

Vision

● BY BOTANICA

A NEW WAY OF LIVWORKING



« PLUSIEURS PROJETS
DE CONSTRUCTION
AMBITIEUX »
LYDIE POLFER

“A series of ambitious
new construction projects”
Lydie Polfer

PARC, LOISIRS, SPORT...
DES BUREAUX
QUI DONNENT ENVIE

Park, leisure, sport...
Offices that inspire

DEGROOF PETERCAM
PIONNIER DE
LA « RUÉE VERS
LA CLOCHE D'OR »

Degroof Petercam
Pioneer of the «gold rush
to La Cloche d'Or»

[O]
[Z]

NOVEMBRE 2024 / NOVEMBER 2024

SOMMAIRE

«La Cloche d'Or connaîtra plusieurs projets de construction ambitieux»

Entretien avec Lydie Polfer

4

Des bureaux qui donnent envie

8

Un pionnier de la «ruée vers la Cloche d'Or»
Analyse de Gautier Bataille, Degroof Petercam Luxembourg, et Olivier Carcy, groupe Crédit Agricole au Luxembourg.

12

Bureau ou hôtel?

Quand les frontières s'estompent

16

Le bureau,
maillon essentiel des ressources humaines

18

«Un espace de vie où le travail trouve naturellement sa place»

Décryptage par Raphaël Leduc, CODIC Luxembourg, et Christoph Lang, Tetra Kayser

22

VISION,
un magazine créé
par CODIC.
a magazine created by CODIC.

Chaussée de la Hulpe, 120
B-1000 Brussels

40, avenue Monterey,
L-2163 Luxembourg

Directeur de la publication:
Publishing director

Vincent Beck

Directrice de la rédaction:
Editorial Director

Véronique Bonte

Conception, réalisation:
Production, design

Cabinet ÉVIDENCE & Mr Byron

Impression:
Printing

Imprimerie / Centrale
3, rue Emile Bian
L-1235 Luxembourg

Parution: novembre 2024

SUMMARY

“La Cloche d'Or will be the focus for a series of ambitious new construction projects”

Interview with Lydie Polfer

6

Offices that inspire

10

A pioneer in the 'scramble' for La Cloche d'Or
Analysis by Gautier Bataille, Degroof Petercam Luxembourg, and Olivier Carcy, Crédit Agricole Group in Luxembourg

14

Office or hotel? Blurring the borders

17

The office as an essential link in the human resources chain

21

A living space within which work is a natural fit”

Decryption by Raphaël Leduc, CODIC Luxembourg, and Christoph Lang, Tetra Kayser architects

24

Cet ouvrage est remis à titre gratuit.
This work is provided free of charge.

Ce magazine a été imprimé sur du papier recyclé certifié FSC.

This magazine was printed on recycled paper certified FSC.

En savoir plus :

Learn more:
v.bonte@codic.eu
www.codic.eu

DES BUREAUX «GRANDEUR NATURE»

Depuis plus de 50 ans, le groupe CODIC imagine et réalise des lieux de vie pour les générations futures en Europe et au Luxembourg en particulier.

C'est au sud de la capitale du Grand-Duché que le groupe CODIC a choisi d'implanter «Botanica». Facilement accessible, le quartier de la Cloche d'Or dispose de nombreux atouts : dynamique, multifonctionnel, multiculturel, largement ouvert sur la nature environnante, etc.

Notre ambition dépasse celle d'un projet immobilier : «Botanica – Your Office Resort» est notre nouvelle initiative d'avenir où croissance et développement durable coexistent en parfaite harmonie. Avec ses 2,1 hectares de parc, ses plans d'eau naturels et ses bâtiments à haute performance environnementale, «Botanica» offre un cadre de travail et de vie unique ; un lieu où l'intelligence collective s'épanouit, grâce à un environnement qui favorise autant la performance et l'innovation que l'équilibre personnel.

Parce que «Botanica» marquera de son empreinte le quartier de la Cloche d'Or et le quotidien de ses habitants, nous avons voulu raconter comment il s'inscrit dans son territoire avec une vision ambitieuse des bureaux contemporains.

Vous le découvrirez au travers de notre magazine exclusif «Vision» où vous rencontrerez la bourgmestre de Luxembourg, des pionniers du quartier, mais aussi celles et ceux qui ont tracé les premiers coups de crayon de «Botanica».



Vincent Beck
CEO de CODIC International

OFFICES ‘SIZED FOR LIFE’

For more than 50 years, the CODIC group has been designing and building living spaces for future generations across Europe, but with particular emphasis on Luxembourg.

The south side of the capital is where CODIC has chosen to locate its 'Botanica' development. The Cloche d'Or district itself is extremely well connected, but has many other assets too: an energetically dynamic, multifunctional and multicultural character, but with easy access to the surrounding countryside.

Our ambition extends well beyond delivering a successful property development: 'Botanica - Your Office Resort' is our new initiative for a future where growth and sustainable development coexist in perfect harmony. With its 2.1 hectares of parkland, natural water features and high environmental performance buildings, 'Botanica' offers a unique working and living environment; a place where collective intelligence flourishes, facilitated by an environment that encourages performance and innovation as much as personal work/life balance.

Because we know that 'Botanica' will play an important role in the Cloche d'Or district and the daily lives of all those who live and work there, we wanted to tell the story of how it fits into its surroundings to express its ambitious vision of what contemporary offices should be.

This exclusive magazine brings you the full story and introduces you to the Mayor of Luxembourg, the companies that pioneered this district, and the people who sketched out the beginnings of 'Botanica'.

« LA CLOCHE D'OR CONNAÎTRA PLUSIEURS PROJETS DE CONSTRUCTION AMBITIEUX »

Entre nouveaux équipements de transport, développement de commerces et d'espaces publics, et préservation des zones naturelles, le quartier de la Cloche d'Or poursuit sa mue. Lydie Polfer, bourgmestre de la ville de Luxembourg, dévoile les ambitions derrière cette transformation.

LE QUARTIER DE LA CLOCHE D'OR EST EN PLEINE TRANSFORMATION, EN PARTICULIER LA ZONE À PROXIMITÉ DU STADE. QUELS USAGES SOUHAITEZ-VOUS Y DÉVELOPPER ET COMMENT DOIVENT-ILS S'ARTICULER POUR EN FAIRE UNE CENTRALITÉ INCONTOURNABLE ?

Lydie Polfer : Au cours des prochaines années, voire décennies, la Cloche d'Or connaîtra plusieurs projets de construction ambitieux. Pour ne citer qu'un exemple, le Service Autobus de la Ville de Luxembourg devra quitter ses locaux situés actuellement à Hollerich pour s'installer sur un nouveau site à la pointe de la technologie, qui fera la part belle à la mobilité de demain, et dont la taille et la capacité tiendront compte du potentiel de croissance de la capitale. À cet effet, une zone a été déterminée à proximité du stade de Luxembourg. Et pour rester dans le domaine du développement des transports publics, et notamment en vue de l'extension du réseau du tramway au cours des prochaines années, Luxtram va nécessiter un centre de remisage complémentaire qui trouvera également sa place à la Cloche d'Or. Outre les services publics, de nombreuses entreprises nationales



et internationales comptent également profiter de la situation géographique avantageuse dont dispose la Cloche d'Or pour s'implanter dans notre capitale dans les années à venir. Bien entendu, pour rester attractive, la Cloche d'Or doit être exploitée à d'autres fins que celle de lieu de travail pour des milliers d'employés. Pour faire bénéficier les professionnels et les résidents du commerce de proximité, la mise en place de nouvelles surfaces commerciales sur la Cloche d'Or est également en discussion et la construction d'infrastructures de sports et de loisirs complémentaires aux infrastructures existantes ne sera pas négligée lors du développement urbain et de l'exploitation future de cette zone.

QUELLE PLACE OCCUPE LA MOBILITÉ DANS CE PROJET TERRITORIAL ?

