

L'AVENIR DU BUREAU

Enquête Ipsos bva pour Icade
Octobre 2025



Contacts Ipsos :

Pierre.Latrille@ipsos.com

Felix.Tentillier@ipsos.com

MÉTHODOLOGIE



ÉCHANTILLON

800 salariés travaillant en bureau, dans les secteurs public et privé, âgés de 18 ans ou plus, en France.



DATES DE TERRAIN

Du 7 au 13 octobre 2025



MÉTHODE

Échantillon interrogé **par Internet** sur système CAWI (Computer assisted web interviews) sur l'Access Panel online d'Ipsos.

La diversité des profils est assurée par les variables suivantes :

Sexe, âge, profession et région de la personne interrogée.

Ce rapport a été réalisé pour :



Note de lecture : Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%). Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95 % de confiance) il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95 % de confiance*), il est présenté sur fond rose.

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».

Ce rapport a été relu par Pierre Latrille, Directeur d'études, Public Affairs, Ipsos France.

SOMMAIRE

01	Le rapport des salariés de bureau à leur espace de travail	04
02	La perception et les attentes des salariés de bureau vis-à-vis du lieu de travail	07
03	Les attentes des salariés en matière de télétravail	16
04	Annexes	19

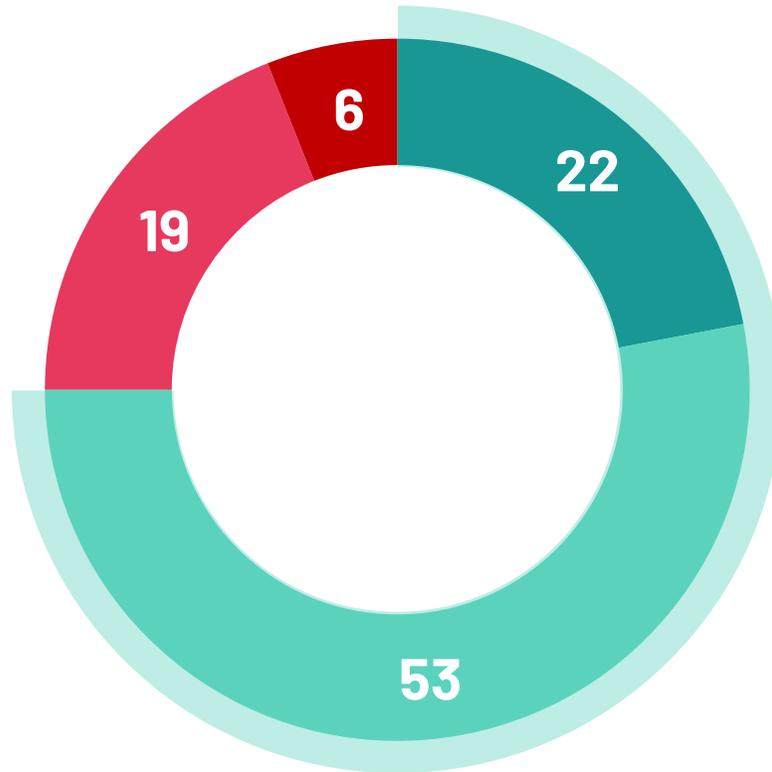
LE RAPPORT DES SALARIÉS DE BUREAU A LEUR ESPACE DE TRAVAIL

01

TROIS SALARIÉS DE BUREAU SUR QUATRE SONT ATTACHÉS AU FAIT DE TRAVAILLER EN BUREAU

Question : Diriez-vous que d'une manière générale vous êtes attaché ou non au fait de travailler en bureau (qu'il s'agisse d'un bureau individuel, partagé ou d'un open space) ?

(Base : A tous)



75% SONT ATTACHÉS AU FAIT DE TRAVAILLER EN BUREAU

- ▶ Parmi ceux qui exercent un **rôle d'encadrant** : **83%**
- ▶ Parmi ceux qui travaillent dans un **Open space** : **64%**
- ▶ Parmi ceux qui travaillent dans un **Open space en « flex office »** : **39%**

■ Très attaché

■ Plutôt attaché

■ Plutôt pas attaché

■ Pas attaché du tout

LES DIFFERENTS ELEMENTS LIÉS A LA VIE DE BUREAU SONT CONSIDÉRÉS COMME IMPORTANTS PAR UNE LARGE MAJORITÉ DE REpondANTS

Question : Et plus précisément, diriez-vous que chacun des éléments suivants liés à la vie au bureau sont pour vous des éléments importants ou non ?

