



Avons-nous toujours besoin de bureaux ?

Ce qu'en pensent
les dirigeants
d'entreprise





Méka Brunel
Directrice Générale

Jamais l'immobilier d'entreprise n'avait connu une telle secousse. L'annonce d'un confinement strict, en mars 2020, et avec lui la généralisation du télétravail pour lutter contre la Covid-19, s'est brutalement imposée comme un test grandeur nature. Après un premier bilan, où managers et salariés sont parvenus à créer de nouveaux modes de fonctionnement pour maintenir tout ou partie de leur activité, la nouvelle est tombée comme un couperet : cette fois, c'en était fini du bureau.

Et si c'était vrai ? Et si l'avenir donnait raison à l'emballage et aux analyses quelque peu hâtives ? Ma conviction profonde – et elle en surprendra plus d'un – est que le bureau, au sens traditionnel du terme, a bel et bien vécu ses dernières heures.

La crise sanitaire a amplifié les tendances que sont l'attractivité économique des métropoles, les nouvelles technologies, et l'urgence à agir pour préserver l'environnement. Elle a également accentué le changement de regard sur l'entreprise, sur laquelle pèse des attentes encore plus vives de la part de nos concitoyens. Le rapport au travail, enfin, a connu une forte accélération de sa mue. Face à ces mouvements inédits, la valeur et les fonctions accordées de longue date au bureau sont aujourd'hui caduques.

Les besoins ont changé de nature. Les professionnels de l'immobilier d'entreprise n'ont d'autre choix que de se réinventer pour répondre aux nouveaux enjeux, qui sont désormais culturels. Ils n'ont d'autre choix que de transformer le bureau, l'espace physique de travail, en lieu de vie désirable et durable, où l'humain a toute sa place. En lieu de vie ouvert, qui accompagne, accueille, réunit, partage, facilite, stimule, bouillonne, soude et incarne. En lieu de vie respectueux du passé mais aussi de l'avenir, qui allie bien-vivre et performance.

C'est pour relever ce défi et nourrir sa vision prospective que Gecina a décidé de lancer, en septembre 2020, une étude auprès de grands dirigeants d'entreprise. Plus d'une vingtaine d'acteurs de premier plan ont accepté de partager avec nous leur vision sur les évolutions de la société, sur le rapport au travail et à l'entreprise, sur les futurs équilibres territoriaux et le rôle des métropoles, sur l'essor des préoccupations environnementales et l'aspiration au retour à l'essentiel. Des enseignements particulièrement riches, que nous restituons dans ce livret.

Je vous en souhaite une bonne lecture.

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

ELABE

Cette étude a été réalisée par le cabinet d'études et de conseil ELABE entre le 6 octobre 2020 et le 20 janvier 2021. Au total, 24 entretiens qualitatifs d'une heure en moyenne ont été menés auprès de dirigeants d'entreprise (DG, PDG, Secrétaires généraux, Directeurs immobiliers...), que Gecina tient à remercier chaleureusement.

Entreprises représentées :

AG2R LA MONDIALE, BARBANEL, BNP PARIBAS, BOSTON CONSULTING GROUP, BUREAU VERITAS, CHANEL, EDENRED, ELIOR, ENGIE, FNAC DARTY, GROUPE ADP, GROUPE CASINO, HERMÈS, LEGRAND, LVMH, MCKINSEY, NATIXIS, RICOH, SAINT-GOBAIN, SCHNEIDER ELECTRIC, SODEXO, TOTAL, VICAT, VINCI.

Monde du travail et crise sanitaire :

des accélérations de tendances déjà à l'œuvre et une révélation

Une décennie marquée par deux tendances de fond

Interrogés sur les mutations à l'œuvre dans le monde du travail ces dernières années, les dirigeants identifient deux phénomènes sociétaux majeurs, qui ont eu des répercussions très fortes sur l'entreprise.

L'évolution du sens et de la fonction accordés au travail d'abord.

Dans bien des cas, ce dernier n'est plus seulement un moyen de subsistance, mais un vecteur d'épanouissement, de quête de sens et de reliance sociale. La fin des carrières linéaires, la multiplication des expériences, le recours aux mobilités, aux formations et aux reconversions en sont des illustrations. Si ce nouveau rapport à l'entreprise se manifeste à travers la cohabitation des différentes générations, il dépasse le seul cercle des « millennials ».

