



Magazine, site, newsletters, vidéos

Offre réservée aux membres associés



Profitez-vous de tous vos avantages de membre associé ?

En intégrant l'Idet, vous avez choisi d'adhérer à un réseau d'excellence qui vous permet de vous adresser à plus de 2 000 membres, donneurs d'ordres ou prestataires des environnements de travail.

Pour informer les professionnels de l'environnement de travail des constantes évolutions de leurs métiers, qu'ils soient adhérents ou non, Workplace Magazine, édité sous l'égide de l'IDET, est le média d'information historique du secteur. Identifier, analyser et décrypter les sujets de la communauté de l'environnement de travail constituent les trois piliers de notre approche journalistique.

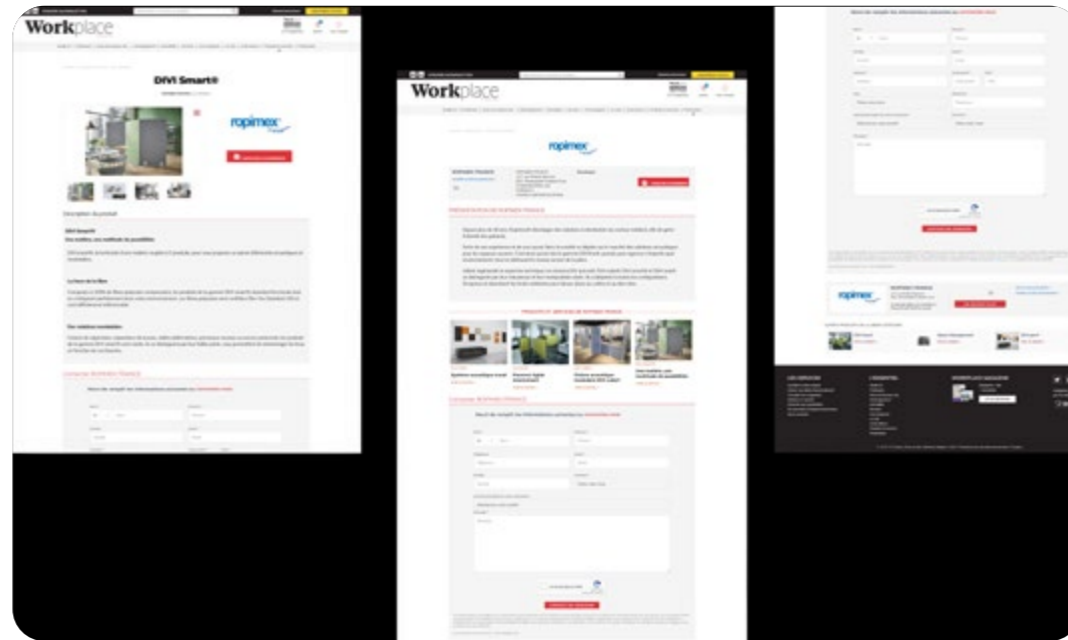
En tant que membre associé, vous pouvez profiter d'offres de communication préférentielles dans Workplace Magazine. Ces offres ont été conçues pour valoriser votre engagement et multiplier les points de contact avec les professionnels de l'environnement de travail au delà du réseau et affirmer votre implication sur le secteur.

