

IUT DE PARIS



ANALYSE DE SECTEUR

LE COWORKING UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION



Enes AKDAG

Frikha BUTT

Ismahane FEDAILI

Khadija COULIBALY

Année universitaire 2016-2017

GMO1

SOMMAIRE

ABSTRACT	1
Première partie : Analyse de l'offre et de la demande dans le secteur du coworking	2
A) Un service à court et à long terme	2
B) Le succès du Coworking : service de plus en plus attrayant	3
Deuxième partie : Différentes stratégies au sein du coworking.....	4
A) Une stratégie de croissance externe qui nécessite des moyens de financements et partenariats	4
B) Les concurrents tentent de surfer sur la vague du coworking	7
Sitographie	9
ANNEXE 1 – Le coworking à l'échelle internationale	10

Le coworking, appelé aussi cotravail, est un type d'organisation du travail qui permet de partager un espace et un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture. Le premier espace de coworking est apparu en 2005 à San Francisco. C'est en 2008, à Paris, que le premier espace de coworking français a vu le jour. C'est un secteur en pleine expansion depuis plusieurs années : le nombre d'espaces de coworking dans le monde est passé de 75 en 2007 à 1 130 en 2011. À la fin de 2016, on en compterait plus de 10 000, selon le magazine « Deskmag ».

D'après une enquête de « La Fonderie », une agence publique numérique associée au Conseil régional, Paris est la 3ème métropole mondiale en terme du nombre d'espace de coworking avec 88 emplacements, juste derrière New-York (119 espaces) et Barcelone (92 espaces). On apprend grâce à l'enquête que les coworkers parisiens considèrent ces espaces comme une bonne alternative aux espaces de travail traditionnels car le prix du foncier reste élevé dans la capitale. De plus, les centres existants envisagent de développer leur activité pendant l'année : 61% prévoient d'augmenter le nombre d'évènements et d'animations, 27% vont ajouter de nouveaux postes et bureaux et 12% vont déménager dans des locaux plus grands.

Analyse de l'offre et de la demande dans le secteur du coworking

Un service à court et à long terme

Le coworking est un secteur qui présente globalement la même offre fondée sur deux grands axes, mais il peut, une fois que l'entreprise est en croissance, se distinguer en fonction du type d'animation qu'il propose.

Il existe donc deux types d'offres pour les coworkers : une offre pour les résidents (les habitués) et une offre pour les nomades qui ne sont que de passage dans l'espace de coworking. La plupart de ces espaces proposent des formules souples pour s'adapter aux contraintes des coworkers. Les nomades ont besoin par exemple

d'un espace de travail de manière ponctuelle et spontanée.

Les forfaits peuvent dès lors être à la journée, demi-journée ou encore à l'heure. Cette formule plus flexible suppose que les coworkers disposent d'une place de travail dans un open-space.

D'autre part, on distingue les coworkers résidents qui sont des membres permanent. Ils ont un abonnement sur le long terme, c'est-à-dire au mois ou même à l'année. Ils possèdent une place réservée et privée, et peuvent profiter du lieu sans aucune restriction. Ils retrouvent ainsi un accès illimité à tous les services proposés par l'entreprise.

Le coworking ne se contente pas d'offrir que des salles de travail à ses clients, mais il offre également des espaces aménagés pour qu'ils puissent se sentir comme

chez eux. Il propose alors, en fonction du budget que le centre possède, une cafeteria, une terrasse, une cuisine équipée (four, frigo...) De plus, pour rendre agréables ces espaces de travail, les entreprises vont miser sur la modernité, l'originalité et le design de leurs locaux : elles vont donc choisir un thème pour y créer un monde autour et donc un environnement attractif.

Ainsi les clients vont s'approprier cet environnement et prendront plaisir à y venir. Le but est donc d'offrir des espaces beaux, agréables et lumineux pour le bien-être de ses membres.