La mobilité occupe un rôle essentiel dans le développement de cette partie du territoire et, d'ailleurs, les jalons afférents ont déjà été posés dans ce contexte avec notamment la liaison du tramway et la réalisation du pôle d'échange au niveau du Stade de Luxembourg. En matière de mobilité douce la desserte par des infrastructures cyclables est également assurée et sera d'ailleurs étendue dans le cadre de la réalisation de la piste

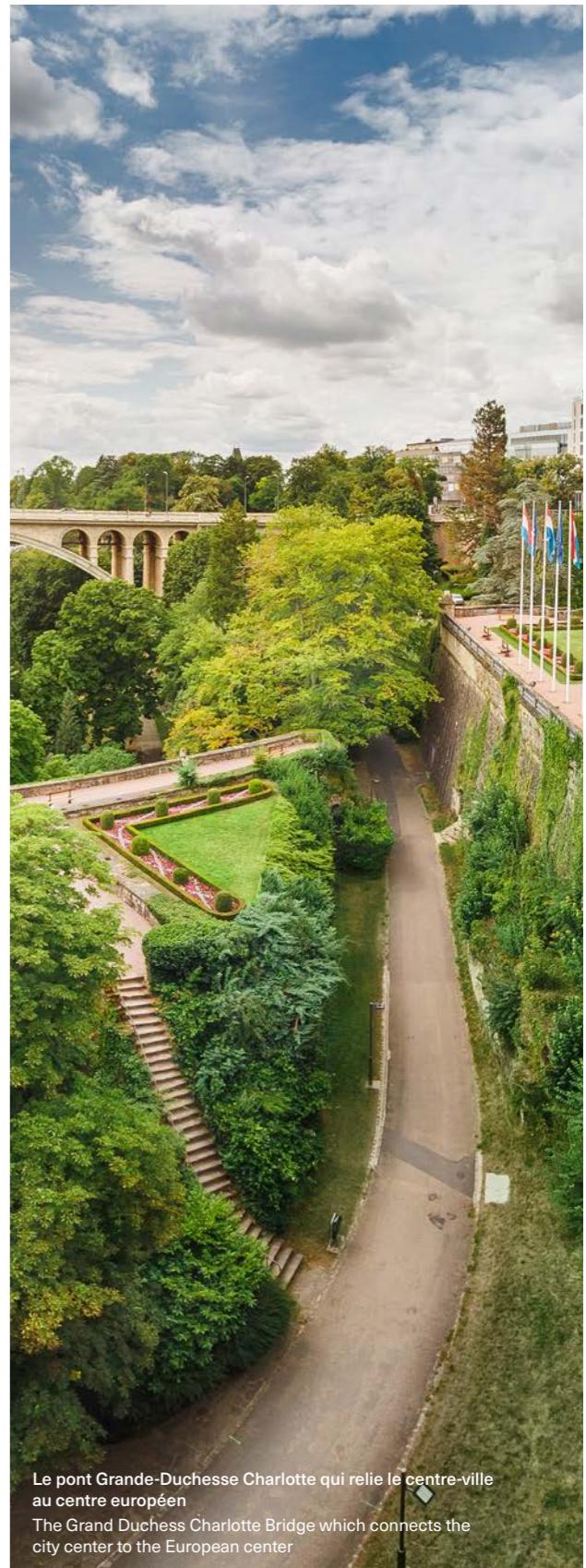
cyclable vers la commune de Roeser. Un projet appuyé par les deux administrations communales.

QUELLES SONT VOS AMBITIONS ENVIRONNEMENTALES ET PAYSAGÈRES À LA CLOCHE D'OR ?

La Cloche d'Or est à la fois étroitement rattachée au tissu urbain de Luxembourg et proche des paysages ouverts de la ceinture verte du sud-ouest de l'agglomération. Les ambitions environnementales et paysagères sont particulières, car elles visent à assurer une transition optimale entre ces deux milieux : préserver des corridors pour les flux d'air frais, réservé des espaces à l'écoulement des cours d'eau avec la création d'un nouveau couloir écologique pour le Weiswirbach et la renaturation du Drosbach, et favoriser la biodiversité grâce à la proximité du nouveau Parc de Gasperich à haute valeur environnementale. Le tout offrant la possibilité de créer des zones de détente et d'intégrer les infrastructures pour la mobilité douce. Et en effet, le projet BOTANICA est un très bon exemple de la préservation des espaces verts comme il réunira dans un parc de plus de 2 hectares, agrémenté de pièces d'eau naturelles et ouvert au public, des bureaux, un hôtel, de même que des commerces et services. Pour faire preuve de cette ambition verte, le projet ne débutera pas par une pose de première pierre comme d'habitude, mais par une « pose du premier arbre ».

QUEL RÔLE JOUERA CE QUARTIER DE LA CLOCHE D'OR RENOUVELÉ DANS LA POLITIQUE D'ATTRACTIVITÉ DE LA VILLE ET DU PAYS ?

Si l'on peut parler de mise en service d'un nouveau quartier d'habitation, de travail et de loisirs, je pense pouvoir dire que le nouveau quartier de la Cloche d'Or est une réussite. Tous les développements qui seront mis en œuvre dans ce quartier dans les années à venir devraient bien entendu renforcer l'attractivité du quartier, qui unit déjà aujourd'hui tous les aspects contribuant à une grande qualité de vie pour les habitants et les visiteurs, à savoir des infrastructures scolaires et de loisirs, une vaste offre commerciale, et bien sûr des habitations de qualité. Par ailleurs, le nouveau parc du Ban de Gasperich, inauguré en juin 2023 et lauréat dans la catégorie « Aménagement du territoire / urbanisme / espaces paysagers » du Bauhärenpreis en juin 2024, contribue sans nul doute à cette réussite, preuve que les bonnes décisions ont été prises et que les investissements ambitieux portent leurs fruits. L'objectif est de créer à long terme un quartier qui, par son offre, est complémentaire aux hypercentres Ville Haute et Gare. Comme mentionné ci-dessus, le quartier de la Cloche d'Or a été créé non pas pour concurrencer l'existant, mais pour le compléter, tant au niveau local que national. C'est pourquoi, depuis la création de ce quartier, il est important pour nous qu'il soit connecté de manière optimale aux réseaux de bus municipaux et régionaux et au tramway, et qu'il offre un large éventail de possibilités d'utilisation. L'attractivité des nouveaux quartiers urbains se caractérise par leur large utilisation, un sujet qui n'est pas négligé lors de l'élaboration des plans et qui est soutenu par des experts.



“LA CLOCHE D’OR WILL BE THE FOCUS FOR A SERIES OF AMBITIOUS NEW CONSTRUCTION PROJECTS”

The transformation of the Cloche d’Or district continues with new transport options, retail units, public spaces and projects to conserve and protect natural environments. Lydie Polfer, the Mayor of Luxembourg City, unveils the ambitions that are powering this transformation.

The Cloche d’Or district is in the throes of a major transformation, especially in the area around the stadium. What kind of uses would you like to see developed there, and how should those uses work together to establish the district as an unmissable destination in the context of the city?

Lydie Polfer: Over the next few years, and indeed decades, La Cloche d’Or will be the focus for a series of ambitious new construction projects. Let me give you just one example: the City of Luxembourg Bus Service is going to have to relocate from its current base in Hollerich to a new state-of-the-art site that will focus on the future of urban mobility, and be big enough to provide the capacity needed to cope with the growth potential of the capital. So we’ve identified a development area near the Stade de Luxembourg to meet that need. And sticking with public transport for a moment, we plan to extend our tramway network over the next few years, so Luxtram will require an additional tram maintenance and storage centre, which will also be located in the Cloche d’Or district. Looking beyond public services now, we’re already in contact with many national and international companies with plans to establish a presence in our capital thanks to the strategic location of La Cloche d’Or.

Of course, to remain universally attractive, the Cloche d’Or district must be a lot more than simply a workplace employing thousands of people. So to ensure that the business and residential communities benefit equally from local services, we’re also discussing the development of new retail spaces, and we’ll

certainly not be overlooking the need to build new sports and leisure facilities that complement our existing infrastructures as we plan the future urban development and uses of the district.

What would you say is the role of mobility in this development project?

LMobility has an essential role to play in developing this part of our region, and the groundwork is already in place with the direct tramway link and the new multimodal hub near the Stade de Luxembourg. In terms of soft mobility, some bike-only infrastructures are also in place, and will be extended with construction of the new cycle path to the town of Roeser and its surrounding community. This project is supported by both local authorities.

