise de coworking) encore floue au niveau juridique

Solution de domiciliation de société peu adaptée à la location hors siège social

Source : Cushman & Wakefield

* « Les modifications du paysage immobilier : quel statut juridique pour les nouveaux modes de travail ? » Ondine Prevotau, Bignon Lebray - Le Monde du Droit



LES PROPRIÉTAIRES D'IMMEUBLES DE COWORKING



QUI LOUE À DES ENTREPRISES DE COWORKING ?

QUI SONT-ILS ?

Une gamme assez large d'investisseurs ont dans leur portefeuille de locataires des opérateurs de coworking.

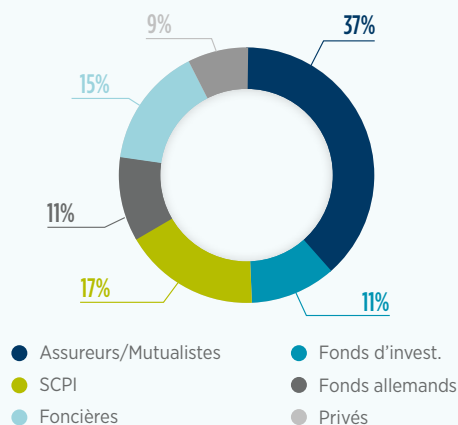
Leur capacité à signer des baux longs expliquent, entre autres, leur succès auprès de compagnies d'assurances et fonds de pensions (GENERALI RE, CGPA, CCR...), ou encore de véhicules grand public de type SCPI ou fonds allemands. Les foncières cotées (GECINA et COVIVIO principalement) représentent quant à elles 15% des propriétaires d'immeubles loués à des coworkers. Derrière ces locations, ces foncières profitent d'un poste d'observation de ces nouvelles tendances immobilières et peuvent installer dans leurs immeubles leur propre marque de coworking (SECONDESK pour GECINA, WELLIO pour COVIVIO), mais aussi des acteurs extérieurs (NEXTDOOR notamment).

La gamme des bailleurs de coworking compte aussi des fonds d'investissement (11% des transactions recensées), des fonds allemands (11%) mais aussi des investisseurs privés (9%).

NATIONALITÉ DES PROPRIÉTAIRES

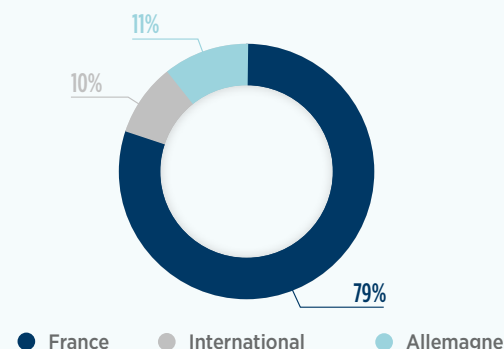
Sans surprise, près de 80% des bailleurs d'entreprises de coworking sont des investisseurs nationaux. Néanmoins, quelques propriétaires étrangers ont pris part au mouvement coworking. Un grand nombre d'entre eux se sont manifestés plus tardivement, à partir de 2017, une fois le marché du coworking en France mieux établi; ils se tournent à l'heure actuelle en majorité vers des grandes marques de coworking - étrangères mais aussi françaises - telles que WEWORK, NEXTDOOR, KWERK ou MORNING COWORKING. Parmi eux, les investisseurs allemands se distinguent particulièrement et concentrent 11% des parts sur les 21% étrangers.

RÉPARTITION DES PROPRIÉTAIRES D'IMMEUBLES LOUÉS À DES COWORKERS, EN NOMBRE DE TRANSACTIONS DE 2014 À MI-2018



Source : Cushman & Wakefield

RÉPARTITION DES NATIONALITÉS DES PROPRIÉTAIRES D'IMMEUBLES EN NOMBRE DE TRANSACTIONS DE 2014 À MI-2018, EN %



Source : Cushman & Wakefield

Installer sa marque dans son immeuble : la stratégie des foncières

Certaines foncières comme COVIVIO (ex-FONCIERE DES RÉGIONS) et GECINA ont également installé leurs marques de

coworking (Wellio, Secondesk) dans leurs propres immeubles. Cette pratique minimise les risques tout en faisant baisser le taux de vacance de leur actif et de leur patrimoine plus généralement. Elle permet aussi de se positionner sur un créneau porteur d'une image d'innovation.

UN ESPACE DE COWORKING, UNE OPPORTUNITÉ ?