L'horizontalisation de la société et la délégitimation des figures d'autorité ensuite. Alors que les citoyens appellent à un renouveau démocratique quitte à inventer de nouvelles formes de contestation politique, que les consommateurs interpellent publiquement les marques quitte à affecter leur image, les salariés, eux, aspirent à plus d'autonomie et de responsabilités quitte à bousculer la hiérarchie.

Cette nouvelle posture du salarié, qui entend participer davantage aux prises de décision, a bouleversé le fonctionnement de l'entreprise, avec des implications managériales majeures : la fin du système pyramidal traditionnel, et la consécration des « *soft skills* ».

Verbatims

« Ce qu'on observe, c'est la fameuse quête de sens, la notion de *purpose* qui est renforcée. »

« On avait l'habitude d'une carrière un peu linéaire, de la culture de l'expert, 15 ans dans la même boîte. Maintenant, les gens changent plus facilement. Ils se forment tout au long de leur carrière. »

Verbatims

« Le mode de collaboration passe du vertical vers l'horizontal. Traditionnellement très top down, clientéliste, le manager avec son bureau, sa voiture de fonction, disparaît peu à peu. »

« On constate un raccourcissement des hiérarchies. Les jeunes veulent être traités d'égal à égal. »

« On valorise de moins en moins les profils techniques et de plus en plus la notion de chef de projet, de manager, de leader... »

Être dirigeant aujourd'hui, c'est savoir bien manager, bien communiquer, faire travailler les autres. »

« Il y a un peu moins d'attachement aux entreprises qu'avant. On est dans une logique de contrat : travail et savoir-faire mais avec l'attente d'un retour du côté du collaborateur. Donc moins de fidélité. »

« Il y a eu une accélération du « Moi » : les collaborateurs sont presque devenus consommateurs. »

Ce double mouvement s'est vu accéléré par la **transformation numérique** et l'essor des **nouvelles technologies**, qui ont conduit à une évolution des métiers (disparition de certaines tâches, apparition de nouvelles compétences, robotisation...) et à l'émergence de nouvelles manières de travailler (collaboration et transversalité, mais aussi télétravail et flex office).

C'est dans ce contexte que s'est accentué le **phénomène d'ubérisation**, avec pour conséquence une logique de contrat poussée à l'extrême et une porosité croissante entre vie professionnelle et vie personnelle.

Le caractère essentiel du contact humain en entreprise, ou la révélation de la crise sanitaire

Les dirigeants sont unanimes : la crise sanitaire produit un double effet.

- **L'accélération phénoménale des tendances déjà à l'œuvre**, en particulier la logique d'horizontalité, et la recherche d'autonomie du salarié qui trouve une réponse avec le télétravail.
- **La révélation du caractère essentiel du contact humain en entreprise**, dont chacun a pu faire l'expérience par le manque en 2020, en particulier depuis le deuxième confinement, tant du côté des dirigeants que des salariés.



Verbatims

« Le télétravail a permis de faciliter le travail à distance, avec efficacité, mais il ne faut pas non plus tomber dans la naïveté !

J'observe une sorte de fatigue de travailler derrière les écrans. »

« Les gens ont découvert que l'entreprise était un lieu de sociabilisation extraordinaire. »

« Je crois aux interactions physiques, je crois à la créativité en étant ensemble. On a beau avoir maintenant des logiciels de créativité virtuelle, ça ne remplace pas l'humain. »

Présidents et Directeurs Généraux partagent une conviction : **le télétravail s'est brutalement imposé comme une règle de facto**, sous la pression de la contrainte sanitaire. La nécessité faisant loi, la plupart des entreprises dressent un bilan positif de l'exercice imposé : continuité de l'activité, performance maintenue, projets aboutis et missions remplies.

Pour autant, aucun ne croit en la capacité de leurs organisations à adopter un modèle qui ferait du télétravail la nouvelle norme : souffrance exprimée par les collaborateurs privés d'un lieu de sociabilité indispensable à la formation, à l'évolution et à la reconnaissance professionnelle, perte de créativité source de valeur et de performance, étiolement de l'attachement à l'entreprise et fragilisation de la culture interne par la disparition des rites et repères qui tissaient les liens.

La crise sanitaire éclaire d'un jour nouveau la fonction de l'espace physique de travail : il est le lieu de la rencontre, de l'échange spontané et de l'informel à la source de l'idée, du lien qui nourrit la relation à l'entreprise et l'engagement du collaborateur. Autant d'expériences qui ne se dématérialisent pas et supportent mal l'intermédiation systématique et durable par les écrans.