Le coworking va aussi et surtout privilégier des conditions de travail optimales pour ses clients avec un mobilier de qualité en nombre suffisant, une excellente

connexion à internet ou
encore de la tranquillité.

Le but de cette offre est
d'établir une certaine
sérénité chez les
coworkers et un vivre
ensemble car le
coworking permet
d'éviter

l'isolement et d'acquérir un certain carnet d'adresse. Le coworking représente un lieu où les clients viennent pour être plus efficace et concentré dans leur démarche de travail. Les centres vont alors offrir des espaces ouverts et conviviaux

Le succès du Coworking : service de plus en plus attrayant

Le marché du coworking est en forte croissance grâce à une demande de plus en plus importante.

Les utilisateurs de ces espaces de travail sont en large majorité des indépendants, des salariés de petites et moyennes ou grandes entreprises, des freelancers, des auto-entrepreneurs, des entrepreneurs etc.

Il existe aussi des utilisateurs qui ont une idée, une compétence ou du temps à allouer et qui sont à la recherche de

pour que les membres puissent communiquer entre eux, et pour favoriser ainsi l'échange des compétences, l'émergence de partenariats, et voire même de projets communs.

projets humanitaires, d'entreprise ou associatif. Les clients sont donc des professionnels et des particuliers. Ces derniers recherchent à travers ces espaces de coworking une nouvelle manière de travailler. Ainsi, de nombreuses personnes sont curieuses de découvrir cette nouvelle organisation du travail dans un secteur qui connaît désormais un véritable succès.

Certains membres rejoignent un espace de coworking parce qu'ils souhaitent éviter l'isolement et changer d'ambiance de travail.

Le coworking offre donc avant tout des locations de salles de travail, ce qui est une excellente solution pour les entrepreneurs car ils peuvent se procurer rapidement un lieu de travail et bien plus (salle de réunion etc...)

Ils sont également motivés par le fait que les espaces de coworking sont des espaces dynamiques et sont donc des lieux idéals pour faire des rencontres professionnelles et échanger avec les autres.

De plus, les coworkers sont attirés par le concept même d'espace de travail alternatif, car c'est une nouvelle manière de concevoir le travail. Le coworker devient ainsi acteur de ce changement.

Les membres sont également attirés par ces espaces de travail car ils représentent des lieux

chaleureux, conviviaux, de partage, d'entraide, de force et de conviction dans lesquels les membres interagissent entre eux.

Cela attire les consommateurs car ils ont un large choix de services et payent seulement les services dont ils en ont besoin (par exemple la location d'un bureau ou la simple utilisation d'une photocopieuse). Cela leur permet donc de réaliser des économies car ils ne sont plus obligés d'être équipés chez-eux

Différentes stratégies au sein du coworking

Une stratégie de croissance externe qui nécessite des moyens de financements et partenariats

Stratégie de croissance externe

Les entreprises de coworking appliquent majoritairement une stratégie de croissance

puisqu'ils passent la plupart de leur temps à travailler dans les espaces de coworking.

En outre, grâce au coworking, les personnes peuvent limiter les migrations pendulaires. En effet, l'écart de plus en plus grand entre les lieux de vie et les lieux de travail ont créé une plaie pour les habitants, en produisant des heures de transport perdues, stressantes, coûteuses et polluantes, et des habitants qui sont moins

externe, c'est-à-dire qu'elles vont se développer en rachetant des unités déjà existantes ayant des outils de production opérationnels et prêts à fonctionner (tables, ordinateurs, chaises...). Le but de cette stratégie est de dominer le marché du coworking en multipliant le nombre d'espaces

présents dans leur lieu de vie pour leurs enfants et leurs proches.

Les espaces de coworking sont équipés avec des produits de haute qualité et sont donc plus professionnels que les bureaux à la maison, rassurent également les employeurs, et permettent à des salariés de télétravailler près de chez eux, quand ils le souhaitent.

possédé.

La stratégie de croissance externe demande un financement important. Les entreprises vont donc essayer de multiplier les partenaires économiques et le nombre d'associés afin de développer leur croissance externe.