What environmental and landscaping ambitions have you set for La Cloche d’Or?

La Cloche d’Or is plugged directly into the urban fabric of Luxembourg, but at the same time is on the doorstep of the open countryside of the green belt to the southwest of the city. We have very specific ambitions in terms of the natural and landscaped environment, where our ultimate aim is to ensure a seamless transition between the two: maintaining corridors that facilitate the free flow of natural fresh air, leaving space for the free flow of watercourses with a new ecological corridor for the Weiherbach and renaturing of the Drosbach, and encouraging biodiversity through close proximity with the new Parc de Gasperich, which is certified under the Haute Valeur Environnementale eco-standard scheme. All of these developments bring with them the opportunity to create leisure spaces and soft mobility infrastructures.

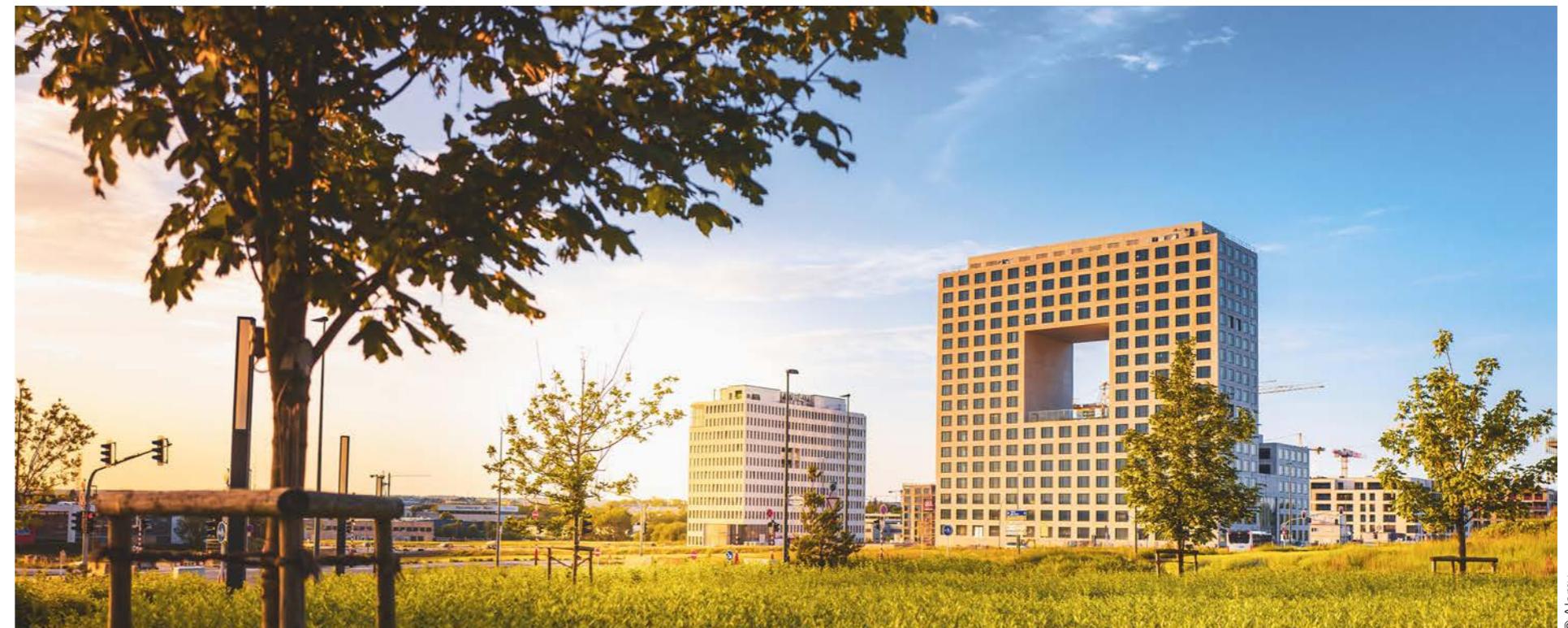
In fact, the BOTANICA project is an excellent example of green space conservation, because its offices, hotel, shops and services will be developed in more than 2 hectares of publicly accessible parkland with natural water features. To underline this green ambition, commencement of the project will not be marked by the traditional foundation stone laying ceremony, but with a first tree planting ceremony.

What role will the revitalised Cloche d’Or district play in the national and city policies for attracting inward investment?

I think the fact that we are able to talk in terms of commissioning a new residential, working and leisure community says quite clearly that the new Cloche d’Or district is already a success. All the developments that will take place here over the coming years will, of course, enhance the appeal of the district, which already offers all the services needed for residents and visitors to enjoy an excellent quality of life, by which I mean schools and leisure facilities, a wide range of shops and, of course, high-quality homes. The new Parc de Gasperich Park opened in June 2023 received a Bauhärepräis award this June in the ‘Land development/urban planning/landscaped areas’ category, and will undoubtedly contribute to this ongoing success. It also underlines the fact that we

have made the right decisions here and that our ambitious investments are already paying off. Our ultimate long-term aim is to create a district whose facilities and attractions complement the city centre hubs of Ville Haute and Gare.

“The BOTANICA project is an excellent example of green space conservation”



© Alamy

Le siège de Deloitte, à La Cloche d’Or
Deloitte headquarters at La Cloche d’Or

DES BUREAUX QUI DONNENT ENVIE DE

TRAVAILLER APPRENDRE **SE DIVERTIR** ÉCHANGER FAIRE DU SPORT

La fin du bureau traditionnel signe l'avènement de nouveaux espaces de travail repensés pour refléter la quête de sens et la recherche d'un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle des employés. Et les entreprises l'ont bien compris.

Arriver au bureau à 9h le matin, et le quitter dès 18h passé ? Une époque révolue. Avec l'essor du télétravail, la quête de sens et l'importance accrue portée à l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle, la fonction même du lieu de travail se voit redéfinie. Face à la concurrence du domicile, le bureau ne peut se résumer à un lieu de production. Aujourd'hui, les bureaux collaboratifs ne sont plus de simples espaces fonctionnels, mais des lieux qui favorisent l'échange, l'innovation et le bien-être.

QUAND L'AMÉNAGEMENT BOOSTE LA PRODUCTIVITÉ

Fini les open spaces impersonnels, les cloisons austères et les faux plafonds : les bureaux se réinventent pour être en adéquation avec les attentes des sa-

lariés. «Les espaces de travail que l'on crée sont pensés pour être singuliers, reconnaissables et, surtout, stimulants», explique Maxime Barbier, architecte

«Ces nouveaux espaces sont conçus pour être des lieux de vie ouverts, accessibles même à ceux qui n'y travaillent pas»

associé du cabinet SCAU. «Les espaces de bureaux doivent favoriser les rencontres et les échanges, qu'ils soient planifiés, ou, et c'est peut-être encore

plus important, non planifiés». Les espaces de bureaux ? Désormais, les terrasses, les cuisines partagées et les espaces de convivialité comme la cafétéria ou le roof-top deviennent des lieux de travail comme les autres, contribuant à briser la routine et stimuler l'innovation.

DES BUREAUX QUI REFLETTENT LES VALEURS DE L'ENTREPRISE...

La charge symbolique désormais accordée aux bureaux n'est pas sans conséquence pour les dirigeants, et le choix du siège social est plus que jamais une décision stratégique pour les directions générales. Leur image de marque, leur capacité à recruter (ou à conserver) des talents en dépendent. «Des matériaux bruts, plus écologiques, une gestion soignée de la lumière naturelle et des espaces ouverts à l'esprit loft sont devenus les nouveaux codes des bureaux collaboratifs», décrit Maxime Barbier.

LES CAMPUS NOUVELLE GÉNÉRATION DU CONTINENT THE NEW-GENERATION CAMPUSES OF EUROPE

CHISWICK PARK

Reconversion d'un ancien garage de bus à l'Ouest de Londres en campus de douze bâtiments au sein d'un grand parc avec une zone de spectacles en plein air, un lac et une réserve naturelle.