Pas de rupture donc, mais une certitude se dessine : le bureau a encore de beaux jours devant lui, mais dans une conception renouvelée.

Verbatims

« Je ne sens pas un rejet du bureau, je ne sens pas une volonté de télétravail absolu. En revanche je ressens une volonté de changement.

Les salariés veulent une flexibilité, une autonomie dans les horaires.

Le bureau n'a pas disparu mais j'y vais comme dans une base. »

— Focus

D'un point de vue pratique, l'épidémie de Covid-19 a également introduit une priorité jusque-là oubliée : **l'impératif sanitaire**.

Alors que les préoccupations portaient hier sur la sécurité au travail, puis plus récemment sur le bonheur au travail (la figure du « *chief happiness officer* »), elles se recentrent aujourd'hui sur la santé au travail (espaces suffisamment grands, gestion optimale des flux, espaces extérieurs pour s'aérer...).

Ce nouvel enjeu sanitaire met un coup d'arrêt au mythe de la réduction drastique des mètres carrés, bien que la pression financière reste forte, comme souligné par plusieurs dirigeants.

Verbatims

« Les gens vont vouloir plus d'espace entre les bureaux.

Le télétravail va induire une baisse de la demande de bureau, mais en même temps on va avoir une exigence de dé-densification des bureaux. »

« Les bureaux de demain seront différents, c'est sûr.

Mais il n'est pas évident qu'ils seront plus petits. On aura des parties communes qui feront plus rêver et qui seront plus nombreuses. »

Anthos,
Boulogne-Billancourt



La vision de Gecina

par Méka Brunel

— **«Je n'ai jamais cru à l'avènement du tout télétravail. Pour une raison très simple : le droit ou, devrais-je dire, le devoir de se déconnecter.»**

La nécessité impérieuse de rentrer chez soi en fin de journée et d'y trouver un lieu sacralisé. Une respiration. Je considère le domicile comme un sanctuaire où l'on peut bien sûr lire une note ou préparer une réunion, mais où les interactions professionnelles doivent être limitées. Comme tout le monde, j'aime recevoir chez moi. Mais je ne m'habituerai jamais aux intrusions virtuelles dans mon salon ou celui de mes collaborateurs. La technologie permettrait-elle de s'affranchir de l'intime ? Serait-ce un facteur de progrès ? Je pense au contraire que le règne des écrans ne doit pas faire tomber toutes les barrières, pour notre bien à tous.

La crise que nous traversons me conforte dans cette conviction. Et ce d'autant plus que l'on ne mesure pas encore les conséquences psychologiques et sociales du «100 % télétravail», en particulier sur les femmes, trop souvent ramenées aux

tâches domestiques, contraintes de tout mener de front, au risque de frôler le burn-out. C'est une réalité : le travail à la maison est un creuset d'inégalités qui pourrait bien anéantir les progrès réalisés ces dernières années en matière d'égalité.

Dans bien des cas, le numérique a permis de maintenir une activité au plus fort de la crise – et c'est heureux. Mais il a aussi montré que plus nous digitalisons, plus nous avons besoin de rencontres et de contacts humains, de femmes et d'hommes réunis pour répondre aux enjeux de demain. L'entreprise doit rester un espace de conquêtes et d'émancipation, et offrir un équilibre à chacun des collaborateurs.

C'est là qu'intervient Gecina. Il est de notre responsabilité de proposer des espaces de travail équipés, confortables et facilement accessibles, conçus pour favoriser le travail d'équipe, pousser à la créativité, stimuler l'apprentissage, permettre la rencontre fortuite. Le tout dans des sièges ou des tiers lieux installés au rez-de-chaussée d'immeubles résidentiels, réservables en quelques clics à l'heure ou à la journée. C'est tout le sens des offres de services innovantes de notre marque YouFirst, que nous adaptons et développons en tirant les leçons de 2020. »

32-34 Marbeuf,
Paris

Immobilier de bureau :

de la commodité figée à l'espace d'expérience évolutif

Pour les dirigeants interrogés, l'immobilier de bureau devra désormais répondre à trois fonctions. Chacune contribuant à faire du bureau un lieu de vie désirable.