(Base : A tous)

% IMPORTANT



■ **Très important**
■ **Plutôt important**
■ **Plutôt pas important**
■ **Pas du tout important**

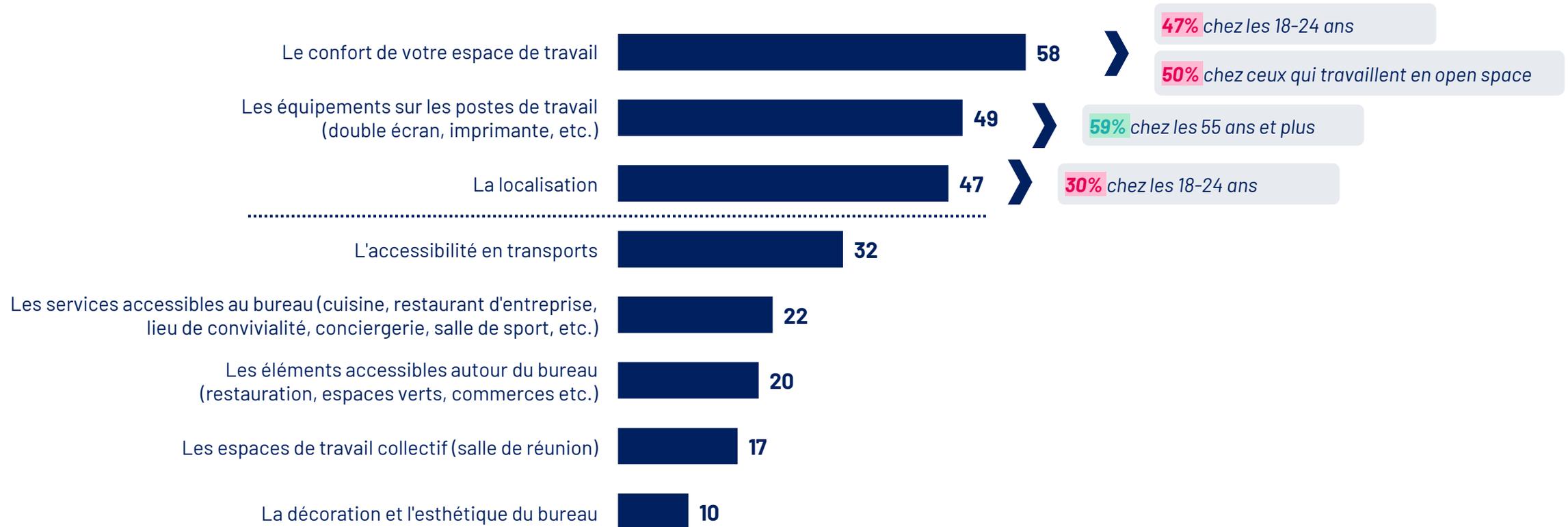
LA PERCEPTION ET LES ATTENTES DES SALARIÉS DE BUREAU VIS-À-VIS DU LIEU DE TRAVAIL

02

LES CRITÈRES LIÉS AU BUREAU PERÇUS COMME LES PLUS IMPORTANTS SONT LE CONFORT, LES ÉQUIPEMENTS DISPONIBLES ET LA LOCALISATION

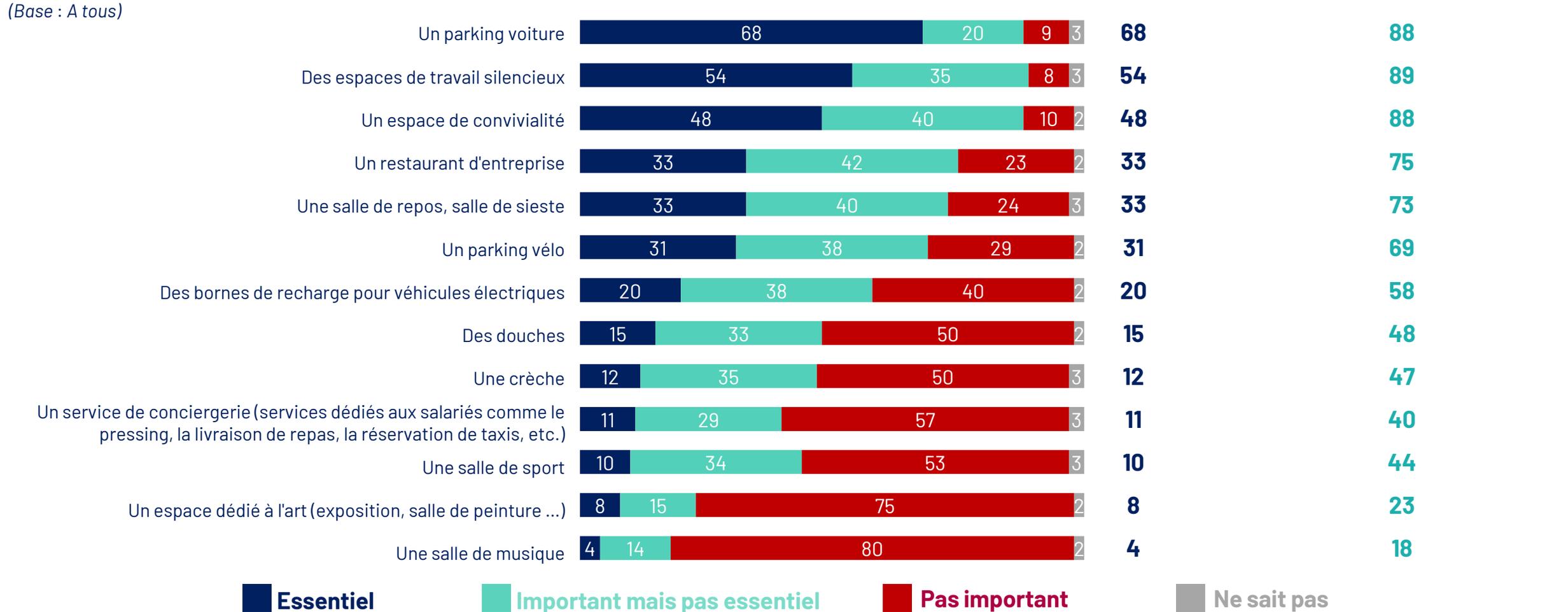
Question : Parmi les différents critères suivants liés au bureau, lesquels sont pour vous les plus importants ?