Stratégie de financement

Un espace de coworking est un lieu physique qui implique donc des coûts incontournables : aménagement, loyer, énergie... Un porteur de projet de coworking peut alors s'adresser à quatre types d'acteurs pour financer son projet : les banques, les investisseurs, le crowdfunding et les organismes publics (les subventions).

Les banques

La banque constitue la principale source de financement d'un centre de coworking. Elle met à disposition de l'entreprise des ressources financières afin que l'entreprise puissent financer une partie de son actif. La banque acceptera la demande de financement seulement si elle estime

que le projet de l'entrepreneur est crédible et prometteur. Un apport de départ en capital est également demandé. L'entrepreneur devra donc convaincre sa banque de la solidité de son projet de coworking en lui présentant par exemple des documents comptables prévisionnels. Si les banques hésitent, les prêts d'honneur (Réseau Initiative et Réseau Entreprendre) qui sont des prêts à taux zéro et sans garantie sont une bonne solution complémentaire même si les montants sont limités.

Les investisseurs

Faire appel à des investisseurs peut également s'avérer être intéressant. Les investisseurs prendront des parts dans l'entreprise de coworking et aideront cette dernière à se développer en la finançant. Il n'y a aucune obligation pour

l'entreprise de rembourser les fonds investis par les

investisseurs en cas d'échec. Cependant, une partie du contrôle de l'entreprise sera cédée aux investisseurs car ces derniers disposent des parts sociales et donc des droits de contrôle.

Le crowdfunding

Le crowdfunding constitue un autre mode de financement possible. Il s'agit d'un financement participatif dont l'objectif principal est de financer un projet ou une entreprise en s'adressant à plusieurs investisseurs qui mettront chacun une somme afin d'aider le financement de l'entreprise.

Ce financement participatif est de plus en plus utilisé dans l'ouverture d'espaces de coworking, car il permet de réunir autour de soi une première

communauté
d'utilisateurs qui
s'engagent, ce qui rassure
les autres financeurs.

Les subventions

De plus, les centres de coworking peuvent avoir recours aux subventions comme moyen de financement. Ces dernières proviennent d'organismes publics comme les conseils régionaux ou d'associations diverses comme le réseau *entreprendre*. Elles peuvent servir à financer le démarrage d'une entreprise et son développement.

Stratégie du partenariat

Le partenariat peut être défini comme étant une coopération entre deux entreprises qui mettent leurs ressources en commun afin de réaliser un projet. Ce projet peut être, par exemple, le développement d'un nouveau service.

Dans le cadre d'un partenariat, l'entreprise aura également accès à de nouvelles technologies et à des savoir-faire non maîtrisés.

Plus l'entreprise coopèrera, plus elle s'améliorera et aura la possibilité dans certains cas d'offrir plus de services à ses adhérents. Le partenariat, s'il est bien exploité, peut représenter pour l'entreprise un véritable avantage concurrentiel.

Les partenaires peuvent également permettre à l'entreprise de développer sa visibilité et l'aider ainsi à attirer de nouveaux clients. Les partenaires peuvent par exemple publier via leur réseaux sociaux une publication qui présente le projet de l'entreprise partenaire.

Avoir des partenaires qui sont connus à l'échelle nationale et/ou internationale semble constituer un avantage pour une entreprise. En effet, ces partenaires connus vont jouer un rôle de certificateur dans l'esprit des consommateurs et facilitera le choix final du consommateur en faveur de l'entreprise qui dispose ce type de partenaires.

Il est donc nécessaire de s'allier avec d'autres entreprises pour augmenter les chances de succès de l'entreprise. Mettre en place une stratégie de partenariat et la développer est primordial pour les entreprises de coworking.

Les partenaires représentent ainsi des leviers de croissance et

d'ouverture importants
pour une entreprise.