Un lieu d'usage et de partage

Traditionnellement considéré comme un espace de commodité offrant un cadre de travail aux salariés, régi par des horaires et des règles contraignantes, **le bureau devient un espace dédié au travail en équipe et au partage.**

D'un lieu statique, il devient dynamique. Une nouvelle dichotomie se met en place : le travail individuel est réservé à la maison ; le « travailler ensemble » et la créativité sont attribués au bureau, dans un objectif de performance et de business.

Cette vision comporte de nombreuses implications opérationnelles, dans la conception même de l'immobilier de bureau. **Elle induit la création de bureaux proposant un panel de solutions matérielles et technologiques, qui s'adaptent aux nouvelles manières de travailler,** avec une plus grande place laissée aux espaces de convivialité.

■ Une offre étendue et dynamique de solutions de travail, pour que chacun y trouve sa place (« espaces communs de travail », « lieux de convivialité », « salles de réunion connectées », « petites cellules isolées »...).

■ Une montée en gamme des outils technologiques, dont les salariés ne disposent pas chez eux (« une concentration de moyens et d'outils »).

Verbatims

« Il y a une nouvelle logique : si je suis au bureau, j'attends autre chose que d'être en Teams toute la journée. Je suis là pour des interactions. On va avoir des moments de collectifs beaucoup plus importants. »

« Quand les collaborateurs viendront au bureau, ce sera pour faire de la formation, du travail en équipe, de l'esprit collectif. Quand ils seront chez eux, ils auront un agenda différent. »



YouFirst Café,
16 rue des Capucines,
Paris

Verbatims

« L'idéal c'est qu'on puisse se rencontrer au bureau dans un mode plus efficace, collaboratif mais aussi pour sociabiliser différemment. Derrière tout ça, ça crée de l'envie, et donc à la fin du résultat. »

« Mon rêve de bureau, c'est d'avoir une organisation en forme de ruche, vitrée, transparente, pour inciter les gens à se déplacer, à se rencontrer et à échanger. »

■ Des espaces modulables, évolutifs et intelligents, qui s'adaptent au travail collaboratif (« organisation en mode projets »).

■ Des bureaux sur-mesure, adaptés aux besoins spécifiques de chaque entreprise (« Aujourd'hui, on développe un projet en blanc et ensuite on trouve l'utilisateur. Il faut changer d'approche »).

Grâce à ces attributs, le bureau de demain sera un lieu de vie, de rencontres, d'interactions et de sociabilisation, au service de la création et de l'innovation.

Verbatims

« Le siège, je l'ai voulu comme une vitrine de notre savoir-faire. »

« On a besoin de lieux qui représentent l'entreprise. Nous c'est la R&D, nos labos, et des endroits pour inviter les clients, montrer ce qu'on fait de mieux. Le siège est un endroit symbolique. »

« Les salariés veulent que l'identité de leur entreprise rejaillisse dans leurs locaux. Ils ne veulent pas être dans une tour comme tout le monde, mais dans un endroit aux couleurs de ce qu'on vend. »

Un lieu symbole, d'expérience, qui incarne les valeurs et le savoir-faire de l'entreprise

Donner à voir une activité, valoriser des métiers et une expertise : nombre de dirigeants estiment que le bureau de demain doit servir de vitrine à l'entreprise, incarner son identité, montrer son excellence et refléter les « contours de son âme ».

Pour cela, la dimension expérientielle est fondamentale, à la fois dans la rencontre humaine et dans la présentation des produits. Cela se traduit concrètement par la « showroomisation » des espaces de travail, ouverts aux collaborateurs, aux clients et aux parties prenantes, voire au grand-public en cas d'événement.

Un lieu de séduction, qui renforce la marque employeur et permet de remporter la guerre des talents

Insistant sur la nécessité de recruter les meilleurs profils et les plus grands talents, les dirigeants considèrent que l'immobilier de bureau doit être mis au service de la marque employeur. Il fait partie de la proposition de valeur faite aux futures recrues.

Pour se démarquer de la concurrence, et ainsi sortir son épingle du jeu, l'entreprise doit être en mesure de proposer du confort et des services, en plein cœur des métropoles.