(Base : A tous – 3 réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)



UNE MAJORITÉ DES SALARIÉS DE BUREAU ESTIMENT ESSENTIEL DE DISPOSER D'UN PARKING ET D'ESPACES DE TRAVAIL SILENCIEUX

Question : Pour chacun des services suivants que l'on peut trouver au bureau, diriez-vous qu'ils sont essentiels, importants mais pas essentiels ou pas important ?

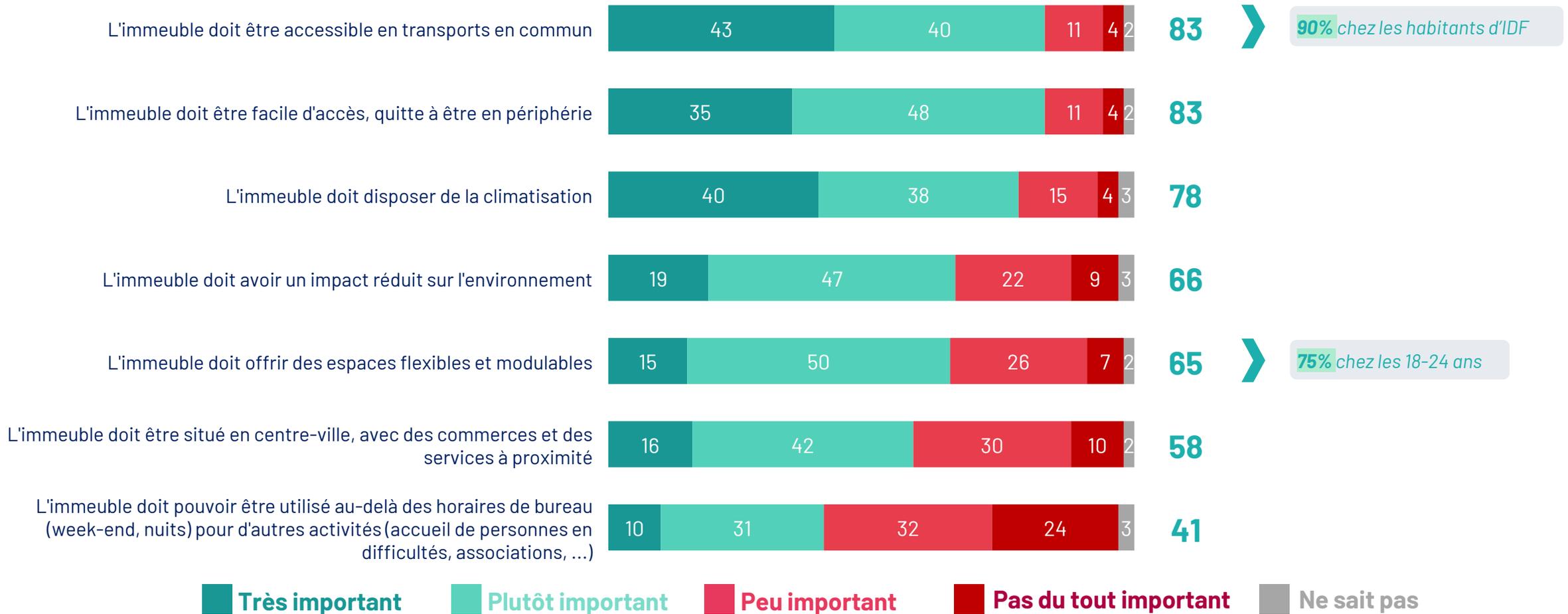


LES SALARIÉS DE BUREAU JUGENT COMME PARTICULIÈREMENT IMPORTANT L'ACCESSIBILITÉ DE L'IMMEUBLE

Question : Quelle importance accordez-vous aux affirmations suivantes concernant les immeubles de bureaux ?