Multipliez les points de contact grâce à Workplace Magazine

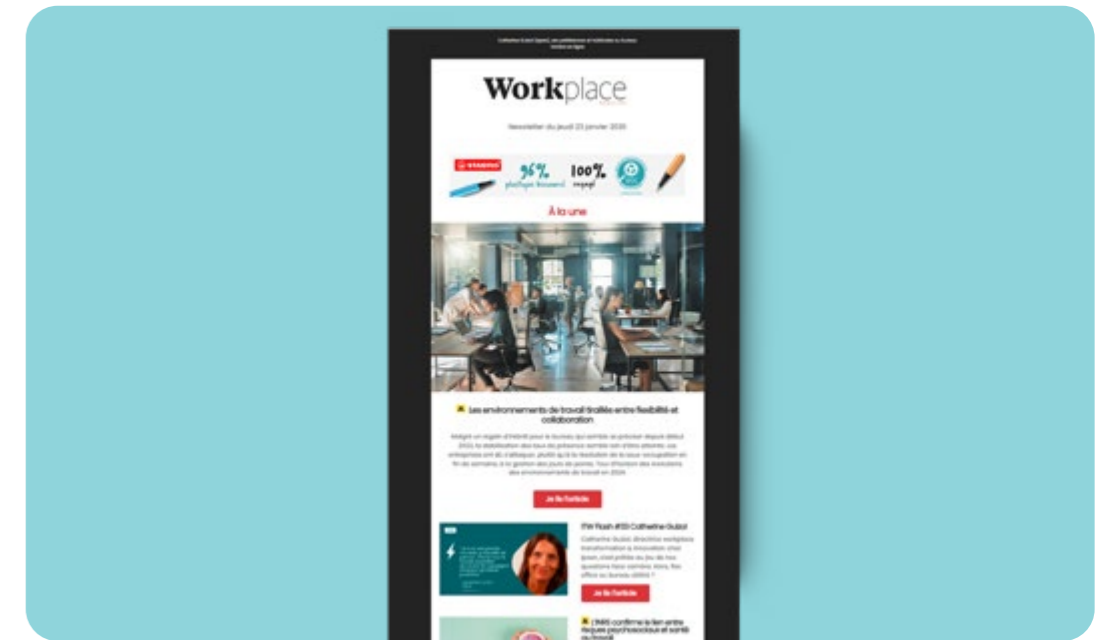
Une page « Parole d'adhérent »



Un référencement sur le site



Un push dans les newsletters



Une page de pub dans le magazine



Une publicité display sur le site



Une interview en plateau TV



Des offres adaptées à vos objectifs de communication



Prise de parole

Pour incarner votre société
et ses valeurs

Pour donner les points clés
de votre positionnement

Pour vous affirmer
en tant qu'expert



Référencement service/produit

Pour détailler votre offre

Pour générer des leads

Pour intégrer la vitrine
de la profession



Publicité papier web et emailings

Pour marquer
votre identité visuelle

Pour donner le ton
de votre communication

Pour drainer du trafic sur votre site



02



MICHELIN LE SENS DE L'ACCUEIL

Modernisation Clermont-Ferrand, place des Carmes. C'est ici que trône depuis 40 ans le site Michelin, fleuron industriel de la ville. Après des travaux de rénovation, le nouvel ensemble arbore une tout autre allure, tout en rondeur, chaleur et modernité.

54

WORKPLACE MAGAZINE • n°307 • NOVEMBRE 2022

REPÈRES • IMMOBILIER & EXPLOITATION

Expérience utilisateur Réserver son bureau pour la journée, son repas pour le midi et même sa borne de recharge pour son vélo électrique... Désormais, tout peut se faire depuis un smartphone. Chaque prestataire ou presque développe son application qui se rajoute à la myriade de petites icônes colorées, au risque que le salarié se sente dépassé.

Digital workplace : le bureau à portée de main

Qui aujourd'hui peut se targuer d'oublier son téléphone en toute tranquillité et de ne pas avoir de sueurs froides quand il tombe en panne ? Difficile de quitter ce petit appareil à la vie comme au travail, tant il nous lie aux autres. Au bureau, il tend à prendre de plus en de place, désormais indispensable

pour commander son repas du midi mais aussi réserver sa place de parking ou checker les salles de réunion disponibles. « Aujourd'hui, le développement de chaque nouveau service entraîne quasiment systématiquement la création d'une nouvelle application », se désole Vincent Gabriele, DET membre

du club digital de l'Idet. Au milieu des écrans d'accueil congestionnés, charge au salarié de passer d'un portail à un autre, au risque parfois d'oublier de réserver son bureau ou de mentionner son jour de télétravail. « Cette multiplication n'impacte pas seulement les salariés. Nous sommes de notre

côté également obligés de faire des allers-retours entre différentes plateformes, sous peine de perdre certaines informations en chemin », poursuit le DET qui estime que cela se répercute négativement sur la livraison des services eux-mêmes. « Depuis le Covid, l'accessibilité des services est un argument fort du retour au bureau mais à l'heure actuelle, ni leur consommation ni le modèle économique ne sont fluides et optimaux. »

Une appli pour les réunir toutes

Quelles solutions alors mettre en place ? Pour certains, cela passe par la création d'une application qui centralise tout. Réda Nafsa, global real estate manager et workplace director chez Ledger a passé plusieurs mois sur le projet, en test depuis l'aménagement des équipes dans les nouveaux locaux en juin 2024. « Que ce soit pour la réservation d'espaces, la modification des paramètres de température et de lumière, l'ouverture des casiers ou la recharge des batteries de vélo, tout sera accessible depuis la WowApp », énumère-t-il. Les