Conversion of a former bus garage in West London into a campus of twelve buildings set in a large park with an outdoor performance area, a lake and a nature reserve.

STANHOPE

LONDRES

BRUXELLES

PARIS -
LA DÉFENSE

LUXEMBOURG

BARCELONE

LAMERCEDES

Réalisation d'un écoquartier mixte de 185 000 m² sur une friche Mercedes.

Development of a 185,000m² mixed-use eco-community on a brownfield site previously occupied by Mercedes.

CONREN TRAMWAY

ROYALE BELGE

Reconversion d'un bâtiment patrimonial de 40 000 m² en ensemble mixte dans un parc de plus de 11 hectares.

Conversion of a 40,000 m² heritage building into a mixed-use complex set in more than 11 hectares of parkland.

APE / CORES DEVELOPMENT / FORESITE / URBICOON

ATELIER GARDENS

Reconversion d'un complexe de studios de cinéma en campus de 6 hectares dédiés aux « change makers ».

Conversion of a film studio complex to create a 6-hectare campus for change makers.

FABRIX

BERLIN

BOTANICA

Réalisation d'un parc de 2,1 ha et de 8 bâtiments mixtes sur un site industriel qui était complètement artificialisé.

Development of a 2.1-hectare park and 8 mixed-use buildings on a former industrial site from which nature had been completely banished.

CODIC

CAMPUS ENGIE

Réalisation de 1,3 ha d'espaces verts et de 4 bâtiments sur une friche PSA.

Development of 1.3 hectares of landscaped spaces and 4 buildings on a brownfield site previously occupied by the PSA automotive group.

SWISS LIFE AM / NEXITY

► «Le soin apporté à l'environnement de travail reflète les valeurs des entreprises, qui intègrent de plus en plus des considérations environnementales, de bien-être et de responsabilité sociale», explique l'architecte.

... INSPIRÉS DES CAMPUS ANGLO-SAXONS HISTORIQUES

Pensé initialement pour optimiser la productivité, le bureau a effectué depuis une révolution culturelle: désormais, sa priorité est de favoriser le bien-être de ses occupants. Pour comprendre ce renversement des priorités, il faut se tourner vers les campus universitaires anglo-saxons, organisés autour d'un parc central, de lieux d'activités sportives et récréatives, mais aussi de travail, de restauration, de socialisation. Ces complexes ouverts et désormais adoptés par les entreprises allient bureaux, loisirs et services. Et ils gagnent du terrain, avec la promesse de permettre en une journée d'assouvir ses envies professionnelles, sociales et de bien-être, en un lieu unique. «Contrairement aux campus fermés de la Silicon Valley, ces nouveaux espaces sont conçus pour être des lieux de vie ouverts, accessibles même à ceux qui n'y travaillent pas», précise Maxime Barbier, dont l'agence signe le projet Botanica, qui reprend ces préceptes d'ouverture et de diversification des usages. Ouvert sur le monde et ouvert au public, tout comme aux nouvelles idées... qui y trouvent le terreau nécessaire pour germer.

OFFICES THAT INSPIRE PEOPLE TO WORK/ LEARN/HAVE FUN/ CONNECT/PLAY SPORT

As the traditional office comes to an end, we are seeing the emergence of new workspaces whose innovative design reflects the quest of today's employees for meaningful work and a healthier work/life balance. It's something that companies understand very well.

Get to the office at 9am and go home just after 6pm? Those days are long gone... The dramatic rise in remote working, the quest for meaningful work and an increased focus on the important issue of work/life balance are redefining the very function of the workspace. In the face of competition from homeworking, the office

can no longer exist solely as a production environment. Today's collaborative offices are much more than simply functional spaces; they are environments that encourage and facilitate interaction, innovation and wellbeing.

Better layout, higher productivity

Gone are the days of impersonal open spaces, forbidding partitions and suspended ceilings: offices are now being reinvented to dovetail with the expectations of employees. "The workspaces we create are designed to be unique, unmistakable and, most importantly, stimulating", explains Maxime Barbier, Partner at SCAU architects. "Office spaces must encourage encounter and interaction, whether planned or - and this is perhaps even more important - unplanned". So what are today's office spaces? In today's world, terraces, shared kitchens and sociability spaces,

such as lunchrooms and rooftops, are becoming workspaces like any other, helping to disrupt routine and stimulate innovation.

Offices that reflect corporate values...

The symbolic importance that offices have now assumed is not without implications for executive management teams as the choice of head office becomes a decision of increasingly strategic importance. Their company's brand image and ability to recruit (or retain) talent depend on it. "Raw, unfinished and more eco-responsible materials, careful management of natural daylight and loft-like open spaces have become the new design cues for collaborative offices", continues Maxime Barbier. "The care now being focused on the working environment reflects the core values of companies, which are increasingly embracing environmental,

wellbeing and social responsibility concerns", explains the architect.

... inspired by the Anglo-American campus tradition

Initially designed to optimise productivity, the office has since ex-

The choice of head office becomes a decision of increasingly strategic importance.

perienced a cultural revolution: its priority today is to promote the wellbeing of those who work in it. To understand this reversal of priorities, we need to look at Anglo-Ame-

rican university campuses, which are laid out around a central landscaped area, with sports and recreational facilities, as well as places to work, eat and socialise. These open complexes combining offices, leisure facilities and services have now been taken up enthusiastically by companies. And the concept is gaining traction, thanks to the appealing promise of being able to meet the full range of our work, social and wellbeing aspirations in a single location. "Unlike the closed campuses of Silicon Valley, these new spaces are designed to be open living spaces available even to those who don't work there", explains Maxime Barbier, whose practice is responsible for designing the Botanica project, which embraces these principles of openness and diversity of use. Open to the world and open to the public, as well as to new ideas, which find fertile ground in which to germinate here.



Le Royal Belge et l'Hôtel Mix Brussels, Bruxelles
The Royal Belge and the Mix Brussels Hotel, Brussels

© Cores

DEGROOF PETERCAM

UN PIONNIER DE LA « RUÉE » VERS LA CLOCHE D'OR

Désormais intégrée au groupe Crédit Agricole à la suite de son rachat par Indosuez Wealth Management, la banque Degroof Petercam est installée à la Cloche d'Or depuis plus de 20 ans au Luxembourg. Un ancrage territorial qui en fait à la fois un acteur historique et un observateur avisé des transformations du quartier. Explications avec Gautier Bataille, CEO de Degroof Petercam Luxembourg, et Olivier Carcy, Senior Country Officer du groupe Crédit Agricole au Luxembourg.



GAUTIER BATAILLE
CEO
Degroof Petercam Luxembourg

OLIVIER CARCY
Senior Country Officer
Groupe Crédit Agricole Luxembourg

DR / All rights reserved

DEGROOF PETERCAM LUXEMBOURG EST INSTALLÉ À LA CLOCHE D'OR DEPUIS PLUS DE 20 ANS. QUELS SONT LES ATOUTS DE CE QUARTIER QUI EXPLIQUENT VOTRE PRÉSENCE ?

Gautier Bataille: Degroof Petercam a souhaité s'installer au Luxembourg en 1987 pour participer à une industrie naissante, être le dépositaire et réaliser l'administration des fonds et des SICAV. Après s'être installée dans le centre-ville pendant les premières années, la banque a acquis un terrain en 2000 rue Eugène Ruppert, dans le quartier de la Cloche d'Or, pour y construire son nouveau siège social au milieu d'un champ de blé ! Nous étions parmi les pionniers à une époque où les infrastructures manquaient. Nous avions d'ailleurs installé notre propre générateur électrique pour alimenter le quartier ! Aujourd'hui, le quartier s'est développé, mais nous nous servons toujours des connexions électriques de l'époque avec le réseau pour pouvoir charger environ 200 voitures électriques chaque jour. Outre son accessibilité en voiture avec le contournement de Luxembourg et les autoroutes A3 et A4 qui passent à proximité, nous avons également choisi cet emplacement pour la surface évolutive qu'il offrait. Notre siège a ainsi pu être agrandi en 2007 puis en 2012 pour accompagner notre croissance. L'architecture du bâtiment, qui fait aujourd'hui 15 000 m², est moderne et les bordures vertes à proximité rendent le cadre très agréable.

