Communiqué de presse

Paris, Septembre 2025

Télétravail : le fantasme d'un monde sans bureau battu en brèche

©Catella

Télétravail ou bureau ? Une étude de Catella France révèle les véritables attentes et motivations des Français et Françaises sur le sujet

Paris, le 15 septembre 2025 - **Alors que de nombreux grands groupes durcissent leur politique de présence, une étude menée par Catella France et YouGov fait la lumière sur la perception des Français et Françaises. Cinq ans après le boom du télétravail favorisé par la crise sanitaire, les actifs ne fuient pas le bureau, ils fuient l'ennui, les trajets et les modèles rigides. Et si le télétravail a bousculé les habitudes, le bureau n'a jamais autant compté, à condition de répondre aux vraies attentes des actifs.**

100 % télétravail ? Non merci !

Premier constat sans appel : le **rejet unanime du télétravail à temps plein**.

Le rythme de 1 à 3 jours de présence au bureau est plébiscité par **1 actif sur 2**. Chez les **femmes** et les **18-34 ans**, ces préférences grimpent respectivement à 54 % et 58 %, signe que même les plus jeunes ne sont pas réfractaires au présentiel, au contraire. Une préférence qui peut trouver une explication dans une double exigence : **gérer la charge mentale et préserver l'efficacité**, sans renoncer au collectif.

Autrement dit, **la majorité des Français et Françaises ne rejette pas le bureau mais refuse un modèle rigide et aspire à un nouvel équilibre entre présence et flexibilité**.

Le bureau, lieu de collaboration et d'échange par excellence

Le bureau reste une ressource précieuse pour **54 % des actifs**, qui le perçoivent avant tout comme un **lieu de collaboration et d'échange**. Un sentiment particulièrement partagé par les **18-34 ans** (58 %), en quête de lien social, et les **CSP+** (59 %).

Autre moteur important : **la productivité**. Pour **38 % des répondants**, le bureau reste l'endroit où ils estiment mieux travailler, un sentiment particulièrement fort chez **les 18-34 ans** (42 %) et **les cadres décisionnaires** (44 %). En revanche, **les 45-54 ans sont seulement 31 % à considérer le bureau comme un cadre privilégié de productivité et 49 % y voient une fonction collaborative**. À ce stade de carrière, les interactions sont perçues comme moins essentielles, et le rapport au lieu de travail devient plus utilitaire, parfois distant. **Preuve que le bureau ne remplit pas la même fonction selon l'âge ou le statut.**

Côté managérial, la lecture est encore différente : **un tiers des décisionnaires** considèrent avant tout le bureau comme un **levier d'organisation**, une mécanique de contrôle, de coordination, de présence. Un point de vue légitime, mais parfois en **décalage avec les attentes concrètes de leurs collaborateurs**, qui privilégient sens, confort, utilité.

Parmi ces motivations, **l'incitation financière joue un rôle central : 42 % des actifs affirment qu'une prime liée à la présence serait un vrai levier de retour au bureau**, une proportion qui grimpe à **49 % chez les CSP-** et à **46 % chez les non-cadres**. Le message est clair : pour être attractif, le bureau doit aussi offrir une contrepartie tangible.

Franciliens : un paradoxe révélateur

Sans surprise, l'**Île-de-France** se distingue des autres régions :

- Le **temps de transport** est **le frein n°1** cité par **près de la moitié** des Franciliens.
- Ils voient également dans le bureau un **point de ralliement**, un lieu de **valorisation de l'identité et de la culture d'entreprise**, et en attendent aussi un **centre de services** (restauration, salle de sport, crèche, etc.).

- Enfin, exposés à une hybridation accrue du travail, ils sont aussi ceux qui souhaitent **plus d'aménagements** : **40 %** réclament **des bureaux plus confortables**, contre **36 % en moyenne**.

Télétravail, le futur du travail ?

Pour **près d'un actif sur deux (47 %)**, le télétravail représente **l'avenir du travail,** une conviction plus forte chez les **18-34 ans** (56 %), les **femmes**, les **parents**, et les **franciliens**, contre seulement 41 % des plus de 55 ans.

Les raisons invoquées :

- **réduction des temps de transport** (32 %),
- **baisse du stress** (31 %),
- **plus de calme** (27 %),
- **plus de liberté** dans l'organisation du quotidien (24 %),
- et même des **économies** (20 %).