44

WORKPLACE MAGAZINE • n°319 • SEPTEMBRE-OCTOBRE 2024

REPÈRES • PORTFOLIO

01

LE MAGAZINE DE L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL | AMÉNAGEMENT, IMMOBILIER, SERVICES | SEPTEMBRE-OCTOBRE 2025

Workplace

MAGAZINE # 3 2 5



GRAND ANGLE

Les paradoxes du travail asynchrone

P.26

PORTRAIT

Cyrielle Delcourt-Marois
d'Armonia

P.18

Dossier

Imprimante : le maillon faible
des stratégies de sécurité

P.40

PORTFOLIO

Forvis Mazars : l'art d'apprendre,
la manière de recevoir

P.54

EN CHIFFRES • REPÈRES

ONBOARDING QUELLES SONT LES ATTENTES DES RECRUES ?

Workelo, entreprise spécialisée dans l'onboarding numérique, a publié la première édition de son baromètre réalisé avec Ipsos. Une étude qui a pour objectif d'analyser la qualité des onboardings vécus par les salariés français et de comprendre leurs attentes vis-à-vis de leur employeur.

À l'heure où la « guerre des talents » ne cesse de préoccuper les entreprises, 97 % des salariés estiment important, voire très important, de bénéficier d'une bonne intégration dans leur nouvelle entreprise. Pourtant, 50 % des répondants disent avoir déjà vécu au moins une mauvaise expérience en la matière. Or, un onboarding qui se passe mal peut parfois remettre en cause l'avenir du salarié dans l'entreprise... C'est le cas pour 33 % des interrogés qui déclarent avoir déjà quitté un poste de leur plein gré avant la fin de leur période d'essai en raison d'une intégration insatisfaisante. En cause ? Un sentiment d'être livré à soi-même à l'arrivée et un manque d'impli-

59 % des salariés, l'implication du manager est en effet primordiale dans un processus d'intégration réussi. Ils attendent de lui qu'il soit à l'écoute et qu'il clarifie les missions et les objectifs.

Un besoin d'accompagnement

Les recrues expriment ainsi le besoin d'être accompagnées tant sur le plan des compétences que de l'intégration sociale et de l'acculturation à l'entreprise. 83 % souhaitent clarifier leur mission rapidement avec leur responsable et 80 % veulent une vision claire du parcours d'intégration. De plus, le digital est fortement plébiscité pour accom-

salariés aimeraient bénéficier d'un accompagnement digital pour leur intégration, dont 74 % des 18-24 ans. Par ailleurs, le préonboarding revêt, lui aussi, son importance. Les salariés étant nombreux à exprimer le souhait d'avoir davantage de visibilité sur le programme des prochaines semaines, en savoir plus sur la future équipe, pour voir contacter leur futur responsable ou les RH, accéder à un livret d'accueil, et gérer les formalités en ligne.

Des attentes différentes selon les générations, mais semblables selon les secteurs

Enfin, les attentes des géné-

importantes dès l'onboarding. 65 % des salariés de 18-34 ans ont déjà vécu une mauvaise expérience d'intégration, contre 46 % des 35-65 ans. Ces générations font également preuve d'une plus grande volatilité, avec 48 % des 18-24 ans continuant à consulter des offres d'emploi pendant leur intégration. Les expériences d'onboarding sont similaires entre le secteur public et privé, bien que la personnalisation des parcours reste essentielle. Les grandes entreprises doivent encore améliorer leurs pratiques malgré des moyens supérieurs, car 52 % des recrues révèlent se sentir stressées avant leur premier jour, contre 45 % en

Le magazine, en chiffres

6 numéros

par an

5 500 exemplaires

en moyenne par numéro

20 350 lecteurs

par numéro, 3,7% de taux de circulation

Workplace Magazine est diffusé sur les événements majeurs de la profession : Workspace Expo, Salon de l'environnement de travail et des achats, Workplace Meetings, Simi, Trophées IDET.