(Base : A tous)

% IMPORTANT

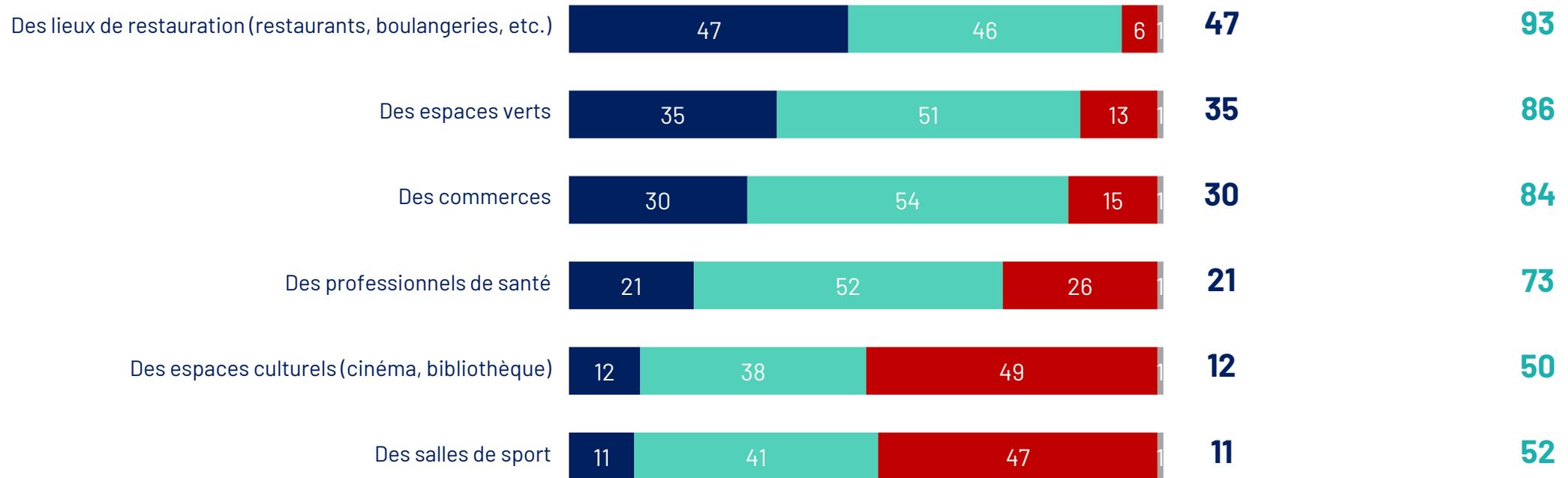


LA PROXIMITÉ DE LIEUX DE RESTAURATION EST L'ÉLÉMENT LE PLUS CONSIDERE COMME ESSENTIEL

Question : Pour chacun de ces éléments, diriez-vous que pouvoir y accéder à proximité immédiate de votre bureau vous semble essentiel, important mais pas essentiel ou pas important ?

(Base : A tous)