Olivier Carcy: Nous sommes ravis que Degroof Petercam ait développé son siège social à la Cloche d'Or. Le bâtiment fait la fierté des collaborateurs et est un marqueur de visibilité forte dans un quartier qui connecte la ville de Luxembourg à la France. À la différence du centre-ville historique, la Cloche d'Or permet de développer des bâtiments de bureaux à la fois bien identifiés et inscrits dans un large écosystème économique, ce qui est essentiel pour la marque employeur alors que la conquête des talents est un enjeu de l'industrie financière. En outre, il répond efficacement aux enjeux de mobilité des travailleurs locaux et transfrontaliers grâce à sa desserte : excellent accès autoroutier, large offre de stationnement, liaison avec le centre-ville en dix minutes grâce au tramway. Cet ancrage territorial est primordial, aussi bien pour le bon déroulement de nos activités que pour l'avancement de notre projet humain et sociétal.

DANS QUELLE MESURE CETTE ADRESSE A-T-ELLE CONTRIBUÉ À VOTRE CROISSANCE AU LUXEMBOURG ? ET DEGROOF PETERCAM AU DÉVELOPPEMENT DE LA CLOCHE D'OR ?

Gautier Bataille: Nous avons eu une vision ambitieuse en développant notre siège dans le quartier de la Cloche d'Or, qui est très prisé aujourd'hui et considéré comme « the place to be ». Les infrastructures se sont améliorées au fil du temps et toutes les difficultés d'il y a vingt ans ont été résolues grâce à l'intervention efficace de la ville. Notre siège social a participé à notre croissance grâce à l'image qu'il véhicule. Quand les clients et les prospects passent devant notre bâtiment, ils mesurent l'importance de notre activité. Aujourd'hui, la Cloche d'Or est renommée, des sociétés cherchent à s'y installer et n'hésitent pas à pré-louer les nouveaux immeubles malgré le contexte actuel du marché immobilier, tandis que celles qui y sont déjà, et qui cherchent à s'étendre, veulent y rester. En parallèle, le quartier se transforme avec de nouvelles écoles, le plus grand parc de Luxembourg, de plus en plus de logements... Tous ces éléments contribuent à la création d'une vraie communauté. Il manque peut-être un endroit ouvert, comme on en trouve au centre-ville, une place où les usagers pourraient se rassembler. Le projet Botanica pourrait amener à combler ce manque.

« La Cloche d'Or est “the place to be” à Luxembourg »

GAUTIER BATAILLE

Olivier Carcy: La Cloche d'Or a aussi pour atout de faire partie intégrante de la ville de Luxembourg, ce qui fait la différence en matière d'adresse pour les clients de nos activités de gestion de fortune. À noter que les équipes d'Indosuez Wealth Management sont basées dans le centre-ville, mais nous venons d'ouvrir un site de coworking dans le bâtiment de Degroof Petercam pour permettre aux collaborateurs de commencer à travailler ensemble. Avec l'acquisition de Degroof Petercam, le groupe Crédit Agricole est aujourd'hui un employeur important dans le secteur financier au Luxembourg. Nous sommes donc un acteur majeur de la ville et de la Cloche d'Or.

QUELLE EST VOTRE VISION SUR L'AVENIR DE CE QUARTIER ?

Gautier Bataille: Il va devenir très autonome avec de nouvelles surfaces commerciales, résidentielles et des services pour tous les usagers, des bureaux modernes et modulables, qui répondent aux attentes des nouvelles générations en matière de convivialité, de mobilité et de développement durable... L'attractivité de la Cloche d'Or va donc encore se renforcer au fil des années et son âme va se construire à travers ses usagers.

Olivier Carcy: L'intégration de la Cloche d'Or dans la ville est pleinement réalisée aujourd'hui avec la ligne de tramway qui connecte le quartier avec le centre-ville historique et le plateau de Kirchberg. Cette infrastructure a considérablement agrandi le territoire de Luxembourg. Et une deuxième ligne de tram qui passerait devant le siège de Degroof Petercam à moyen terme serait en projet. Le meilleur reste donc à venir pour la Cloche d'Or.

DEGROOF PETERCAM

A PIONEER IN THE 'SCRAMBLE' FOR LA CLOCHE D'OR

Now a member of Crédit Agricole Group following its acquisition by Indosuez Wealth Management, the private bank Degroof Petercam has been based at the Cloche d'Or district of Luxembourg for more than 20 years. Its local roots give it the twin perspectives of an established presence and a shrewd observer of the way it has changed over two decades. Gautier Bataille, CEO of Degroof Petercam Luxembourg, and Olivier Carcy, Senior Country Officer of Crédit Agricole Group in Luxembourg, take up the story...

Degroof Petercam Luxembourg has been based in the Cloche d'Or district for more than 20 years. What are the benefits that persuaded you to locate here initially?

Gautier Bataille: Degroof Petercam decided to establish a presence in Luxembourg in 1987 to play a part in what was then an emerging industry by providing custodian, fund and SICAV (open-ended investment fund) administration services. Having had a presence in the city centre for the first few years, it was in 2000 that the bank acquired a plot of land on the rue Eugène Ruppert in La Cloche d'Or to build its new head office in the middle of what was nothing more than a field of wheat at that time! We were one of the pioneers in choosing a location with little in the way of infrastructure. In fact, we installed our own electricity generation facility to supply power to the district! The area has expanded since then, but we still use those legacy feed-in grid connections to the grid to charge around 200 electric cars every day. Over and above the easy accessibility by car thanks to the Luxembourg bypass and the nearby A3 and A4 motorways, we also chose this location for the size of the plot, which was big enough to expand into. So we were able to extend our head office building in 2007, and again in 2012, to keep pace with our growth. Now with a floor area of 15,000 m², the building is contemporary in design and the green spaces around us make this a very pleasant setting.

Olivier Carcy: We're delighted that Degroof Petercam took the decision to develop its Luxembourg head office at La Cloche d'Or. Employees here are proud of the building, which is a high-profile landmark in a district that links the city of Luxembourg to France. Unlike the historic city centre, La Cloche d'Or facilitates the development of office buildings that are simultaneously distinctive and part of a wider economic ecosystem, which is essential for any company's employer brand at a time when attracting talent is a key challenge for all parts of the financial services industry. It

also responds effectively to the mobility needs of local and cross-border workers, with excellent motorway access and ample parking just a ten-minute tram ride to the city centre. The local roots we have here are essential, not only for the smooth running of our business, but also for progressing our human and social project.

"La Cloche d'Or is the place to be in Luxembourg".

Gautier Bataille

To what extent would you say that this location has helped you grow in Luxembourg? And how has Degroof Petercam contributed to the development of La Cloche d'Or?

GB: It was an ambitious vision to develop our head office in the Cloche d'Or district, which is now a very popular location, and seen very much as the place to be. The infrastructure has gradually improved to the point where all the challenges we faced two decades ago have been resolved thanks to the effective intervention of the city authorities. Our head office has also contributed to our growth thanks to the image it projects. When existing and potential customers pass our building, they understand the importance of our business. Today, La Cloche d'Or is a highly desirable destination, with

companies keen to relocate here and having no hesitation in pre-leasing new buildings, even in the current property market. At the same time, those who are already here want to stay and grow here. In parallel with that, the entire district is experiencing transformational change, with new schools, the largest park in Luxembourg and a succession of new housing schemes... All of which are helping to build a genuine community here. If there's one thing we could be said to lack it's an open social space, like the ones you find in the city centre, where people can meet and gather. The Botanica project could help to fill that gap.

OC: La Cloche d'Or also has the great advantage of being integral to the city of Luxembourg, which makes a big difference in terms of location for our wealth management clients. The Indosuez Wealth Management teams are based in the city centre, but we've just opened a coworking site in the Degroof Petercam building so that our staff can begin to work together. Our acquisition of Degroof Petercam establishes the Crédit Agricole Group as a major employer in the Luxembourg financial sector. Which in turn makes us a key stakeholder in the Cloche d'Or district and the city itself.