POURQUOI ACCUEILLIR DES ESPACES DE COWORKING DANS SON IMMEUBLE ?

Louer à des espaces de coworking peut bénéficier aux propriétaires et participer à la valorisation des immeubles de différentes manières :

- **Optimiser l'occupation de l'immeuble :**
 - faire baisser la vacance de l'immeuble,
 - augmenter son taux de pré-commercialisation,
 - générer un loyer,
 - éviter un surcoût de charges opérationnelles.
- **Revaloriser un immeuble**
... ancien, moderne ou en état d'usage doté d'une bonne structure et d'une bonne localisation. Les entreprises de coworking, en particulier les plus conséquentes en termes de taille, ont tendance à prendre à leur charge davantage de travaux de rénovation intérieure et de remise aux normes (thermiques notamment). D'une pierre deux coups, le propriétaire déduit les frais des travaux et la valeur de l'immeuble augmente.
- **Créer un lieu de vie et de passage**
...afin de donner l'image d'un immeuble « vivant » inscrit dans un écosystème et ouvert sur la ville.
- **Valoriser l'image du propriétaire**
...avec une vitrine neuve et innovante, mais également démontrer une capacité à s'adapter, à rester dans l'air du temps, et à gérer les risques.
- **Participer à la reconversion de l'immeuble**
...les différentes étapes pour transformer un immeuble (maturation du marché, attente d'opportunité, administration...) peuvent prendre du temps, voire plusieurs années. Pendant ce laps de temps, les propriétaires peuvent attirer des espaces de coworking afin de faire baisser les coûts de la vacance et d'exploitation du bâtiment. Cette solution fonctionne davantage si elle est combinée à la venue d'espaces atypiques et urbains tels

que des makerspaces, des ateliers ou des pépinières de start-ups principalement; elle n'est viable que si l'immeuble répond à des critères de bonne localisation de préférence centrale et à proximité des lignes de transports en commun.

ET LES RISQUES ?

Certaines caractéristiques propres au mode opératoire des sociétés de coworking peuvent générer des risques pour le propriétaire.

Pour être rentables, les espaces de coworking doivent être utilisés de façon plus intensive que les bureaux classiques. Il en découle **une très forte densité de population de travailleurs** au m², ce qui incite à redimensionner les équipements techniques et à réaliser des travaux pour optimiser les capacités. Cette intensité d'usage accélère de facto l'obsolescence des immeubles.

Enfin, **le risque d'impayé ou de retard de paiement** augmente compte-tenu du caractère relativement récent et donc fragile du business model des coworkers : 60% des espaces de coworking dans le monde sont déficitaires (Deskmag, 2016). Cependant, ce risque diminue quand le business model de la société est solide, ce qui est le cas des grandes chaînes de coworking.

Opportunités	Risques
Baisse de la vacance	Surdensité au m ²
Valorisation de l'immeuble	Possibilité d'impayés
Rénovation intérieure souvent prise en charge par le locataire	Exige de la flexibilité dans la gestion des baux
Opportunité lors d'une reconversion d'actif	
Gain d'image	

Source : Cushman & Wakefield

NATURE DES BAUX

LE BAIL COMMERCIAL EST COMMUN

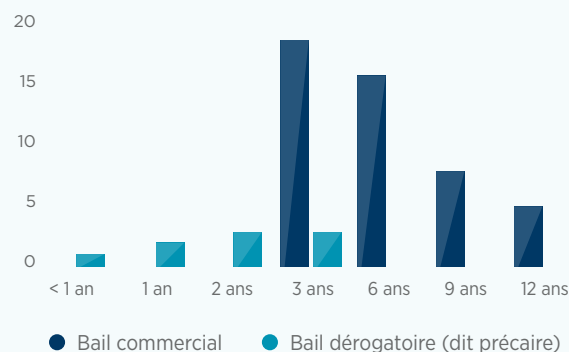
Les entreprises de coworking favorisent davantage les baux commerciaux que les baux dérogatoires, elles sont prêtes à signer sur des durées fermes et longues (jusqu'à 12 ans fermes). Les baux de plus longues durées sont signés par des grandes entreprises de coworking sur des surfaces de plus de 5 000 m². Sur les moyennes surfaces (de 1 000 à 5 000 m²) les durées les plus courantes vont de 3 à 6 ans, tandis que les preneurs des petites surfaces (moins de 1 000 m²) signent en majorité pour 3 ans. Le panel des exceptions est cependant large, avec des cas de baux dérogatoires - dont certains de moins d'un an - signés sur des moyennes et grandes surfaces; a contrario, des baux de très longue durée - jusqu'à 6 ans fermes - peuvent être également signés sur des petites surfaces.