% ESSENTIEL % AU MOINS IMPORTANT



Essentiel

Important mais pas essentiel

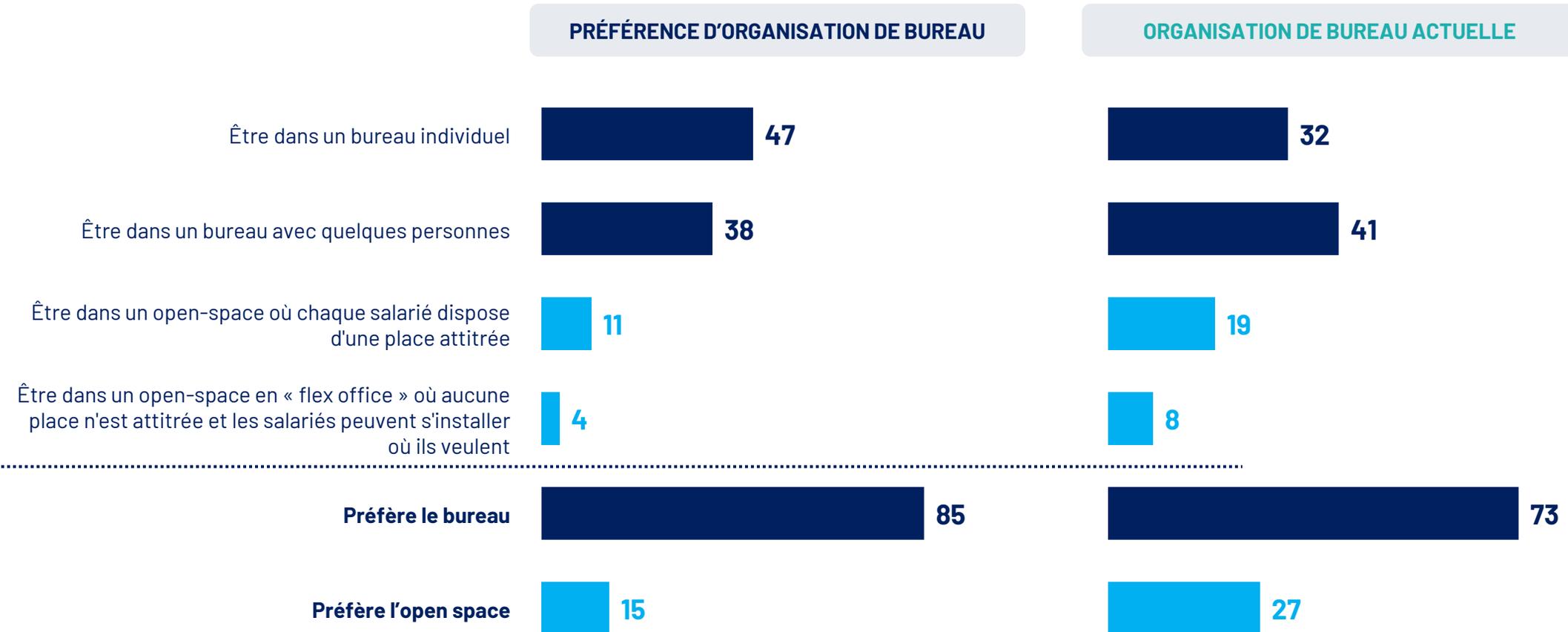
Pas important

Ne sait pas

L'ORGANISATION DE BUREAU PRÉFÉRÉE DES SALARIÉS EST LE BUREAU INDIVIDUEL, SUIVIE DU BUREAU AVEC QUELQUES PERSONNES

Question : Quelle est la configuration d'organisation du bureau que vous préférez à titre personnel ? / Et actuellement, comment est configuré le bureau où vous travaillez ?

(Base : A tous)

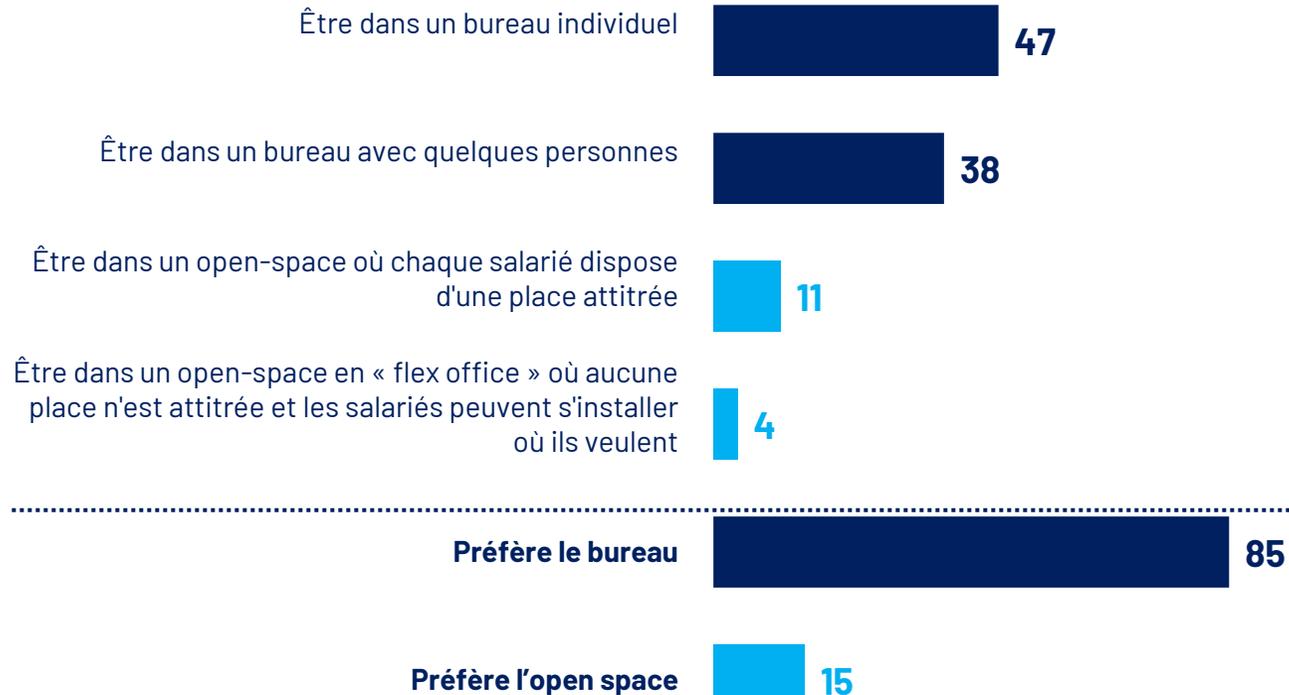


PARMI LES SALARIÉS TRAVAILLANT EN OPEN SPACE, UNE MINORITÉ PRÉFÈRE CETTE CONFIGURATION, TANDIS QU'UNE MAJORITÉ A UNE PRÉFÉRENCE POUR UN BUREAU FERME

Question : Quelle est la configuration d'organisation du bureau que vous préférez à titre personnel ? / Et actuellement, comment est configuré le bureau où vous travaillez ?

