

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 52 (1972)
Heft: 4: Problèmes d'actualité

Artikel: Problèmes d'implantation de bureaux
Autor: Fayeton, Philippe
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-886749>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Philippe FAYETON

Les problèmes immobiliers qui se posent à des Sociétés commerciales ou industrielles apparaissent le plus souvent sous les formes suivantes :

- Besoins en surfaces accrues en raison de l'extension de la société.
- Regroupement de différents services dû à des fusions de sociétés ou bien simplement à une restructuration du fonctionnement.
- Création de filiales ou d'unités de production.
- Implantation d'une antenne à l'étranger.
- etc.

Ces exemples ont un point commun essentiel : il s'agit toujours de projeter dans l'espace les relations particulières inhérentes à la vie d'un groupe déterminé.

En conséquence, le rôle de l'architecte est de créer et aménager l'espace de telle façon que ces relations deviennent possibles et que la qualité de ces relations soit satisfaisante. Ceci est la raison même de l'acte de bâtir.

Un bâtiment doit assurer un certain nombre de fonctions :

- micro-climat : assurant aux usagers de vivre dans des conditions de température et d'hygrométrie confortables,
- sécurité statique : assurant une stabilité de l'enveloppe dans le temps,
- support de relations entre usagers,
- fonction esthétique assurant la qualité de l'espace, des volumes, de l'enveloppe,
- etc...

La fonction esthétique n'est pas le but final à atteindre, ce n'est qu'un des éléments constitutifs de cet espace, de cette enveloppe à l'intérieur (autour) de laquelle les hommes évolueront.

Un bâtiment n'est pas un but en soi, c'est un moyen, un outil.

L'immeuble, outil de travail, représente souvent un investissement important pour les Sociétés ; d'autre part, il sera vraisemblablement utilisé

pendant 15 à 30 ans et il conditionnera effectivement le mode de vie de ses usagers ; en conséquence il est essentiel que l'élaboration en soit menée avec sérieux et objectivité.

Le premier pas de ce processus consiste en une formulation sommaire des besoins.

I - FORMULATION SOMMAIRE DU PROGRAMME.

Par exemple :

— dans les prochaines années, nous prévoyons la création de 400 à 500 postes de travail pour l'extension de notre siège social,

ou bien
— par suite de fusions nous désirons réunir dans un lieu de travail commun les 1250 personnes qui composent actuellement le centre administratif de notre groupe,

ou bien
— notre politique d'expansion nous conduit à créer une petite antenne représentative de notre Société dans telle région ou tel pays afin de préparer notre implantation à moyen terme sur ce marché.

Ces hypothèses extrêmement simplifiées permettent de déterminer :

- a) le besoin approximatif en surfaces par poste de travail,
- b) le caractère de l'opération : provisoire, prestigieux ou simplement fonctionnel, etc.
- c) un ordre de grandeur du budget à affecter à cette opération.

D'autre part il est intéressant à ce stade de définir une tendance préférentielle quant au mode d'occupation des locaux prévus :

- propriété,
- location,
- leasing.

C'est en effet à partir de ces options que l'on peut prévoir :

1. — le mode de financement de l'opération.

Notons à ce sujet que si le Crédit Hôtelier commercial et industriel (78, rue Olivier-de-Serres, Paris-15^e) est particulièrement spécialisé pour offrir des crédits aux entreprises, les banques font actuellement des prêts similaires. Ces prêts peuvent couvrir jusqu'à 65 % du montant H. T. de l'opération, et peuvent s'échelonner de 7 à 10 ans avec un taux moyen d'environ 9 %. (Conditions septembre 1972).

2. — des implantations régionales et locales préférentielles.

II - CHOIX DE L'IMPLANTATION RÉGIONALE ET LOCALE

1° Le choix de l'implantation régionale n'est pas une mince affaire : elle peut conditionner totalement le développement futur de la Société.