UN ENGAGEMENT STABLE

Les prises à bail fermes sur des durées longues peuvent s'expliquer essentiellement par le besoin de rentabiliser les coûts des travaux - parfois lourds - de rénovation et de réaménagement des espaces dans l'immeuble, et par l'investissement conséquent mis sur la localisation, avec des loyers très élevés (en dépit des négociations opérées si travaux à charge), notamment à Paris, où certaines valeurs locatives de transactions ont dépassé les 800 €/m²/an.

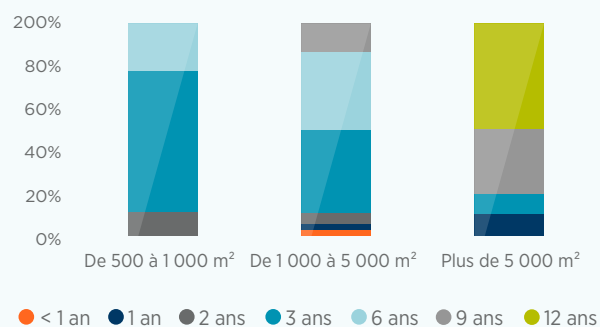
Aussi, le concept même du business du coworking s'axe sur la valeur immatérielle créée par la clientèle et les services. En cela, il se rapproche davantage de celui d'un fonds de commerce hôtelier en évaluant la valeur sur les taux d'occupation de la clientèle et le nombre de postes loués. Cette nature quasi hôtelière, qui se centre en partie sur l'abonnement d'une clientèle d'habitues, laisse à penser que l'entreprise de coworking devrait conserver sa localisation et par conséquent, renouveler son bail. Cette hypothèse devrait être confirmée à l'avenir par les faits.

NATURE ET DURÉE DES BAUX DES ENTREPRISES DE COWORKING, EN NOMBRE DE TRANSACTIONS (2014 - 2018)



Source : Cushman & Wakefield

DURÉE DES BAUX ET TAILLE DES ENTREPRISES DE COWORKING, EN NOMBRE DE TRANSACTIONS (2014 - 2018)



Source : Cushman & Wakefield

Fermeté sur la durée mais flexibilité sur la surface prise à bail :

Les entreprises de coworking préfèrent s'engager sur des baux commerciaux fermes de moyenne et longue

durée, cependant les options attachées aux contrats sont monnaie courante, et concernent notamment les options liées à la taille des locaux, avec des autorisations de réductions ou d'agrandissement de surfaces.

STRATÉGIE DES PROPRIÉTAIRES ET PROMOTEURS

PARTENARIAT, RACHAT OU CRÉATION ?

Depuis l'avènement du coworking vers la fin des années 2000 en France, les acteurs spécialisés dans ce type de tiers-lieux se sont multipliés sur le marché, et certains d'entre eux, à l'instar de WEWORK, sont devenus des poids lourds du secteur. Les investisseurs institutionnels ont alors commencé à réfléchir à des stratégies pour eux aussi « prendre la vague coworking » et ne pas se laisser dépasser. Outre-Manche, trois stratégies principales se sont dessinées : la création de marque de coworking, la joint-venture et le rachat d'un opérateur de coworking*. Mais en France, les propriétaires ne favorisent pas toutes ces stratégies.

LES ACTEURS FRANÇAIS PRÉFÈRENT CRÉER LEUR PROPRE MARQUE

Jusqu'à présent, les grands bailleurs en France n'opèrent qu'une seule stratégie à savoir la création de marque de coworking. Cette

stratégie a été adoptée par un certain nombre de foncières, comme COVIVIO (ex-FONCIERE DES REGIONS) avec sa marque Wellio qui vise l'ouverture de 70 000 m² d'espaces flexibles d'ici 2022, GECINA avec Secondesk qui teste le terrain avec l'ouverture de deux espaces situés en proche périphérie de la Capitale, ou encore ICADE avec Smartdesk qui a développé 5 espaces en périphérie, notamment dans le cadre d'une convention signée avec GRAND PARIS AMENAGEMENT concernant l'évolution du secteur Paris Nord.