(Base : A tous)

PRÉFÉRENCE D'ORGANISATION DE BUREAU

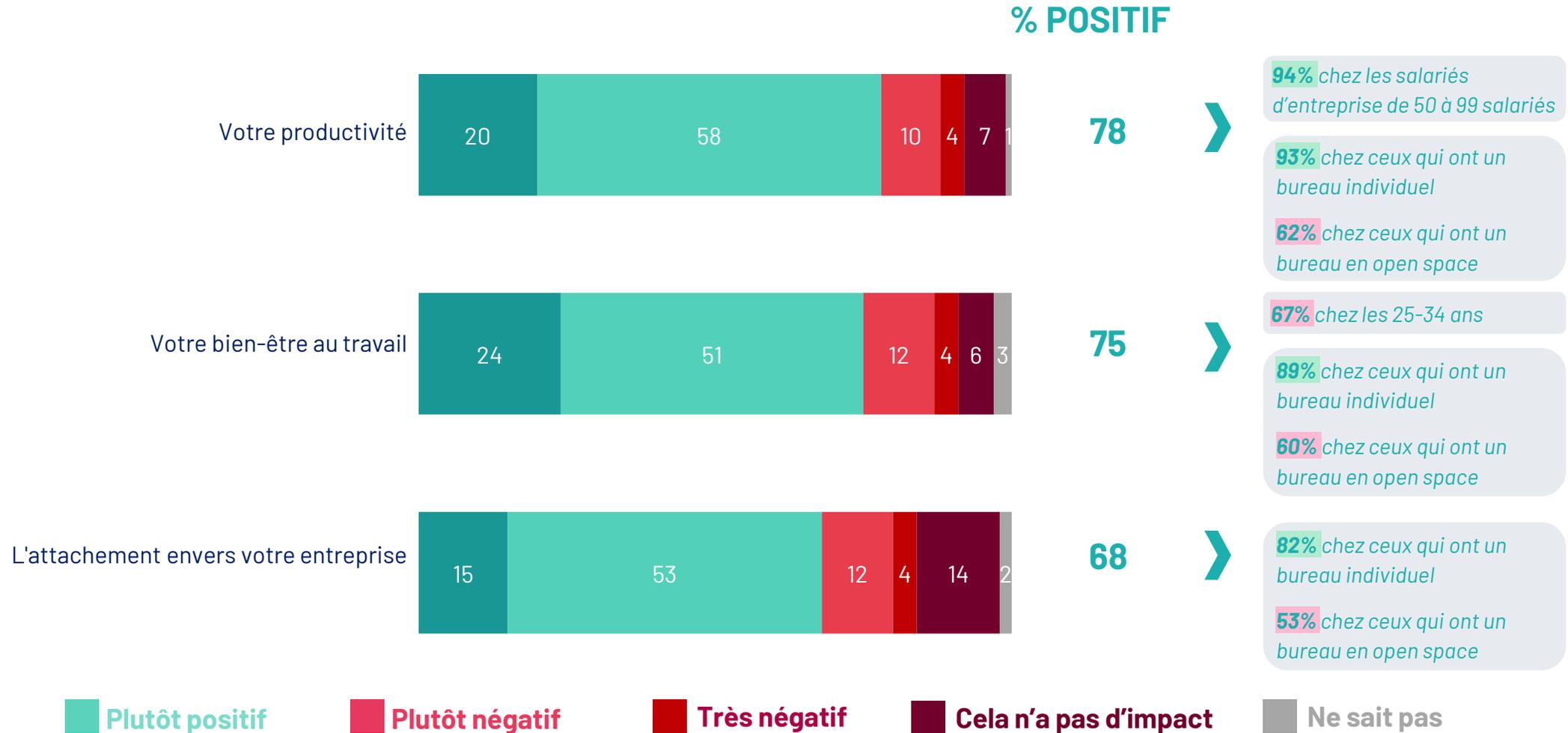


SELON L'ORGANISATION DE BUREAU ACTUELLE					
bureau individuel	bureau avec quelques personnes	open-space avec place attitrée	open-space en « flex office »	Bureau	Open space
88	31	23	23	57	23
10	62	36	32	39	35
2	6	38	13	4	30
-	1	3	32	-	12
100%	100%	100%	100%	100%	100%
98	93	59	55	96	58
2	7	41	45	4	42

PLUS DE DEUX TIERS DES SALARIÉS ESTIMENT QUE L'ORGANISATION DE LEUR BUREAU A UN IMPACT POSITIF SUR LEUR PRODUCTIVITÉ, LEUR BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL OU ENCORE LEUR ATTACHEMENT À L'ENTREPRISE

Question : Diriez-vous que la manière dont est organisé votre espace de travail au bureau a un impact positif ou négatif sur... ?