Le site & les newsletters

42 210 pages vues
mensuelles*

+4 000 emails
à louer**

20 300 visiteurs
uniques*

4 newsletters
par mois

+6 500 inscrits
aux newsletters**

Newsletters

Actualités

Moyenne Presse

Ouvreurs

36,80 %

20,80 %

Clics

6 %

1,58 %

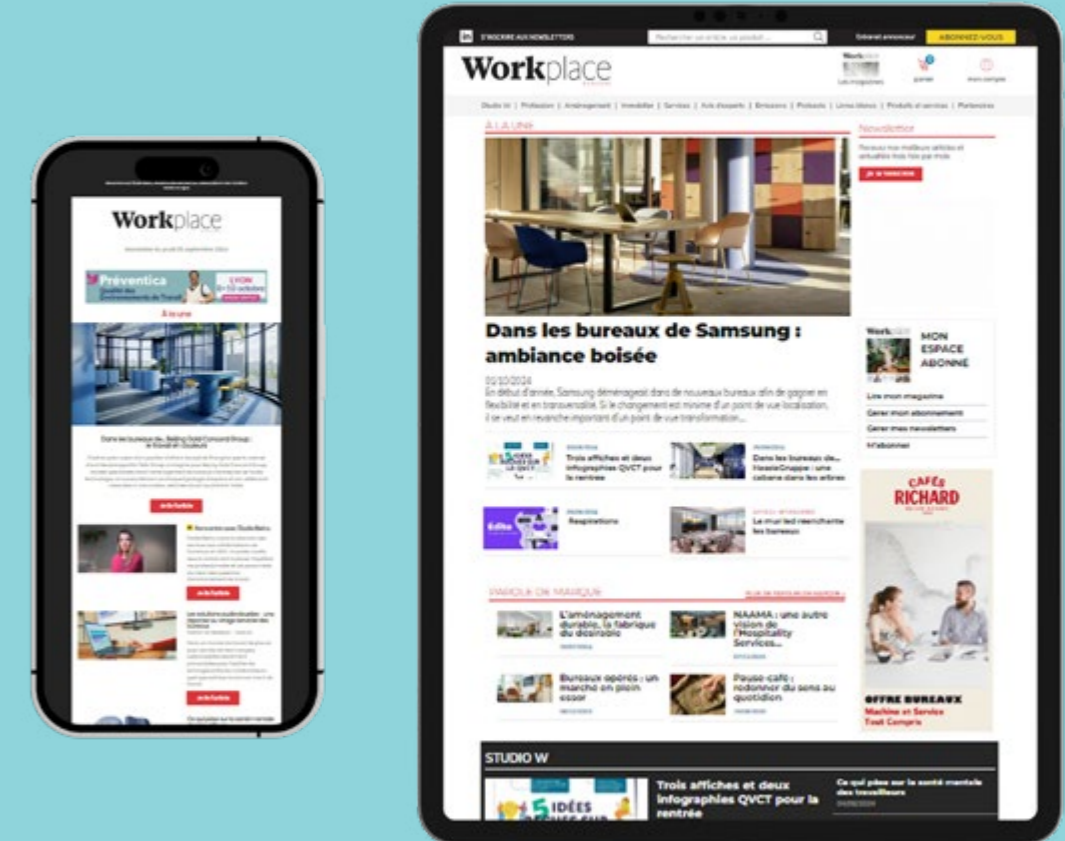
Réactivité

23,45 %

9,34 %

Nos bases de données sont régulièrement mises à jour, rapprochez-vous du service commercial pour en obtenir un comptage exact.

*Chiffres Matomo, moyenne de janvier à avril 2026**Chiffres Brevo, octobre 2025 ***Chiffres LinkedIn, janvier 2026.



Réseaux sociaux

+10 500 followers

sur LinkedIn***

Les offres et tarifs en € HT

Éléments de communication	Offre 1	Offre 2	Offre 3	Offre 4
Page interview « Parole d'adhérent » dans le magazine + reprise sur le site	✓	✓	✓	✓
Push de l'interview dans une newsletter	✓	✓	✓	✓
Référencement sur le site : 1 fiche produit/service + 1 fiche partenaire	✓	✓	✓	✓
Push du produit/service dans la newsletter	✓	✓	✓	✓
Page de publicité dans le magazine		1 page	3 pages	6 pages
E-mailing sur la base de contacts de Workplace Magazine			✓	✓
Publicité display (bannière ou pavé) sur une rubrique du site web			1 mois	2 mois
Interview en plateau TV ou vidéos produit/service sur le site + Push LinkedIn + Push Newsletter				✓
Tarif public	6 160	8 380	10 480	33 620
Tarif annuel (Paiement en 1 fois)	3 390	5 490	9 990	19 900
Tarif mensuel (Engagement de 12 mois - Paiement mensuel)	290	490	890	1 690



Contacts

Marc de Brébisson Tél: 06 98 92 26 41

Email : m-debrebisson@pyc.fr

Hervé Beaugé

Email : h-beauge@pyc.fr