LA JOINT-VENTURE EST L'APANAGE DES PROMOTEURS EN FRANCE

La joint-venture est, pour l'heure, une stratégie uniquement utilisée par les promoteurs, comme BOUYGUES IMMOBILIER qui, après avoir créé sa marque de coworking (NEXTDOOR), a choisi d'étayer son offre en s'alliant avec le groupe ACCORHOTELS; ou encore les NOUVEAUX CONSTRUCTEURS qui ont, quant à eux, choisi d'être partenaires et actionnaires de KWERK.

PAS DE RACHAT D'OPÉRATEUR DE COWORKING DANS L'HEXAGONE

Le rachat d'un opérateur de coworking, troisième stratégie opérée par les propriétaires d'immeubles au Royaume-Uni, ne s'est, quant à elle, pas encore développée en France. Cette stratégie permet aux propriétaires de bénéficier de l'expertise d'un acteur ultraspécialisé dans un secteur encore volatile. Elle a été adoptée au Royaume-Uni par BLACKSTONE* (également propriétaire d'immeubles Outre-Manche) qui a acquis la participation majoritaire de THE OFFICE GROUP; et BROCKTON CAPITAL* qui a investi significativement dans la société FORA.



*« Coworking 2018 » Cushman & Wakefield Research & Insight UK, 2018

VERS DE NOUVELLES VALORISATIONS IMMOBILIÈRES

PENSER L'IMMEUBLE COMME UN LIEU DE VIE

...l'immeuble de demain se pense comme un lieu faisant partie d'un écosystème. Il aura ainsi des fonctions multiples et abritera des bureaux, des tiers-lieux, des commerces, des restaurants, des logements, des espaces verts, etc... Il sera également ouvert sur la ville : la population pourra y vivre de jour comme de nuit. Les espaces de coworking peuvent y faire office de vitrine, au rez-de-chaussée de l'immeuble notamment, et attirer une population externe/interne active du matin au soir, voir la nuit (certains établissements étant ouverts 24h/24 7j/7).

LES ESPACES DE COWORKING, LABORATOIRES DES NOUVELLES TENDANCES

Les espaces de coworking centrés sur les services doivent rester à la page des besoins des utilisateurs, en mouvement perpétuel. En cela, ils sont une mine d'information potentielle (à la condition du respect du traitement des données personnelles) sur les besoins et comportements des utilisateurs et les nouvelles tendances d'aménagement des bureaux. Cette fonction de laboratoire des usages participe également à la valorisation des espaces de coworking, vitrine de l'innovation immobilière.

DES INITIATIVES NATIONALES ET TERRITORIALES

Le nouveau rapport commandé par le secrétaire d'Etat auprès du ministre de la Cohésion des territoires propose la création d'un réseau national des tiers-lieux avec une enveloppe totale de 110 millions d'euros planifiés sur trois ans pour le renforcement et la création des tiers-lieux en France, dont 50 millions de fonds d'investissement socialement responsable pour aider à la reconversion d'espaces en tiers-lieux.

Cette initiative laisse entrevoir des opportunités de reconversions d'espaces et de développement des entreprises de coworking dans des territoires moins centraux. Cependant le bon déroulement de ce plan dépend de plusieurs paramètres essentiels, dont le développement de la couverture réseau de la fibre optique sur le territoire national, et la révision efficiente des normes et réglementations concernant la reconversion des immeubles, tertiaires notamment.

DES LIVRAISONS D'IMMEUBLES AVEC ESPACES DE COWORKING INTÉGRÉS

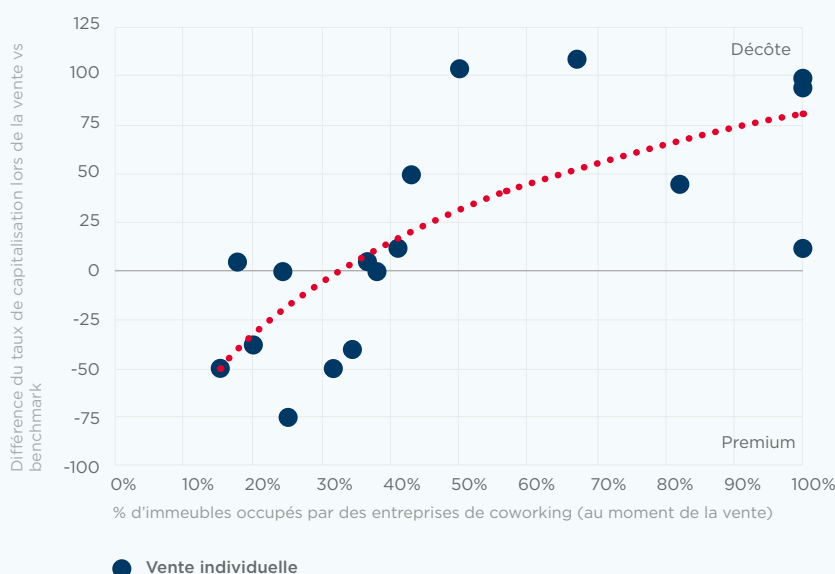
Les nouvelles livraisons de bureaux pourront intégrer d'office des espaces de coworking afin de répondre à la demande des usagers. Quelques programmes, notamment de BOUYGUES IMMOBILIER qui possède NEXTDOOR, sont déjà en cours d'étude. Ces projets initiés à l'heure actuelle principalement par des promoteurs et des foncières qui possèdent une filiale de coworking, intéressent également les instances publiques de développement des territoires de par leur caractère innovant, laissant des opportunités de constructions. Certains points d'ombres juridiques, qui concernent notamment le choix de la qualification d'activité de la destination du Plan Local d'Urbanisme (PLU)*, peuvent cependant avoir une incidence sur les travaux concernant les espaces de coworking.