Les concurrents tentent de surfer sur la vague du coworking

Depuis son émergence en France en 2008, le marché du coworking sur le territoire français connaît un succès fulgurant. Ce marché est principalement composé d'indépendant et de start-up.

Cependant, à l'intérieur de ce marché, la concurrence se renforce notamment avec l'entrée massive de nouveaux entrants. En effet, face aux start-up, nous allons retrouver des groupes comme Bouygues Immobilier, Nexity ou bien les hôtels Mercure qui vont se lancer dans ce marché.

Ces groupes, séduits par le concept du coworking qui favorisent les liens entre professionnels, vont ouvrir leurs propres structures de coworking. Le groupe Bouygues va ainsi se lancer avec Nextdoor, Nexity avec Blue Office ou Multiburo avec Le Spot. Ainsi, ces groupes notamment Nexity et Multiburo vont surfer sur la vague de la tendance

Coworking et transformer la menace que représente le coworking en une opportunité. En effet, ces mêmes groupes se sont lancés dans le marché des centres d'affaires qui est un concurrent indirect du coworking, depuis plusieurs années.

Ce marché connaît une croissance en baisse. En effet, selon le site de BFM Business, la croissance des centres d'affaires n'a été que de 2.5% en 2015 contre 6.6% en 2012. Le marché du coworking sera donc vu par ces groupes comme un nouveau marché plutôt qu'un concurrent indirect.

Excepté les concurrents présents à l'intérieur du marché du coworking, nous avons d'autres marchés qui peuvent être perçus comme étant des concurrents indirects du marché de coworking. En effet, ces marchés proposent des services différents mais répondant aux mêmes besoins que ce qu'apporte les espaces de coworking à

leur client. En effet, le principal besoin d'un client sera d'obtenir un espace de travail équipé afin de travailler.

Premièrement, nous avons les centres d'affaires qui vont proposer des locaux à destination des entreprises et autres pour entrepreneurs et autres pour une durée déterminée. On va retrouver des grands groupes sur ce marché comme Multiburo ou NCI. Ces centres d'affaires vont se retrouver le plus souvent dans les centres villes et plus particulièrement dans des immeubles réservés ou répartis pour l'exécution de ce service. Une étude Xerfi prévoit une croissance annuelle entre 3 et 4% pour ce marché en 2016. Ce chiffre positif pour ce marché s'explique notamment par le contexte économique qui va générer le besoin des entrepreneurs à rechercher des solutions d'hébergement économique et modulable. Enfin, on constate que les centres d'affaires jouent un rôle social.

En effet, les différents clients de ces centres d'affaires vont se rencontrer.

On va ainsi observer des rencontres entre professionnels venant d'autres secteurs d'activités et s'enrichir à travers ces échanges. Cependant, malgré ces bons résultats, ce marché est concurrencé par celui du coworking et les télécentres. Cette concurrence pousse les centres d'affaires à innover afin de rester attractif aux yeux de ces clients et potentiels clients.

Ensuite, nous avons les télécentres qui propose une offre à destination des

télétravailleur et travailleur indépendant. Né dans les années 80 en Suède, les télécentres se ont répandu dès les années 2000. Ils permettent aux bénéficiaires d'avoir tous les avantages liés au télétravail (réduction des temps de transport, diminution du stress etc.) tout en évitant l'isolement en travaillent dans des espaces équipés convenablement.

On va retrouver des entreprises comme Orange ou Régus qui vont se lancer dans le marché des télécentres. Les télécentres et les espaces de coworking ont des éléments en

commun avec le coworking comme la mise en disposition d'un espace équipé pour le travail. Cependant, le coworking va favoriser l'échange d'idées entre coworkers et ainsi stimuler leurs créativité.

Ainsi, on constate que le Coworking est composé en son sein d'une concurrence diverse. Cependant, elle a face à elle des marchés comme les centres d'affaires et les télécentres. Ces marchés offrent un service similaire à ce que le coworking propose, ce qui fait de ces marchés des concurrents indirects du coworking .