- Des bureaux qui favorisent le bien-être (mobilier, acoustique, lumière...), ou la promesse de se sentir mieux qu'à la maison («*C'est l'idée du bureau refuge, agréable, du bureau prolongement de chez soi, du bureau personnalisé, du bureau dont on est fier*»).
- Des bureaux centraux et accessibles, au cœur des métropoles et des nœuds de mobilité, offrant une vie de quartier authentique, où l'on a plaisir à se retrouver. Cet enjeu revient systématiquement dans les discours de dirigeants d'entreprise de services. Dans le secteur industriel, la localisation est aussi stratégique, mais le critère principal reste la proximité des transports. Le scénario d'un siège central où se retrouvent les collaborateurs, au centre d'une métropole, est privilégié. L'option de la «satellisation» est jugée moins pertinente du fait du télétravail.
- Des bureaux durables, qui intègrent les préoccupations environnementales et l'aspiration au retour à la nature («*Végétalisation, jardin... la demande des salariés vis-à-vis de leur entreprise est en train de monter à toute vitesse sur ce genre de sujet*»).

Accueillir, appartenir, stimuler, collaborer, partager, représenter, servir...

Les verbes utilisés par les dirigeants pour décrire les valeurs et fonctions attribuées au bureau de demain laissent transparaître une ambition pour l'immobilier d'entreprise : contribuer au sentiment d'appartenance des salariés, être le ciment d'une culture commune, incarner le «*commun*» de l'entreprise, rassembler en son sein telle une «*maison de famille*».

La vision de Gecina

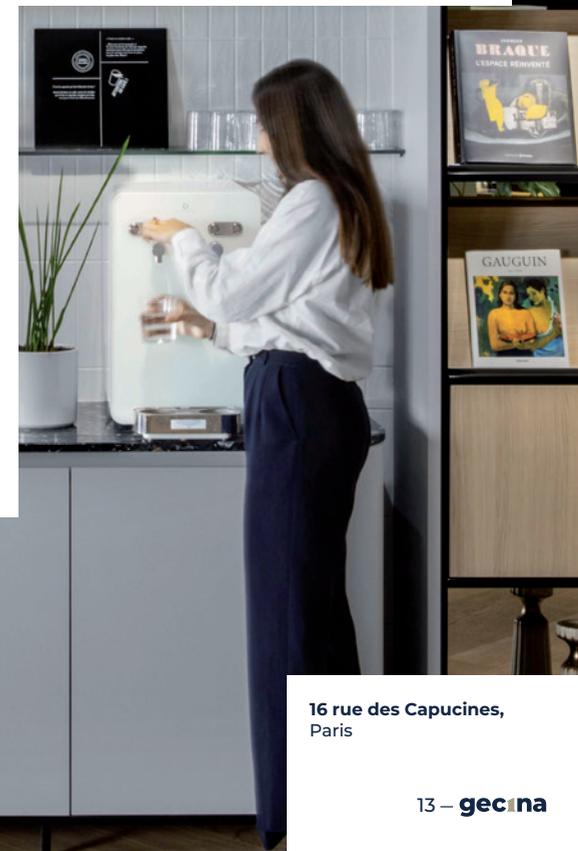
par Méka Brunel

— **« Je le dis avec force : un siège social inoccupé n'a pas de valeur. Sa seule véritable richesse, ce sont ses salariés, ses équipes, et l'énergie du collectif qui en découle. »**

Partant de ce principe, Gecina a décidé d'aller plus loin dans son positionnement : passer d'une approche B2B à une approche B2B2C voire B2C n'est plus une option mais une nécessité.

Plus que jamais, nous souhaitons concevoir l'immobilier d'entreprise pour nos utilisateurs. Avec, pour maîtres mots, l'adaptation et l'adaptabilité. Dans l'aménagement et la modularité des espaces au fil du temps, dans l'équipement technologique, dans le panel de services proposés, dans les réponses apportées aux défis environnementaux. Car nos immeubles devront être plus vertueux sur le plan écologique : l'urgence est là, et nous ne pouvons plus attendre. Affranchissons-nous – osons l'assumer – des contraintes trop souvent imposées par le temps long et d'une vision du passé froide et rigide.

Être partenaire de ses clients, c'est refuser que notre relation soit dictée par le seul code de la construction. Faire du sur-mesure, construire pour l'usage, offrir aux salariés une expérience désirable à tout point de vue, renforcer nos actifs dans les zones de centralité pour limiter les déplacements domicile-travail : tels sont nos objectifs pour, chaque jour, aider celles et ceux qui nous font confiance à développer leurs projets et tirer le meilleur parti de leurs talents. »



16 rue des Capucines,
Paris



Biopark,
Paris

L'entreprise, nouvel espace public au cœur de la ville ?