A l'heure actuelle, rien ne permet de dire si ces projets vont initier une nouvelle tendance de construction des bureaux ou même un retournement de marché avec de nouvelles normes (notamment de profondeur d'immeubles à 25-30 mètres par exemple), et/ou s'ils seront mixés avec les projets d'immeubles réversibles permettant également l'accueil d'espaces de coliving.

* « Coworking, attention à la destination » Immoweeek Magazine, Chatain & Associés, 2017

L'ESPACE DE COWORKING ET LA VALORISATION DE L'IMMEUBLE

IMPACT DE L'OCCUPATION D'UN ESPACE DE COWORKING SUR LE TAUX DE CAPITALISATION -
VENTES D'IMMEUBLES AVEC OCCUPANT DE COWORKING (T1 2016 - T1 2018)



Sources : Real Capital Analytics - Cushman & Wakefield Research US

Coworking, vecteur
de valorisation des
immeubles aux
Etats-Unis

Une étude Cushman & Wakefield menée aux Etats-Unis* démontre que le taux d'occupation d'un immeuble par une entreprise de coworking se répercute sur le taux de capitalisation. Le taux d'occupation idéal d'un espace de coworking dans un immeuble permettant un taux de

capitalisation premium pour le propriétaire se situe entre 15% et 30%; à l'inverse, au-delà de 40% d'occupation, la capitalisation est moins rentable qu'avec un autre type de locataires.

Les impacts de ces ratios d'occupation sur la valorisation des actifs pourraient évoluer au fil du temps, lorsque les investisseurs et les propriétaires seront habitués à davantage d'opérations impliquant des taux d'occupations élevés sur des espaces de coworking.

* Cushman & Wakefield « Coworking and flexible office space - Additive or disruptive to the office market? », 2018



ET EN FRANCE ?

A l'heure actuelle, seules deux ventes d'immeubles loués en tout ou partie à des opérateurs de coworking ont été signées en Ile-de-France, et à Paris précisément :

Tout d'abord, l'ensemble « Cœur Marais / Fhive » vendu par BLACKSTONE a été acquis par GENERALI REAL ESTATE au 1er semestre 2018 à un taux de 3,20% et une valeur métrique autour de 15 000 €/m². Cet ensemble de 21 000 m² est occupé sur un tiers de sa surface par WEWORK.

Le deuxième actif en question concerne un immeuble de 7 500 m² récemment acquis par AMUNDI sis rue Trudaine et loué intégralement à WEWORK.

Il est difficile de se prononcer aujourd'hui sur la décote, ou à l'inverse, la prime dans la valorisation des immeubles loués à des coworkers. L'avenir nous dira si ces nouveaux fournisseurs de solutions immobilières flexibles sont in fine des locataires comme les autres...ou pas !

DÉFINITIONS

Capex : (de capital expenditure) Dépenses d'investissement d'acquisition ou d'amélioration des biens physiques, immobilisations corporelles et incorporelles d'une entreprise.

Coliving : (aussi appelé « cohabitat ») Dans le sens du marché immobilier, est un tiers-lieux hybride qui mixe coworking et habitation.

Corpworking : Coworking dédié qui prend place au sein des locaux d'une entreprise.

Coworking : (aussi appelé « cotravail ») Ce terme possède de multiples définitions. Désigne une organisation de travail regroupant des travailleurs indépendants, des salariés nomades et/ou des entreprises. Les types d'espaces d'un lieu de coworking sont multiples, certains sont partagés, d'autres privés. Les acteurs du coworking mettent généralement en avant les concepts de communauté, d'échanges, de collaboration et de services au sein de ses espaces.