SITOGRAPHIE

- Auteur Inconnu. « Ouvrir un espace de coworking ». *Source : Site internet de La Cordée, publié le 01/06/2016*

<http://www.la-cordee.net/2016/06/01/ouvrir-espace-de-coworking-montage-financement/>

- Uteur Inconnu. « Ce que les membres de coworking veulent ». *Source : Site internet Deskmag, date de publication inconnu :*

<http://www.deskmag.com/fr/ce-que-les-membres-de-coworking-veulent-enquete-525>

- CHAREST Mathieu. « Le Coworking est devenu une véritable industrie ». *Source : Site internet Les Affaires.com, publié le 07/12/2016.*

<https://www.lesaffaires.com/dossier/defi-start-up-7---2e-edition/le-coworking-est-devenu-une-veritable-industrie/592196>

- Auteur Inconnu. « Comment financer un projet de création d'entreprise ? ». *Source : Site internet The business plan shop.com, date de publication inconnu.*

<https://www.thebusinessplanshop.com/fr/blog/financer-un-projet>

-Gallet Léon. « La vague du co-working déferle sur plus de 200 site ». *Source Journal Les Echos, Publié le 20/03/2016*

http://www.lesechos.fr/20/03/2016/lesechos.fr/021780989640_la-vague-du-co-working-deferle-sur-plus-de-200-sites.htm

- Auteur Inconnu. « Centre d'affaires : souplesse et facilité ». *Source : Site internet de Digidom (Consulté le 08/12/2016) :*

<https://www.digidom.pro/centre-daffaire/centre-daffaire-souplesse-et-facilite/>

- J.M. « Les espaces de coworking ont le vent en poupe ». *Source : Site internet de BFM Business. Publié le 21/03/2016 (consulté le 08/12/2016) :*

<http://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/les-espaces-de-coworking-ont-le-vent-en-poupe-960930.html>

- REBILLIE Bruno. « Immobilier d'entreprise : les centres d'affaires ne connaissent pas la crise ». *Source : Site internet de EconomieMatin ,publié le ,07/01/2014 :*

<http://www.economiematin.fr/news-marche-centre-affaire-domiciliation-entreprises-clients>

- VARASSON Marie, « Centres d'affaires et Coworking, bureaux d'avenir ». *Site internet du Nouvel Economiste, publié le 12/05/2016 :*

<http://www.lenouveleconomiste.fr/lesdossiers/centres-daffaires-et-coworking-les-bureaux-davenir-30775/>

ANNEXE 1

Le coworking à l'échelle internationale

LE COWORKING DANS LES GRANDES MÉTROPOLIS

1. New York
119 ESPACES DE COWORKING
8,4 MILLIONS D'HABITANTS
Les bureaux partagés ou les centres d'affaires font partie intégrante de la culture new-yorkaise. L'implantation des espaces de coworking est une formule supplémentaire et plus communautaire pour ses habitants.

2. Barcelone
92 ESPACES DE COWORKING
5,3 MILLIONS D'HABITANTS
Dans les deux métropoles espagnoles, le phénomène s'est rapidement répandu ces dernières années suite à la crise économique. Avec la fermeture d'entreprises et l'augmentation du nombre de chômeurs, des locaux disponibles et de nouveaux auto-entrepreneurs sont arrivés sur le marché. L'Espagne, avec la Pologne et la Turquie, fait partie des pays européens où il existe le moins de barrières juridiques à l'ouverture d'un lieu.

3. Paris
88 ESPACES DE COWORKING
12 MILLIONS D'HABITANTS
Le prix du loyer étant particulièrement élevé, le coworking apparaît comme une bonne solution pour travailler autrement. La région Île-De-France fait partie des métropoles sensibles au coworking et l'intègre dans ses politiques publiques. Depuis 2012, soixante-dix espaces ont été soutenus financièrement par l'appel à projet - espaces de travail collaboratif - de la Région et une cartographie ouverte et participative, Tech On Map, a été réalisée par La Fondérie, agence numérique d'Île-de-France.