Ouverture, inclusion, RSE... Les attentes de la société de plus en plus fortes à l'égard des entreprises

L'image des entreprises progressent aux yeux des Français¹, et ce d'autant plus que leurs actions ont convaincu durant la première vague de la crise sanitaire (72 % des personnes interrogées estimaient que les entreprises avaient été à la hauteur depuis le début de la crise).

Parce qu'elles sont considérées comme des acteurs majeurs pour améliorer le monde (près de 2 Français sur 3 estiment qu'elles en ont le pouvoir), les entreprises se voient désormais attribuées une feuille de route élargie, qui va au-delà de leurs fondamentaux.

Des attentes perçues par les dirigeants interrogés, qui évoquent l'exigence d'ouverture sur la société, d'une plus grande inclusion, ou encore d'un plus grand engagement dans une démarche RSE.

Verbatims

« L'entreprise doit montrer qu'elle est inclusive. Elle ne vaut rien si elle ne participe pas de manière active au système dans lequel elle est baignée.

On ne peut pas imaginer prospérer durablement sans se soucier de l'environnement autour. Et cela ne fait que commencer. »

« L'avenir des entreprises, c'est quand même de ne plus être dans le grand enfermement. »

« Toutes les entreprises sont priées de prêter la main, d'avoir un impact positif, et ça va s'accélérer. »

1. Étude ELABE pour l'Institut de l'entreprise, septembre 2020.

De l'entreprise « bunker » à l'entreprise transparente et sans cloison : une première étape franchie

Face à ces attentes d'ouverture, l'immobilier d'entreprise a franchi ces dernières années une première étape. Le bureau, qui était considéré comme un endroit mystérieux, « bunker », permettant d'encadrer le travail des salariés, est devenu un lieu où les murs tombent, avec des espaces ouverts, dans une logique de rationalisation des coûts d'abord, dans une logique de transparence et de communication ensuite. Avec un objectif : ne rien cacher pour éviter la suspicion.

Cette démonstration d'ouverture s'est traduite de manière très concrète dans la manière d'aménager l'espace et dans le choix des matériaux, à l'intérieur comme à l'extérieur de l'entreprise. L'utilisation de surfaces vitrées en est le signe.

Verbatims”

« L'idée de bureau fermé, où l'on ne voit pas ce qui se passe dedans, ça ne se fait plus. C'est une vraie barrière à l'échange, à des contacts informels et à la collaboration. »

De l'entreprise transparente au lieu d'accueil de la cité : un déplacement à venir ?

Verbatims”

« Une question nous taraude : comment utiliser nos locaux pas seulement 8-10h par jour mais à tout moment, le soir, la nuit ? Comment arriver à concilier l'espace purement professionnel et la vie culturelle ? Comment penser le bureau comme un endroit de vie ? »

« Ouvrir ses bureaux à des partenaires, à un lieu de coworking, à des commerces en rez-de-chaussée, c'est une variable d'ajustement intéressante pour l'avenir. »

Dans ce contexte, certains dirigeants entrevoient de plus grandes évolutions encore : la transformation de la place de l'entreprise dans le quartier, la ville et le monde, dont les bureaux deviendraient un lieu d'accueil et de dialogue, au cœur de la cité.

Un bouleversement qui serait l'ultime étape de l'ouverture de l'entreprise, et qui irait dans le sens de l'entreprise engagée, à mission, contribuant positivement à un écosystème élargi (collaborateurs, clients, parties prenantes, acteurs associatifs, habitants...). Elle ne serait plus seulement le lieu des salariés, mais un espace partagé voire un lieu d'action pour la ville, caractérisé par une mixité d'usages et une mixité d'utilisateurs.

Au-delà des bénéfices en termes d'impact positif sur la ville, cette « dé-bunkerisation » est présentée comme un impératif de survie pour les acteurs économiques, une manière de gérer efficacement l'immobilier, voire un gisement de création de valeur.