Coworking de 1^{ère} génération : Coworking issu de l'économie collaborative et numérique.

Coworking des acteurs de l'immobilier : Coworking issu de la filière immobilière.

Coworking « hors bureaux » : Coworking qui concerne des espaces autres que des bureaux (café, crèche etc...).

Demande placée : Ensemble des transactions, à la location ou à la vente, réalisées par des utilisateurs finaux, y compris les précommercialisations, les clés en main et les opérations pour compte-propre, sous réserve de la levée des conditions suspensives.

Production neuve de bureaux : Ensemble des surfaces neuves à construire et en chantier avec ou sans autorisations (PC et agréments) et non encore livrées.

Production neuve potentielle de bureaux : Ensemble des projets identifiés n'ayant pas encore obtenu d'agrément et/ou de permis de construire.

Proworking : Contraction de « professional » et de « coworking ». Est un dérivé du coworking, davantage centré sur une offre de service haut de gamme et alignée sur le confort du mobilier et de l'aménagement de bureaux des grandes entreprises.

Taux de vacance : Part de l'offre immédiatement disponible dans le parc de bureaux existant à un instant T.

Valeur locative de transactions : Dans cette étude, loyer facial lors d'une opération de transaction immobilière.

BIBLIOGRAPHIE

ETUDES CUSHMAN & WAKEFIELD

« Coworking 2018 » Cushman & Wakefield Research & Insight UK, 2018

« Coworking and flexible office space - Additive or disruptive to the office market? », Cushman & Wakefield Research & Insight US, 2018

« Operational excellence and innovation : can occupiers have it all? » The Occupier Edge 4th edition, Cushman & Wakefield, 2017

« Quand l'immobilier s'affirme comme vecteur de la transformation des entreprises » Reload, Cushman & Wakefield Global Occupiers Services et Research France, 2017

« Well. Work. Place. Making spaces human again » The Occupier Edge 5th edition, Cushman & Wakefield, 2017

AUTRES ÉTUDES

« Corporate coworking : quelle(s) réalité(s) derrière le coworking en entreprise? », Ze Village, HR&D, 2015

« Coworking les nouveaux bureaux des entreprises », Neo-Nomade, 2017

« Coworking et immobilier de bureaux en IDF », ORIE, 2017

« Engagement and the Global Workplace » Steelcase, 2016

« Global Coworking Survey », Deskmag, 2017

« Health at Work », VitalityHealth, 2017

« Perception sur le télétravail : regards croisés salariés/dirigeants » Malakoff-Médéric, 2017

« Rapport Mission Coworking : Faire ensemble pour mieux vivre ensemble », LEVY-WAITZ Patrick, Ministère de la Cohésion et des Territoires, CGET, 2018

ARTICLES

FAYAT Muriel, VERMERSH Arnaud « Coworking, attention à la destination » Immoweb Magazine, Chatain & Associés, 09-10.2017

PRÉVOTEAU Ondine « Les modifications du paysage immobilier : quel statut juridique pour les nouveaux modes de travail? » Bignon Lebray - Le Monde du Droit, 02.06.2017

INFOGRAPHIES

« L'indice du coworking », BAP, 2017



AUTEURS

Agnès Talène

Chargée d'études

+33 (0)1 53 76 95 56

agnes.talene@cushwake.com

Magali Marton

Directrice des Etudes - France

+33 (0)1 86 46 10 95

magali.marton@cushwake.com

CONTACTS

Antoine Derville

Président

+33 (0)1 53 76 92 91

antoine.derville@cushwake.com

Ludovic Delaisse

Head of Agency

+33 (0)1 53 76 92 73

ludovic.delaisse@cushwake.com

Disclaimer

Il ne saurait être initié de transaction, basée sur le présent document, sans l'appui d'un avis professionnel spécifique et de qualité. Bien que les données aient été vérifiées de façon rigoureuse, la responsabilité de Cushman & Wakefield ne saurait être engagée en aucune manière en cas d'erreur ou d'inexactitude figurant dans le présent document. Toute référence, reproduction ou diffusion, totale ou partielle, du présent document et des informations qui y figurent, est interdite sans accord préalable exprès de Cushman & Wakefield. En tout état de cause, toute référence, reproduction ou diffusion devra en mentionner la source.

©2018 Cushman&Wakefield, Inc. Tous droits réservés