Mais contrairement aux idées reçues, **le télétravail n'est pas un critère majeur dans une recherche d'emploi** : seuls **7 %** des répondants en font une priorité.

Reste que les bureaux n'évoluent pas au rythme des usages. Si **63 % des actifs** estiment que leurs espaces de travail sont **globalement adaptés en termes de localisation**, **de services à proximité (55 %), de bureau et espaces partagés (59 %), et de confort (60 %)**, la réalité du terrain nuance ce constat : **près de 8 actifs sur 10** déclarent n'avoir vu aucun changement dans leurs locaux depuis plusieurs années.

« Ce sondage confirme une chose : le bureau n'a jamais été aussi stratégique pour les entreprises. Mais sa valeur ne se mesure plus en mètres carrés, elle se mesure en usages. L'immobilier tertiaire entre dans une nouvelle ère, où chaque mètre carré doit justifier son rôle : catalyser la collaboration, refléter la culture d'entreprise, attirer les talents. Face aux nouvelles attentes des actifs, il ne s'agit plus seulement d'optimiser, mais de réinventer. » analyse **Raphaël Amouretti**, Président de Catella France.

« Il est fondamental que l'entreprise s'interroge avant tout sur la place et le sens qu'elle souhaite donner au collectif et aux interactions que le présentiel génère notamment en termes d'efficacité. Pourquoi venir au bureau ? : Le bureau doit demeurer ou (re)devenir un lieu de cohésion d'équipe, de transmission et d'acquisition de compétences
A l'heure où l'IA rentre dans de nombreux secteurs d'activités tertiaires, où la crise se développe, le bureau demeure le lieu dans lequel chacun peut acquérir un sentiment d'appartenance et rompre ainsi avec l'individualisme et l'isolement. » commente **Loïc Blin**, Directeur des Affaires Immobilières du Groupe Safran.

Paris, Septembre 2025

« Le bureau est devenu un critère décisif au moment de choisir un emploi pour près de 2 salariés sur 3, et le télétravail a bien entendu renforcé l'exigence vis-à-vis des espaces de travail (accessibilité, services, « fun »). Cette exigence doit être assumée à la fois par les investisseurs immobiliers et les chefs d'entreprise : chez SFL, nous concevons des espaces pour favoriser à la fois l'épanouissement individuel et la dynamique collective. Notre immeuble Washington Plaza en est l'illustration : un véritable laboratoire où les services plébiscités par les salariés (salle de sport, auditorium, salles de réunion mutualisées, offre de restauration…) redonnent tout son sens au bureau. De plus en plus, ces enjeux deviennent essentiels dans la conception par les entreprises de leurs espaces privatifs. » précise **Aude Grant**, Directeur Général de SFL.

—------

5 chiffres qui changent la donne :

1. **0 %** souhaitent 100 % de télétravail
2. La **majorité des salariés** (49 %) souhaitent de **1 à 3 jours au bureau**
3. **42 %** sont prêts à revenir contre une prime financière
4. **54 %** perçoivent le bureau avant tout comme un **lieu de collaboration et d'échange**
5. **Seulement 7 %** font du télétravail une priorité absolue dans leur recherche d'emploi

---

Méthodologie : Enquête réalisée en juin 2025 par YouGov auprès d'un échantillon de 1022 personnes représentatives de la population active française.

A propos de Catella Property :

Au sein de Catella France, filiale du groupe Catella AB basé à Stockholm, Catella Property intervient auprès d'investisseurs en immobilier non résidentiel (bureaux, commerces, logistique, hôtels, locaux d'activités, résidences services, etc.), institutionnels et privés, français et internationaux, dans le cadre de missions de conseil à la vente ou à l'acquisition, en France et en Europe. Catella Property dispose d'une équipe pluridisciplinaire répartie en plusieurs pôles, dont un pôle tertiaire en régions qui rayonne sur toute la France.

Contact Presse CATELLA :
Oceane VINSON
Head of Marketing, Communications & Strategy – CATELLA FRANCE
+33 1 56 79 79 78
Oceane.Vinson@catella.fr

Attachée presse :
Marie-Laure Laville
+33 6 18 14 85 36
ml_laville@yahoo.fr