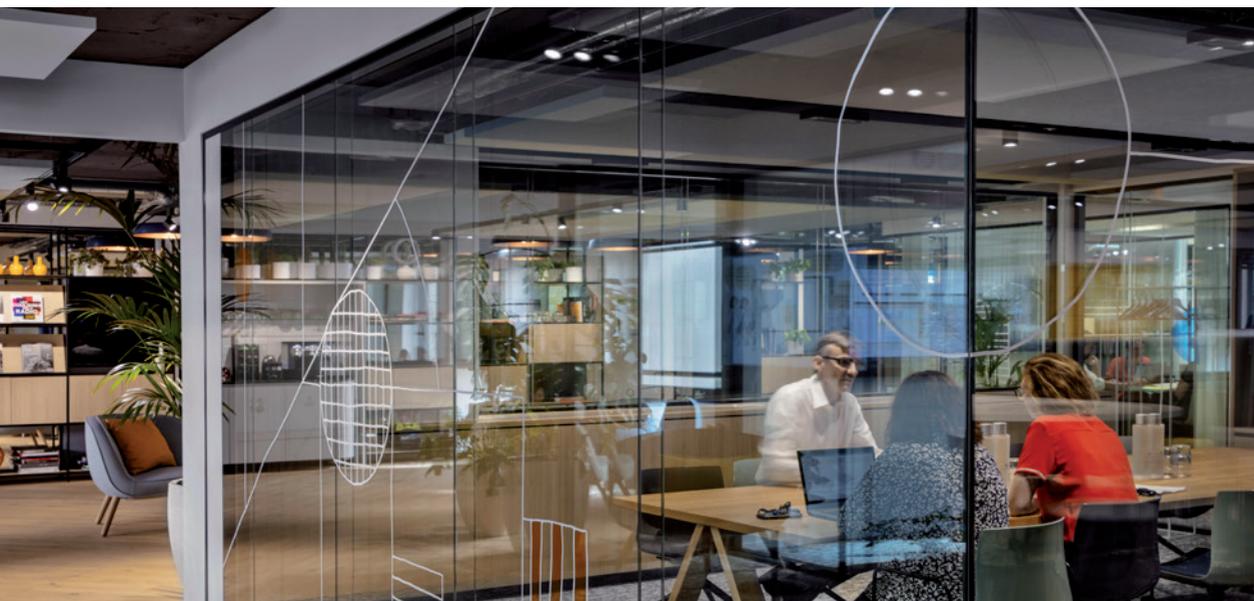
Verbatims”

« Il n'y a plus de bureau. La fonction qu'on lui attribuait n'est plus la même. L'immobilier de bureau doit donc changer de nom, pour traduire l'idée d'un lieu de vie où l'on travaille. »

« Peut-être quelque chose comme immobilier collectif... Immobilier avec une activité collective... »

« Il faut y réfléchir, mais on pourrait presque penser à un club-house ! Une notion qui traduise quelque chose de fondamentalement ouvert, où ça circule. »

Ce déplacement vers l'entreprise comme lieu d'accueil de la cité marquerait la fin de l'immobilier de bureau traditionnel et la naissance d'un nouveau secteur à imaginer : l'entreprise comme nouvel espace public. L'expression même « d'immobilier de bureau » serait alors à réinventer.



16 rue des Capucines,
Paris

La vision de Gecina

par Méka Brunel

— « **L'ouverture de l'immobilier d'entreprise sur la ville, le quartier et ses habitants est le sens de l'Histoire. Elle porte en elle les fondements d'un grand nombre de réponses aux défis que nous rencontrons.**

Qu'il s'agisse de la métropolisation, avec la nécessité de rendre les villes plus vivables pour tous; de la cohésion sociale, avec le besoin de favoriser l'inclusion des plus vulnérables au moment où la crise ravive les fractures de notre société; ou encore de la transition écologique, avec l'urgence de préserver la planète pour les générations futures.

Bien sûr, les réglementations et le carcan des normes nous entravent. Bien sûr, les problématiques liées à la sécurité de nos immeubles font obstacle. Mais il nous faut unir nos forces pour lever les freins, main dans la main avec les professionnels du secteur, les collectivités locales et les pouvoirs publics. Car nous avons une responsabilité collective pour l'avenir. Celle de répondre à la crise du logement en reconfigurant certaines parties de nos bâtiments, celle de faire profiter nos voisins de nos services (parking, conciergerie, commerces) et de nos espaces de confort (jardins, terrasses, lieux de restauration), celle de participer à la vie associative locale en mettant des moyens à disposition. Celle de transformer, en un mot, nos bureaux en lieux de vie durables. »

157 CDG,
Neuilly-sur-Seine

Au dos :
Ive - Pergolèse,
Paris



16, rue des Capucines
75084 Paris Cedex 02

Tél. : +33 (1) 40 40 50 50
gecina.fr

gec1na