What is your vision for the district going forward?

GB: I see it as becoming much more independent, with new commercial and residential spaces, services for all users and contemporary modular offices that deliver on

the expectations of our new generations in terms of sociability, mobility and sustainable development... La Cloche d'Or will therefore become even more attractive in the future, and its soul will be built by and for its users.

"The best is yet to come for La Cloche d'Or"
Olivier Carcy

OC: La Cloche d'Or is now fully integrated into the city, with tramway services that connect the district directly with the historic city centre and the Kirchberg Plateau business hub. This infrastructure has considerably expanded Luxembourg and its surrounding region. There are also plans now for a second tramway line, which will eventually run right past the Degroof Petercam head office building in the medium term. The best is yet to come for La Cloche d'Or.





BUREAU OU HÔTEL? QUAND LES FRONTIÈRES S'ESTOMPENT

Spécialistes de l'hôtellerie, Jean-Michel Desnos (Hotel Experts Consulting) et Félix Balladur (JLL) observent une tendance grandissante : les bureaux adoptent de plus en plus les codes de l'hôtellerie. Et inversement.

Conciergerie, service de pressing, crèche, salle de sport ou encore restaurant... « Ces services, autrefois réservés à l'hôtellerie, qui sont l'ADN même de ce secteur, se retrouvent aujourd'hui de plus en plus dans les bureaux », observe Jean-Michel Desnos, président d'Hotel Experts Consulting. Cette tendance, constatée à l'échelle mondiale depuis plusieurs années, s'explique de différentes façons. Sur le plan économique d'abord, « proposer davantage de services dans les bureaux peut notamment permettre de les louer plus vite », souligne Félix Balladur, directeur du conseil hôtelier chez JLL Hotels and Hospitality. Et d'ajouter : « Le bureau doit se réinventer pour devenir plus attractif, et cela passe en grande partie par une approche plus servicielle », détaille-t-il.

L'aménagement des bureaux évolue également en s'inspirant de l'hôtellerie. Les espaces de travail individuels laissent place à des espaces de réunion plus grands et à des lieux de socialisation comme des cafés ou des zones de détente.

Un schéma qui reflète l'évolution parallèle des hôtels, qui ont, au cours de la dernière décennie, réduit la taille des chambres individuelles au profit

de zones communes plus vastes. « *Aujourd'hui, nous ne venons plus dans un hôtel seulement pour dormir. Nous y allons pour faire du sport, prendre un*

dur. Cette transformation a entraîné une mixité d'usages croissante dans les deux secteurs.

« Aujourd'hui, nous ne venons plus dans un hôtel seulement pour dormir. Nous y allons pour faire du sport, prendre un café ou travailler. Dans les bureaux, la logique est la même. »

café, ou travailler. Dans les bureaux, la logique est la même avec des amphithéâtres, des salles de réunion ouvertes sur l'extérieur », analyse Félix Balla-

DES LIEUX DE VIE HYBRIDES

« Il existe aujourd'hui une véritable convergence entre ces deux mondes », observe Jean-Michel Desnos. Que ce soit à l'hôtel ou au bureau, ce qui compte désormais, c'est l'expérience proposée. « *Dans l'hôtellerie, ce sont des expériences de vie ; au bureau, ce sont des expériences collaborateurs* », précise Félix Balladur. Ainsi, la distinction entre les deux s'estompe peu à peu.

La seule limite à cette convergence semble résider dans les contraintes économiques. « *Tous les services additionnels que les bureaux offrent aujourd'hui ont un coût. À la différence de l'hôtellerie, le collaborateur n'est pas un client payant* », explique Jean-Michel Desnos. L'hôtellerie, quant à elle, emprunte également des codes aux bureaux, notamment en matière de sécurité, avec des accès contrôlés et des systèmes de surveillance avancés. Bureaux et hôtels continuent ainsi de se rapprocher... pour former des offices-resorts.

OFFICE OR HOTEL? BLURRING THE BORDERS

Hospitality specialists Jean-Michel Desnos (Hotel Experts Consulting) and Félix Balladur (JLL) are seeing a growing trend towards offices adopting the codes of the hospitality industry. And vice versa.

Concierge service, dry cleaning, childcare, gyms and restaurants... « All these services, which were once specific to the hospitality sector and integral to its DNA, are now becoming increasingly common in offices », says Hotel Experts Consulting President Jean-Michel Desnos. This trend has become apparent worldwide over recent years, and has a number of explanations. The first is financial: « Offering more services in offices can help attract tenants more quickly », emphasises Félix Balladur, Head of Hotel Consultancy at JLL Hotels and Hospitality. « The office needs to reinvent itself to become more attractive, and adopting a more service-orientated approach is a large part of that », he continues.

Office design is also changing and drawing its inspiration from the hotel industry. Individual workspaces are disappearing in favour of larger meeting spaces and social spaces, like cafés and chillout zones. This trend mirrors the parallel evolution of hotels, which, over the last decade, have reduced individual room sizes in order to create larger communal spaces. « Today, we no longer visit

a hotel just to sleep. We go there to play sport, have a coffee or work. In offices, the same logic applies, with conference facilities and meeting rooms open to external users », analyses Félix Balladur. This transformation has led to a growing diversity of uses in both sectors.

Hybrid living spaces

« There's now a very real convergence between these two worlds », says Jean-Michel Desnos. Whether hotel or office, what counts today is the experience on offer. « Hotels offer life experiences; offices offer employee experiences », explains Félix Balladur. With the result that the distinction between the two is becoming increasingly blurred.

The only limit to this convergence seems to be financial. « All the additional services offered by today's offices come at a cost. Unlike hospitality, employees are not paying customers », explains Jean-Michel Desnos. Hotels are also borrowing office practices, particularly in terms of security, with controlled access and advanced surveillance systems. Offices and hotels are continuing to move closer together... to create Office Resorts.

“Today, we no longer visit a hotel just to sleep. We go there to play sport, have a coffee or work. In offices, the same logic applies”



LE BUREAU, MAILLON ESSENTIEL DES RESSOURCES HUMAINES

Face aux nouvelles attentes de leurs collaborateurs, les DRH repensent les espaces de travail pour faire du bureau le meilleur ambassadeur de leur entreprise.

Conséquence de l'évolution des usages, accélérée par la crise de la COVID: pour séduire, le bureau ne peut plus être simplement un lieu de travail. Un défi à relever pour les entreprises, mais aussi une opportunité de transformer leurs espaces de bureau pour en faire l'atout numéro 1 de leur marque employeur. Pour cela, les DRH doivent prendre en compte les spécificités propres à chaque pays.

ON EN DEMANDE TOUJOURS PLUS À SON BUREAU

On ne travaille pas de la même manière à Paris, à Luxembourg, Londres ou Madrid. Surtout, on ne perçoit pas le bu-

reau de la même manière. Les Parisiens se distinguent par un attachement au bureau supérieur à leurs voisins européens (étude Paris WorkPlace, 2022). Un attachement partagé par les Hollandais, les Luxembourgeois et les Belges, mais pas par les Anglais qui sont 70%* à considérer le bureau uniquement comme un lieu de travail.

Si les Français, champions européens du présentiel (étude JLL, 2023), attendent donc de leurs bureaux qu'ils proposent des services (restauration, salle de sport, espaces de convivialité), les Anglais, champions du télétravail, sont plus portés sur les équipements (connexion Internet, matériel de bureau). De leur côté, les Luxembourgeois attendent également de leurs bureaux des services, des équipements, mais aussi et surtout la garantie d'un cadre

de vie professionnel sain et sécurisé**. Les attentes divergent, mais le constat de fond est le même: on en demande toujours plus à son bureau.

LE LIEN SOCIAL: L'ATOUT CLÉ DU BUREAU

Autre point qui met d'accord les salariés européens : le lien social reste la première motivation pour venir au bureau. Cependant, chacun l'exprime à sa manière. Les pays latins accordent une importance toute particulière à la pause déjeuner, quand les Anglais et les Allemands vont préférer les activités extra-professionnelles. Au Luxembourg, les interactions sociales manquent aux salariés en télétravail**.





