

# Management

FEVRIER 2019



**Toutes les études mettent en lumière qu'il est possible de faire de l'espace de bureau un levier de performance, de créativité et de bien-être, en l'aménageant mieux et en l'adaptant aux nouveaux modes de travail. Dans ce dossier, la parole aux pros !**

L'espace de travail apparaît aujourd'hui comme l'un des leviers qui permettra de s'adapter aux nouvelles pratiques, en intégrant des nouvelles possibilités et des outils adaptés. C'est ce qui ressort d'une récente étude de l'ARSEG. Devenant un outil servant les nouvelles stratégies, il va également continuer à remplir ses fonctions fondamentales et devenir progressivement une vitrine, symbole des valeurs et de l'identité de l'entreprise. L'environnement de travail doit en effet être attractif pour les talents extérieurs et permettre de préserver le lien social en interne, tout en restant à l'appui des objectifs de politique RH (implication, fédération, bien-être, entres autres). L'environnement de travail est à la fois un coût, qu'il s'agit d'optimiser, et une ressource pour les collaborateurs qu'il s'agit de maximiser. Il peut être utilisé comme outil de gestion, pour orienter les comportements individuels et collectifs, et contribuer ainsi à la poursuite de l'efficacité productive. Partage, ouverture et créativité sont autant de valeurs que les nouveaux espaces de travail cherchent à incarner. Dans ce cadre, la transformation des lieux de travail est donc à la fois une cause et une conséquence des évolutions des modes de travail et de la stratégie d'organisation. Pour 60% des Français, l'aménagement de leurs bureaux est un vrai plus pour se sentir bien, être motivé et avoir

envie d'y rester. C'est ce que démontre une étude INTERFACE, en soulignant qu'un cadre de travail adapté stimule la créativité, la motivation et le bien-être des salariés. A 46 %, les personnes interrogées estiment même qu'un bon aménagement pourrait être décisif au moment de choisir entre deux emplois, à typologie de poste égal. Un critère bien plus important, donc, que celui de la proximité bureau-domicile, prioritaire pour seulement 29 % des sondés. Quant à la configuration en open-space, 35 % en bénéficient déjà mais ils ne sont encore que 7 % à travailler en flex office, clean desk, open-space hyper connecté... Une lame de fond qui inquiète bon nombre d'utilisateurs. Car si 43 % des sondés (51% chez les moins de 35 ans) se disent favorables à ce type d'aménagement, en revanche près de 30 % avouent qu'ils ne sont pas sûrs de pouvoir s'y adapter. Parmi les facteurs du bien-être au bureau, la lumière naturelle est la plus citée (83 %), suivie de l'espace (62 %), du calme (57 %), des éléments naturels (43 %, enfin de la couleur (21 %). De quoi inciter les entreprises à réaménager leurs locaux, et les décorateurs et aménageurs à revenir aux fondamentaux !

Sources : Etude ARSEG avril 2018 (Association des directeurs de l'environnement de travail), Etude en ligne mars 2018 Toluna pour Interface.

## ACOPLAN

### L'expert de la modulation d'espaces

Fondée en 1981, ACOPLAN est l'un des acteurs principaux de la cloison mobile en France. Sa belle image de marque s'explique à la fois par son expérience en tant que concepteur, fabricant et installateur et par sa démarche très qualitative. La parole à Hubert Mangin, son dirigeant depuis deux ans.

[www.acoplan.fr](http://www.acoplan.fr)

#### Les murs mobiles, une vraie tendance ?

Jusqu'à ces dernières années, le mur mobile était souvent ressenti par les entreprises comme un concept cher, inesthétique et inutilement compliqué. Cette perception négative a totalement évolué, à la fois en raison des nouveaux modes de vie au travail, de plus en plus exigeants quant à la flexibilité et au bien-être, et en raison des prix croissants de l'immobilier tertiaire. Aujourd'hui, la réussite d'ACOPLAN résulte de ce que nous proposons une palette de produits à la fois simples d'utilisation, épurés, et compétitifs. Entre autres exemples d'utilisation : les salles de réunion modulables, les espaces de coworking, les espaces de vente et showrooms, les écoles... Notre créneau, c'est l'optimisation de l'espace, avec un produit-phare, la cloison ACOMAGIC.



#### Quelle est votre spécificité sur votre marché ?

ACOPLAN a été fabricant, durant 40 ans. Aujourd'hui, même si nos éléments de base et nos procédés sont toujours 100% français et conçus en interne,



nous avons pris le parti de commercialiser les produits d'entreprises industrielles de pointe, allemandes ou du Nord de l'Europe, notamment. C'est ce qui nous permet de proposer ce qui se fait de mieux sur le marché, au juste prix. Nos clients sont pour moitié des utilisateurs directs (entreprises et

collectivités) et pour moitié des professionnels du bâtiment : cloisonneurs, aménageurs et agences, architectes, menuisiers... Nous les faisons bénéficier des dernières technologies, tant en termes de facilité d'installation et de manipulation, que d'acoustique. Bref, nous rationalisons nos coûts tout en nous montrant sélectifs, pour pouvoir concentrer notre savoir-faire sur l'esthétique, sur l'ergonomie et sur le conseil. Autre particularité notable d'ACOPLAN, nous offrons un service de livraison et de pose, assuré par nos propres équipes et nos propres camions.



#### Que prévoyez-vous pour demain ?

Nous connaissons actuellement une croissance à deux chiffres et nous nous fixons un objectif réaliste et modéré, qui est de dépasser à court terme les 4 millions de CA, pour atteindre 5 millions à l'horizon 2022. Au-delà de cet objectif quantitatif, nous plaçons la relation client au cœur de notre développement.