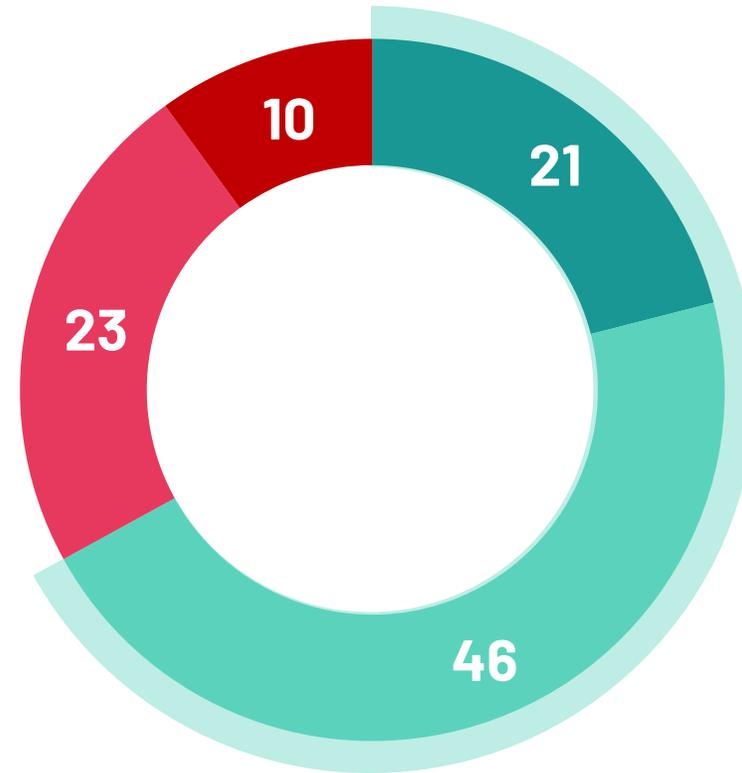
(Base : A tous)



LA POSSIBILITÉ DE POUVOIR PERSONNALISER L'ESPACE DE TRAVAIL EST UN ÉLÉMENT IMPORTANT POUR PLUS DE DEUX TIERS DES SALARIÉS DE BUREAU

Question : Pouvoir personnaliser votre espace de travail (photos, matériel personnel, etc.) est-il pour vous un élément important ou non ?

(Base : A tous)



67% ESTIMENT COMME IMPORTANT LA PERSONNALISATION DE LEUR ESPACE DE TRAVAIL

- ▶ Parmi les **18-24 ans** : **78%**
- ▶ Parmi ceux qui exercent un **rôle d'encadrant** : **75%**
- ▶ Parmi ceux qui ont un **bureau individuel** : **74%**

■ Très important

■ Plutôt important

■ Plutôt pas important

■ Pas important du tout

LES ATTENTES DES SALARIÉS EN MATIÈRE DE TÉLÉTRAVAIL

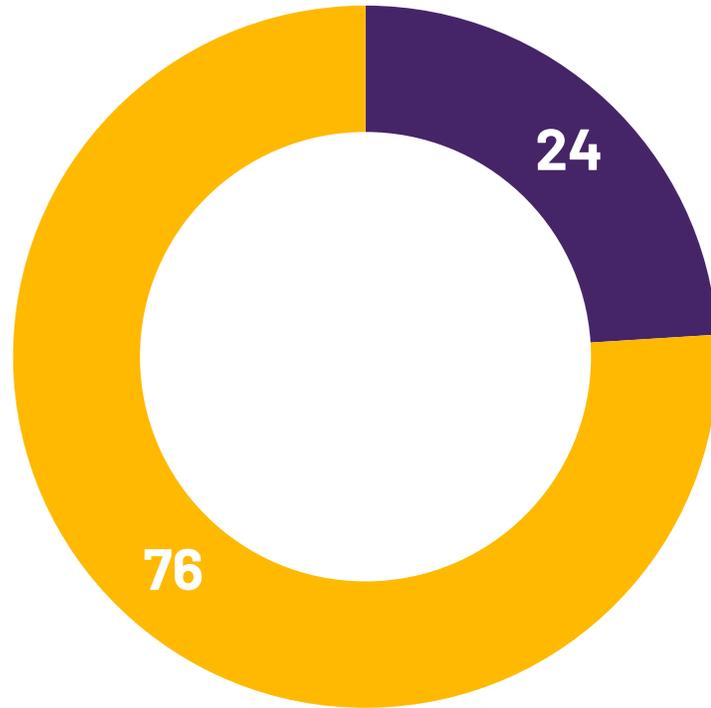
03



TROIS QUART DES SALARIES ESTIMENT QU'ILS DOIVENT POUVOIR SE RENDRE AU BUREAU TOUS LES JOURS S'ILS LE SOUHAITENT

Question : Parlons maintenant du télétravail. Parmi les deux opinions suivantes, laquelle se rapproche le plus de la vôtre ?