Il faut connaître les possibilités et les lacunes de chaque région afin d'être en mesure d'utiliser les unes comme les autres, ce qui représente un problème complexe mêlant économie régionale, nationale, politique gouvernementale, et choix préférentiel de l'entreprise.

Un tel choix doit se faire en liaison avec des organismes spécialisés tels que les Chambres de commerce, la DATAR (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale).

2° Après avoir défini la région d'implantation il faut procéder au choix de l'impact local.

Pour cela, on peut faire l'analyse à partir des critères suivants :

- a) contexte général : liaisons permettant l'accès des visiteurs, liaisons avec les aéroports, liaisons avec les gares importantes, etc.



Au Crédit Hôtelier : Mobilier : POHLCHRÖDER; Photo TOSKAS

b) contexte local : nature des contacts professionnels possibles, existence de services complémentaires, représentativité du quartier.

c) problèmes de personnel : accessibilité pour les non-cadres (femmes, hommes), accessibilité pour les cadres, proximité de commerces divers, etc.

d) problèmes financiers : incidence foncière, incidence sur le coût de construction (en fonction des règlements, de la nature du sous-sol, etc.) incidence sur le coût d'exploitation et de maintenance, (taxes locales, servitudes, pollutions, etc.).

Il faut souligner que si une implantation dans une zone à forte concentration de bureaux présente d'incontestables avantages (relations faciles

avec des fournisseurs ou clients, accès faciles aux employés, etc.) elle peut toutefois être défavorable sur un point au moins : la concurrence dans l'offre d'emplois, ce qui n'est pas à négliger.

Lorsque l'implantation est choisie, il reste à définir en quantité et qualité les espaces nécessaires aux besoins.

III - ÉLABORATION DE L'OBJET

3.1. Définition du programme des espaces

Nous devons ici différencier les 2 niveaux du programme des espaces :

— la première phase permet de déterminer les volumes à créer, leur importance relative et absolue, les relations entre ces volumes, les extensions possibles (extension de service existant ou création d'un service aux caractéristiques nouvelles) etc.

— la seconde phase permet d'aménager les volumes intérieurs.

Il est évident que projeter le contenant sans imaginer le contenu serait une aberration désastreuse pour l'utilisateur. On peut ici objecter que dans le cadre d'opérations de promotion nombre de bâtiments sont conçus sans tenir compte des exigences de l'utilisateur futur. En réalité ces immeubles sont conçus pour un utilisateur

GEORGES VOGEL

au jardin suisse

18, rue Dupleix, PARIS

Fleuriste-décorateur Conseil
Horticulteur-paysagiste
Diplômé de l'École cantonale
d'horticulture Châtelaine (Genève)

- Membre INTERFLORA
- Négociant Fibrociment et Sofagreen
- Décoration florale
- Locations de plantes
- Expositions-Salons
- Envois de fleurs pour toutes cérémonies (naissances, mariages, décès)
- Cocktails, réceptions, rapports commerciaux
- Étude et création bureau-paysage
- Réalisations de balcons, terrasses, jardins : collectivités, d'entreprises, particuliers



Roulez sans soucis...

La DAS, défense automobile suisse, vous garantit une protection juridique intégrale, en Suisse et à l'étranger.

Maximum de garanties
Primes modiques



Agences en Suisse : Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano, Saint-Gall, Zurich

en France

ROUX COMBALUZIER SCHINDLER

RCS
ASCENSEURS



... et dans le monde entier

GIVAUDAN

44, Bd du Parc - 92 - NEUILLY-S/SEINE Tél. : 637.56.62

Matières premières et colorants pour
PARFUMERIE • SAVONNERIE • COSMÉTIQUE

type bien défini et en général ne permettent pas une adaptation à des besoins particuliers.

Le programme des espaces doit mettre en évidence les points suivants :

- organigramme fonctionnel des différents services (liaisons entre employés, circuit de documents et informations, etc.),
- spécifications inhérentes à certains services particuliers (laboratoire, hall d'exposition, salle de vieillissement expérimental des produits, etc.),
- prévisions d'extensions,
- prévisions de modifications dans l'organisation du travail.