© iStock

Le lien social reste la première motivation pour venir au bureau

La dimension sociale est, pour les DRH aussi, l'atout clé du bureau. Lieu de rencontres, le bureau favorise les interactions directes entre les collaborateurs, ce qui permet d'assurer un management plus fluide, mais aussi de favoriser l'intelligence collective et la créativité des équipes. Il joue également un rôle central dans la formation et l'intégration des talents. Autant de points forts renforcés par l'aménagement d'espaces flexibles, de coins détente, de zones de travail collaboratif ou d'espaces verts.

LE BUREAU, ESPACE DE VIE ET NOUVELLE VITRINE DE L'ENTREPRISE

Le bureau sert aussi bien à attirer de nouveaux talents qu'à fidéliser les collaborateurs et à assurer la productivité des équipes. À l'heure où il

est devenu un élément déterminant de la marque employeur, les DRH sont plus que jamais impliqués dans l'aménagement des espaces de travail. Et les chiffres leur donnent raison: 57% des Franciliens indiquent que les bureaux ont été un élément important dans leur choix de rejoindre leur entreprise**. Les DRH attendent donc des concepteurs qu'ils livrent des bureaux parfaitement équipés et adaptés aux besoins de l'entreprise, afin de pouvoir en faire leur plus belle vitrine.

* Étude Ifop pour BNP Paribas Real Estate, 2022
 ** Belux Workforce Preferences Barometer, 2022
 *** Étude Paris WorkPlace, 2024

THE OFFICE AS AN ESSENTIAL LINK IN THE HUMAN RESOURCES CHAIN

Header: Faced with the challenge of meeting the new expectations of employees, HR departments are rethinking workspaces to make the office the prime ambassador for their company.

The changes in working patterns accelerated by the COVID crisis mean that today's office can no longer be simply a place people work in. This poses a challenge for companies, but it also presents them with an opportunity to transform their office spaces and make them their No. 1 employer brand asset. To deliver this transformation, HR departments must successfully address the national practices and preferences of each country.

We are asking more and more of our offices

People in Paris, Luxembourg, London or Madrid don't all work in the same way. Perhaps more importantly, their perceptions of the office differ. Parisians have a greater affinity with the office environment than their European neighbours (Paris WorkPlace Survey, 2022). This affinity is shared by Dutch, Luxembourg and Belgian employees, but not their British counterparts, 70%* of whom see the office solely as a workplace.

While the French, Europe's office working champions (JLL Survey, 2023), expect their offices to also offer services (catering, gym, spaces for socialising, etc.), the British, as remote working champions, are more interested in technical facilities (Internet connection, office equipment, etc.). Office workers in Luxembourg also expect their offices to have services and technical facilities, but place greater importance on guarantees of a healthy and safe working environment**. So expectations differ, but there is one clear common denominator: we are asking more and more of our offices.

Social interaction: the key asset of the office

Another issue on which employees agree across Europe is that social interaction remains the primary motivation for coming to the office. Nevertheless, everyone has their own interpretation of that. Employees in Latin countries place particular importance on the lunch break, while those working in England and Germany prefer out-of-work activities. In Luxembourg, remote working employees miss the social interaction**. The social dimension is also the key asset of the office for HR departments. As

a meeting space, the office encourages direct interaction between employees, streamlining management, building collective intelligence and intensifying team creativity. It also plays a central role in talent training and induction. These strengths can be further enhanced by the availability of flexible workspaces, chillout spaces, collaborative working spaces and green spaces.

Social interaction remains the primary motivation for coming to the office

The office as a living space and new showcase for the company

The office is as much about attracting new talent as it is about retaining existing employees and ensuring team productivity. Now that the office has become a determining factor in the employer brand, HR departments are more involved than ever in workspace design. And the figures bear out the wisdom of that trend: 57% of Paris region employees say that the offices played an important part in their decision to join the company they now work for**.

HR departments therefore expect designers to deliver fully equipped offices tailored to the needs of the company, so that they can use them as their most attractive showcase for potential new recruits.

* Ifop survey for BNP Paribas Real Estate, 2022
 ** Belux Workforce Preferences Barometer, 2022
 *** Paris WorkPlace Survey, 2024



DR
RAPHAËL LEDUC
Directeur
CODIC Luxembourg

« UN ESPACE DE VIE OÙ LE TRAVAIL TROUVE NATURELLEMENT SA PLACE »

L'« Office-Resort », de la théorie à la pratique. Raphaël Leduc, Directeur chez CODIC Luxembourg, et Christoph Lang, Architecte associé de Tetra Kayser, décryptent comment cette nouvelle approche réinvente le bureau en voyant beaucoup plus loin que le simple espace de travail.

COMMENT DÉFINISSEZ-VOUS LE CONCEPT « YOUR OFFICE-RESORT » ?

Christoph Lang : Un Office-Resort associe de manière innovante, dans un même complexe immobilier, les codes traditionnels des bureaux aux services haut de gamme que l'on trouve généralement dans les hôtels et les centres de bien-être. Depuis la pandémie de COVID-19 et l'essor du télétravail, les attentes professionnelles ont évolué de manière significative. Le bureau doit désormais se réinventer pour s'adapter à ces nouvelles exigences. Avec l'Office-Resort, nous réinventons le lieu de travail pour en faire un véritable écosystème dans un parc paysager. L'environnement professionnel se trouve ainsi enrichi d'une multitude de services, axés sur le confort, la détente et la convivialité, permettant aux employés d'accéder à bien plus que de simples bureaux. Il devient alors possible, sur son lieu de travail, de faire garder ses enfants, de partager un verre avec des collègues, d'inviter ses amis à déjeuner en terrasse, de pratiquer une activité sportive en salle ou en plein air, de travailler au bord d'un plan d'eau ou simplement de se détendre dans un parc arboré.

Raphaël Leduc : Avec l'Office-Resort, nous répondons à la demande croissante des employeurs qui cherchent, depuis l'essor du télétravail, à transformer le lieu de travail en un espace polyvalent et accueillant pour réengager leurs équipes. Bien que la sphère professionnelle se soit étendue jusqu'au domicile, le bureau demeure le lieu de l'intelligence collective, de la cohésion d'équipe et de la culture d'entreprise. L'Office-Resort réinvente le bureau en un lieu où vie professionnelle

et personnelle se rencontrent harmonieusement, rendant le travail au bureau à la fois agréable et motivant. Cette approche constitue également un levier stratégique pour attirer et fidéliser les talents.

QUELLES ONT ÉTÉ VOS INSPIRATIONS AU MOMENT DE METTRE EN ŒUVRE LE PROJET BOTANICA ? COMMENT VOTRE RÉFLEXION A-T-ELLE ÉVOLUÉ ?

R.L. : La phase de réflexion qui précède un projet est à la fois complexe et captivante. Un projet, de la première esquisse à la livraison, prend en moyenne 4 à 5 ans à se réaliser. Il est donc crucial d'anticiper les besoins du marché et des utilisateurs plusieurs années à l'avance, afin de proposer des bâtiments qui répondent à leur demande, voire qui dépassent idéalement les standards du marché. Dans notre vision du bureau de demain, nous sommes également partis du constat que les bâtiments développés à Luxembourg sont généralement des lieux fermés sur eux-mêmes. Les aménagements paysagers y sont anecdotiques et ne contribuent pas au dynamisme et au confort des lieux. C'est pourquoi nous avons organisé un concours d'architectes sur invitation et leur avons demandé d'accorder une place prépondérante à la nature au sein de l'Office-Resort.

C.L. : CODIC disposait d'un terrain de 3,2 hectares idéal pour intégrer de manière probante la nature au sein du projet. L'équipe du projet, qui associe les architectes de SCAU et de Tetra Kayser au paysagiste JNC, a disposé les bâtiments de manière à pouvoir aménager dans le programme un vaste parc paysager de plus de 2 hectares qui sera agrémenté d'espaces arborés, de zones de fraîcheur et de bassins d'eau. La nature s'est invitée jusqu'à l'intérieur de nos bâtiments : leur structure en bois contribue au confort des espaces intérieurs, les grandes baies vitrées s'ouvrent sur le parc paysager et les zones de bureaux se prolongent en terrasses extérieures qui surplombent à chaque étage le parc paysager.