(Base : A tous)



76% ESTIMENT QUE LES SALARIES DOIVENT POUVOIR SE RENDRE AU BUREAU CHAQUE JOUR S'ILS LE SOUHAITENT

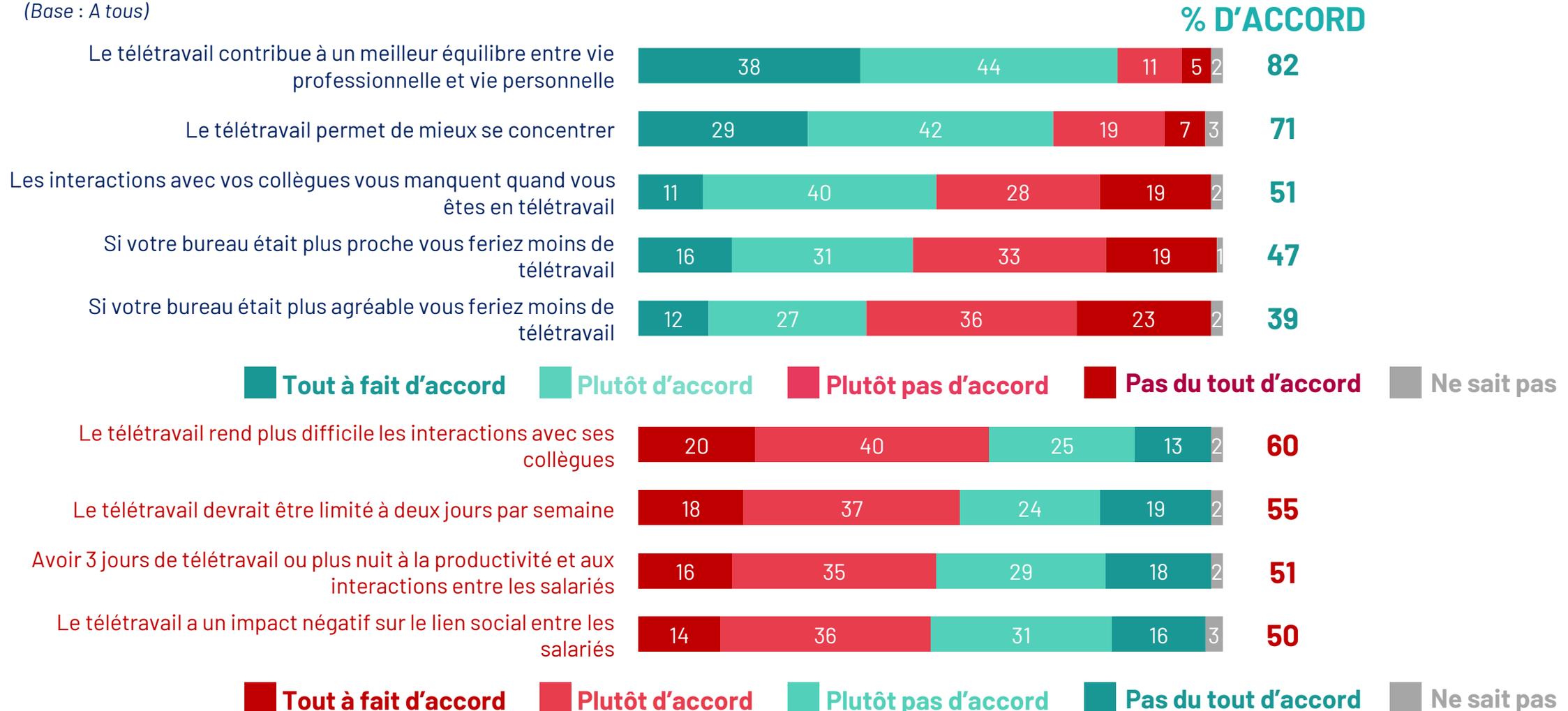
■ **Les entreprises doivent pouvoir imposer des jours de télétravail à leurs salariés, car cela leur permet de réduire la taille de leur bureau en ayant moins de salariés sur place chaque jour**

■ **Les salariés doivent pouvoir se rendre au bureau chaque jour s'ils le souhaitent, car certains ne peuvent pas télétravailler dans de bonnes conditions ou ne souhaitent tout simplement pas le faire**

LES OPINIONS POSITIVES SUR LE TÉLÉTRAVAIL SONT LARGEMENT PARTAGÉES. NEANMOINS, LES SALARIÉS RECONNAISSENT AUSSI CERTAINS ASPECTS NÉGATIFS DE CETTE PRATIQUE

Question : Diriez-vous que vous êtes d'accord ou non avec les affirmations suivantes au sujet du télétravail ?

(Base : A tous)



ANNEXES



NOS ENGAGEMENTS

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

Fiabilité des résultats : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un processus de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

FICHE TECHNIQUE

Étude CAWI sur panel IIS



ÉCHANTILLON

- **Population cible** : salariés travaillant en bureau dans les secteurs public et privé en France
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : Sexe, âge, profession, secteur de l'entreprise, taille de l'entreprise et région de la personne interrogée (données INSEE)



COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 7 au 13 octobre 2025
- **Taille de l'échantillon final** : 800 individus
Mode de recueil : On line sur panel IIS
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans



TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges par itération
- Critères de pondération : Sexe, âge, profession et région de la personne interrogée

FICHE TECHNIQUE

Organisation (Étude sur panel online)



LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Codification
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse



LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données en France



LES ACTIVITÉS CONFIÉES À NOS PARTENAIRES RÉFÉRENCÉS

- Aucune dans le cadre de cette étude

Compléments d'informations
méthodologiques disponibles sur
demande

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
You act better when you are sure.