3.2. Établissement du projet

C'est à partir du programme des espaces que le Maître d'œuvre peut établir les avant-projets.

Nous pensons en effet qu'il ne peut y avoir au problème posé une seule et unique solution architectonique valable mais bien au contraire qu'il est essentiel que le Maître d'œuvre exploite le maximum de solutions envisageables (fonctionnement et coût). Le Maître d'ouvrage assisté de l'homme de l'art devra alors procéder par éliminations successives au choix du projet qui semble convenir le mieux.

3.3 Surveillance des travaux

Le rôle de conseiller que joue auprès du Maître d'ouvrage le Maître d'œuvre implique que ce dernier ne soit pas lié à une entreprise ou à un procédé de quelque façon que ce soit.

IV - BUREAUX TRADITIONNELS OU BUREAUX PAYSAGÉS ?

Lorsqu'une Société envisage de s'installer dans de nouveaux locaux, il est une question entre toutes qui suscite les luttes les plus violentes : bureaux traditionnels ou paysagés ?

Les uns craignent de perdre certaines prérogatives (l'espace « vital » acquis et engraisé au cours d'années de luttes : le bureau-cellule que l'on occupe seul ou avec un ou deux collègues) alors que d'autres espèrent pouvoir entasser le personnel (on « gagne » sur les circulations) pour un coût inférieur (il n'y a pas de cloisons...)

En fait, le malaise provient du fait que le problème est mal posé : la solution de bureau paysagé ne peut être prise comme hypothèse, elle doit résulter d'une analyse objective des besoins de relation et d'information.

A propos des coûts de construc-



Ensemble bureaux réalisé par les Établissements VOKO pour la Société Bouygues à Clamart.

tion et de maintenance des bureaux on lira avec intérêt une analyse comparative parue dans la revue « Équipement Architecture intérieure » n° 121 Août 1971, où il est montré que le gain qu'apporte le bureau paysage se réalise :

a) par une meilleure « consommation » de l'espace en fonction des besoins afférents à chaque type de poste de travail,

b) sur une augmentation du rendement par l'optimisation des relations,

c) sur le coût de la maintenance.

Il est très important de savoir qu'il y a peu de différence vis-à-vis du coût de construction.

D'autre part il est, de notre avis, pratiquement impossible de créer de bons bureaux paysagés dans un espace conçu pour du traditionnel, et inversement.

D'ailleurs les bureaux paysagés que nous connaissons n'exploitent pas assez le concept de « paysage » dont ils devraient avoir le caractère.

En conclusion, notons que l'apparition des bureaux paysagés correspond à un tournant dans la conception même du travail : émancipation de l'employé, évolution vers un travail en équipes, tentative croissante de motivation (horaire glissant, gestion par « Profit Centre », etc.)

V - CRITÈRES DE JUGEMENT

Le choix du projet à retenir se fait à partir de critères généraux pondérés en fonction des objectifs de l'utilisateur.

Ces critères généraux sont les suivants :

- Productivité de l'espace (organisation, communications, ambiance, etc.),
- Usage à long terme (flexibilité, variabilité, réserves de surface, etc.),
- Image de marque (par la solution architectonique, urbanistique, etc.),
- Réalisation (coût de construction, délais de réalisation, etc.),
- Entretien (énergies, réparations, nettoyage, etc.).

Il est bien évident que d'autres critères peuvent intervenir selon les cas particuliers.

En conclusion à ce court aperçu il nous semble utile d'en souligner les points essentiels :

— le mode de vie détermine la mise en forme des espaces à créer ; les espaces créés déterminent à leur tour le mode de vie des usagers.

— il ne peut exister une solution architectonique idéale mais au contraire un « parti » optimal vis à vis des critères prédéterminés.