COMMENT CODIC INTÈGRE-T-IL L'APPROCHE ENVIRONNEMENTALE ET LES ENGAGEMENTS ESG DANS LE PROJET BOTANICA ?

R.L. : L'approche environnementale a été au cœur de notre démarche. Botanica se développe sur l'ancien site logistique de CFM, où environ 85 % des surfaces étaient imperméabilisées lors de l'acquisition. En intégrant un parc paysager de plus de 2 hectares, avec des aménagements qui seront certifiés par le label BiodiverCity, nous réaffirmons l'engagement de CODIC envers un redéveloppement urbain durable et respectueux de l'environnement. Botanica reflète également l'engagement de CODIC en matière d'ESG. Nous avons conclu un partenariat stratégique avec le Luxembourg Institute of Science and Technology pour optimiser de manière significative l'empreinte carbone du projet et permettre à Botanica de bénéficier d'un label européen éligible à la neutralité carbone. Chaque bâti-

« L'Office-Resort réinvente le bureau en un lieu où vies professionnelle et personnelle se rencontrent harmonieusement »

RAPHAËL LEDUC

CHRISTOPH LANG
Architecte associé
Tetra Kayser



ment bénéficiera également d'un passeport des matériaux permettant de définir la durabilité et la recyclabilité des constructions. Notre ambition est de mettre à disposition des actifs performants avec des charges d'exploitation optimisées, parfaitement alignés avec la taxonomie européenne.

LORSQUE VOUS VOUS PROMÈNEZ DANS BOTANICA, UNE FOIS LE PROJET TERMINÉ, QUELS SERONT LES SIGNES DE LA RÉUSSITE DU PROJET ?

C. L. : Le succès de ce projet reposera sur la vie qui l'anamera. Si un jeudi soir, à 19h, je croise des personnes travaillant sur leur ordinateur dans le parc, des familles partageant un dîner en terrasse, des adolescents s'amusant autour d'une table de ping-pong, et que le samedi, l'endroit continue de vibrer, alors nous aurons atteint notre objectif. L'enjeu n'est pas tant d'avoir créé un espace de travail qui ressemble à un lieu de vie, mais d'avoir pensé un lieu de vie où le travail s'intègre naturellement.

«Le succès de ce projet reposera sur la vie qui l'anamera»

CHRISTOPH LANG

“IT'S NOT A WORKPLACE DESIGNED AS A LIVING SPACE, BUT RATHER A LIVING SPACE WITHIN WHICH WORK IS A NATURAL FIT”

The Office Resort, from theory to practice. Raphaël Leduc, Project Director at CODIC Luxembourg, and Christoph Lang, Partner at Tetra Kayser architects, explain how this new approach is reinventing the office by looking far beyond a simple workspace.

How do you define the 'Your Office Resort' concept?

Christoph Lang: An Office Resort is an innovative hybrid of traditional office codes and the premium services usually found in hotels and wellness centres. Since the COVID-19 pandemic and the dramatic increase in remote working, expectations of what a workspace should be have changed significantly. So the office must now reinvent itself to align with, and meet, to these new demands. The Office Resort reinvents the workplace as a fully formed ecosystem set in landscaped surroundings. The result is a much richer working environment that incorporates a multitude of services focused on comfort, relaxation and sociability, giving employees access to much more than just office space. It therefore becomes possible to arrange childcare, have a drink with colleagues, invite friends for lunch on the terrace, do sport indoors or outdoors, work on the lake shore or just chill out in tree-lined parkland.

Raphaël Leduc: The Office Resort gives us the opportunity to meet a growing demand from employers who are responding to the sharp increase in remote working by transforming the traditional workplace into a versatile and welcoming space in which to re-engage their teams. Although the work people do has extended to their own home settings, the office remains the forum for facilitating and building collective intelligence, team cohesion and corporate culture. The Office Resort reinvents the office as a place where professional and personal lives combine seamlessly to make working in the office simultaneously enjoyable and motivating. It also creates a strategic lever for attracting and retaining talent.

Where did your inspiration come from when you began the Botanica project? And how has your thinking evolved since then?

R.L. : The pre-project phase of thought and reflection is both complex and captivating. From the first sketch to delivery, projects take 4 to 5 years to complete on average. It's therefore crucial to think

ahead and anticipate the needs of the market and users several years in advance, so that the finished buildings meet their requirements fully and - ideally - exceed the standards expected by the market. Our vision of tomorrow's office also has its roots in the fact that buildings in Luxembourg are generally inward looking. Their landscaping tends to be incidental and contributes nothing to the vibrancy and convenience of the buildings and their surroundings. Which is why we invited architects to engage in a competition, and asked them to make nature a major consideration in the Office Resort concept.

C.L. : CODIC had a 3.2-hectare plot available, which is an ideal size for convincingly integrating the natural world into the project. The project team, which includes architects from SCAU and Tetra Kayser, as well as JNC landscape architects, has laid out the buildings in such a way as to create an extensive landscaped park of more than 2 hectares, which includes trees, cooler areas and water features. Nature has also been allowed into our buildings: their timber structure adds additional comfort to the interior spaces, the generous glazing provides views over the external landscape, and the office spaces on each floor open onto external terraces, again with views of the parkland setting.

How is CODIC integrating environmental concerns and ESG commitments into the Botanica project?

R.L. : Environmental concerns have been absolutely central to the approach we adopted. The Botanica development occupies the former CFM logistics centre, around 85% of which was impermeable at the time the site was acquired. By incorporating more than 2 hectares of landscape parkland that will be accredited under the BiodiverCity labelling scheme, we're effectively reasserting the CODIC commitment to environmentally respectful and sustainable urban redevelopment. Botanica also reflects and fulfils the CODIC commitment to ESG. We've formed a strategic partnership with the Luxembourg Institute of Science and Technology to significantly optimise the carbon footprint of the project and enable Botanica to qualify for a European carbon neutrality label. Each building will also have its own materials passport to support the durability and recyclability credentials of its construction. Our ultimate ambition is to provide high-performance assets that offer optimised operating costs and align perfectly with the European taxonomy for sustainable activities.

When you eventually walk around the completed Botanica project, what signs will you see that it has been a successful project?

C.L. : The success of this project will depend on the lifestyle it is able to create. If, at 7pm on a Thursday evening, I see people working on their laptops in the park, families enjoying a meal on the terrace, teenagers having fun around a table tennis table, and if I return on Saturday, and area is just as lively, then I'd say we've achieved our goal. The challenge isn't so much to have created a workplace that resembles a living space, but rather a living space within which work is a natural fit.



DR



En intégrant un parc paysager de plus de 2 hectares, nous réaffirmons l'engagement de CODIC envers un redéveloppement urbain durable et respectueux de l'environnement.

By incorporating more than 2 hectares of landscape parkland, we're effectively reasserting the CODIC commitment to environmentally respectful and sustainable urban redevelopment.

LES CHIFFRES
DE BOTANICA
BOTANICA FIGURES

8

immeubles en structure
béton bas carbone bois
buildings in low-carbon
concrete and wood

53 000 m²

de bureaux
of offices

4 200 m²

de terrasses
of terraces

2,1

hectares de parc
hectares of parkland

120

espèces végétales
planted areas

250 m²

de potagers urbains
of urban vegetable gardens

3

plans d'eau
waterbodies

70

nichoirs à oiseaux
bird nesting boxes

BOTANICA

Your office resort - Luxembourg

VOS BUREAUX

« GRANDEUR NATURE »



CODIC
Initiatives d'avenir

Cloche d'Or - Livraison début 2027
Commercialisation : +352 26 10 25 38

codic.eu

22-24
NOV
2024

NOCTURNE
22 NOV.

10th
edition



LUXEMBOURG ART WEEK

GLACIS
SQUARE

(Fouerplätz)

luxembourgartweek.lu

CODIC is a proud Fair Partner of the 10th edition of Luxembourg Art Week.

Institutional Partners



Main Partners



DELEN

PRIVATE BANK

VIP Partner



Fair Partners



Eeckman Underwriting



INTESA SANPAOLO



MBrokers