4. Londres
82 ESPACES DE COWORKING
11,9 MILLIONS D'HABITANTS
La société londonienne est historiquement tournée vers la fréquentation de clubs après le travail : il existe donc une culture de la communauté choisie dans les cercles londoniens. Les espaces sont axés startup, business et network. Le Royaume-Uni fait partie des pays où la barrière d'entrée est la plus forte car les espaces sont soumis à des contraintes de rentabilité élevée.

5. Madrid
68 ESPACES DE COWORKING
6,3 MILLIONS D'HABITANTS
Situation comparable à celle de Barcelone.

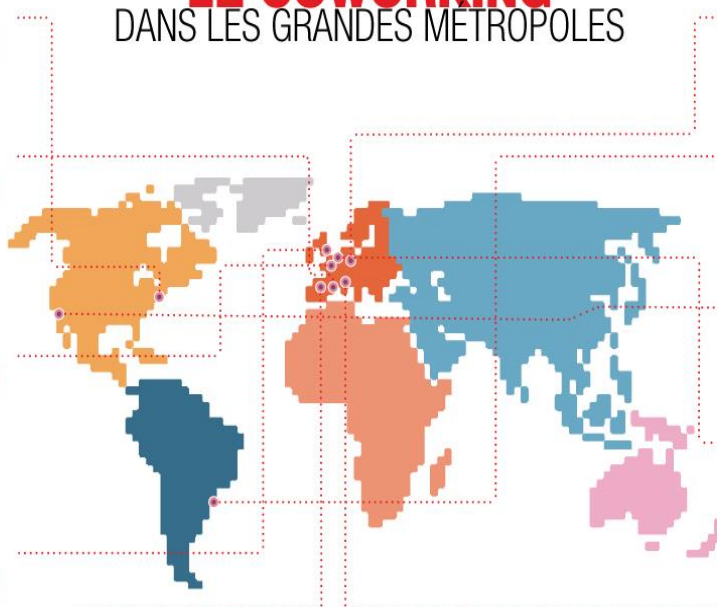
6. Berlin
57 ESPACES DE COWORKING
5,9 MILLIONS D'HABITANTS
Berlin est l'une des premières villes européennes à avoir ouvert son espace, le Betahaus en 2009. Grâce aux nombreuses friches industrielles disponibles et aux loyers relativement bas, la capitale allemande est le terrain de jeu de nombreux lieux.

7. São Paulo
48 ESPACES DE COWORKING
11,3 MILLIONS D'HABITANTS
Des espaces se sont historiquement implantés à São Paulo depuis 2007. Dans tout le pays, la ville de São Paulo est la plus dynamique : les coworkers y sont diplômés, jeunes et employés à 17% par des entreprises privées.

8. Los Angeles
40 ESPACES DE COWORKING
5,3 MILLIONS D'HABITANTS
La ville de Los Angeles est l'un des foyers historiques du coworking, puisque le mouvement a débuté en Californie. Les acteurs publics se sont peu impliqués dans la création d'espaces et ce sont donc les initiatives privées qui se développent.

9. Amsterdam
32 ESPACES DE COWORKING
2,3 MILLIONS D'HABITANTS
Amsterdam est l'une des villes phares du mouvement « co ». Les acteurs publics de la ville ont participé au mouvement en proposant à leurs propres agents de venir travailler dans ces lieux. De plus, en relation avec la politique de transition énergétique, ils ont mis la ville d'espaces de coworking pour qu'ils soient accessibles en vélo (à moins de 5km de distance).

10. Rome
27 ESPACES DE COWORKING
4 MILLIONS D'HABITANTS
Enfin, Rome confirme l'engagement européen pour cette nouvelle conception du lieu de travail. Les acteurs publics ont pris en compte cette dimension en recensant des lieux sur le site d'information de la ville pour la jeunesse.



UNE DYNAMIQUE QUI S'AMPLIFIE

