

LABOURD / LAPURDI

Cool working à Bayonne

Thomas ROCHE

Is ont choisi de travailler ensemble sans pour autant être collègues. Le réflexe du co-working présente de nombreux avantages et se développe de manière exponentielle. Exemple à Bayonne avec le dernier né des espaces dédiés à cette nouvelle façon de travailler.

“Quand on bosse de chez soi on peut vite tourner en rond et broyer du noir, surtout pendant les moments d’attente entre deux contrats. On ne voit personne. On vit dans un monde où on communique par internet ou par téléphone, donc les interactions sont limitées”. Pour remédier à cela, François Pezron, créateur et gérant de son entreprise de motion-design, a intégré il y a huit mois l’espace de co-working La Cocotte, situé au Château-Neuf à Bayonne. “Le fait de se retrouver à plusieurs avec des métiers différents crée une émulation. On se donne des conseils, ça tire tout le monde vers le haut”.

La cadre de travail joue aussi pour beaucoup dans l’attrait du co-working. Un environnement “comme à la maison”, avec salle à manger-cuisine et des espaces de travail confortables en open space, à la décoration soignée. Ambiance start-up qui convient parfaitement aux métiers les plus représentés dans le co-working, ceux de la communication au sens large.

Bien que le principe soit né à San Francisco en 2005, c’est l’Europe qui compte au-



Travailler en créant du lien, la philosophie du co-working.

© La Cocotte

jourd’hui le plus d’espaces de co-working. Apparu en France dès 2007, le co-working a vite séduit et on recensait plus de deux cents espaces dans l’Hexagone, en 2014. Une tendance de fond liée au développement de l’économie collaborative depuis plusieurs années.

Anne d’Abbadie d’Arrast et Caroline Bouet ont ouvert La Cocotte en février 2015, partant du constat qu’il n’existait pas encore d’espace à Bayonne. “C’est vraiment l’avenir, explique Anne. On est de plus en plus à notre compte, et avoir un local pour travailler coûte cher”. Le résident paye ici 180 euros par mois pour avoir son espace de travail attitré avec connexion internet. Au total, 150 m² de bureaux avec une dizaine de postes individuels et une salle de réunion. Une nouvelle salle et dix postes supplémentaires seront créés à la rentrée. La sou-

plesse du système permet aussi de venir à la demande, et d’avoir un poste de travail pour une demi-journée, sur un simple coup de fil. “Certains appellent le matin et arrivent en suivant, précise la gérante. Le système est très souple. Les abonnements sont à renouveler chaque mois, mais certains co-workers sont là depuis un an”.

La synergie entre résidents peut même avoir une incidence directe sur le travail des co-workers : “depuis que je suis à La Cocotte, j’ai vraiment développé mon activité”, souligne F. Pezron. “Il y a un esprit tribu, poursuit-il. Et même une petite fierté de faire partie de La Cocotte, car on s’entend bien. Il arrive même qu’on se retrouve en soirée pendant les temps libres”. Bien plus qu’une simple location d’espace fonctionnel, une nouvelle manière de créer du lien social dans le travail.

LABOURD / LAPURDI

La e-personnalisation à la mode

Louane BASTIER

Dans la rubrique “la mode autrement”, à Biarritz, un duo de e-marketeuses va bientôt mettre au point un système qui personnalisera votre commande de vêtements en ligne.

Des parkings remplis, des portes d’entrées affichant les logos d’entreprises innovantes et connectées, la Technopôle Izarbel dessine la nouvelle économie basque. Réputée pour le développement de ses start-ups à la pointe de la technologie, la pépinière d’entreprises de Biarritz attire la “nouvelle intelligentia” de jeunes entrepreneurs. Dans ce paysage geek, Modames, une future entreprise de mode en ligne est en train de tisser les fils d’un e-marketing.

Vers le développement des algorithmes ?

Si dans l’univers de la mode, la vente de vêtements en ligne inonde depuis longtemps le web, le concept de Modames pousse l’application plus loin. Maud Tyrbas et Amélie Devaux, 32 et 26 ans veulent “proposer une plateforme qui permettrait aux femmes d’obtenir des conseils personnalisés et d’acheter des vêtements de jeunes marques”. Avec une expérience de chargée d’études en marketing pour Maud et une spécialité dans le e-merchandising pour Amélie, les deux entrepreneuses misent sur un concept ajustant au plus près les besoins en vêtements de leurs futurs clientes. Concrètement, “la cliente remplira un formulaire en

ligne, explique Maud. Elle y intégrera sa taille, ses mensurations, ses goûts”. “Elle pourrait aussi y intégrer des photos, ajoute Amélie. Les femmes ont parfois une image déformée d’elles-mêmes”, souligne-t-elle. Toutes ces informations serviront à une styliste, qui établira son besoin en fonction de sa morphologie. Grâce au diagnostic établi, l’équipe enverra ensuite une sélection de produits sur mesure. “Une tenue complète, avec top, pantalon, sac... Dans le lot, elles choisiront ce qu’elles veulent garder ou pas”. Pour le moment Modames ne se consacre qu’au prêt-à-porter féminin de “luxe accessible”. “La moyenne de prix, tous vêtements confondus, sera d’une centaine d’euros. Nous avons pris le parti de travailler avec des marques de qualité”.

Dans les locaux flambants neufs, tout est prêt pour démarrer l’activité : l’open space, la salle de réunion et les idées qui mûrissent petit à petit. Si Maud et Amélie souhaitent “créer de l’emploi au Pays Basque, hors circuit surf très présent dans le secteur”, elles sont aussi lucides sur la productivité des nouvelles techniques marketing. “Pourquoi pas créer un algorithme capable de définir les vêtements personnalisés pour chaque cliente ?”. Une méthode qui permettrait de “mieux cibler leur clientèle fidèle” et qui pourrait bien bouleverser les codes établis de l’univers complexe de la mode. Les algorithmes peuvent-ils déterminer le monde dans lequel nous vivons, la complexité des silhouettes, des corps... ? Réponse dans les années 2020 !