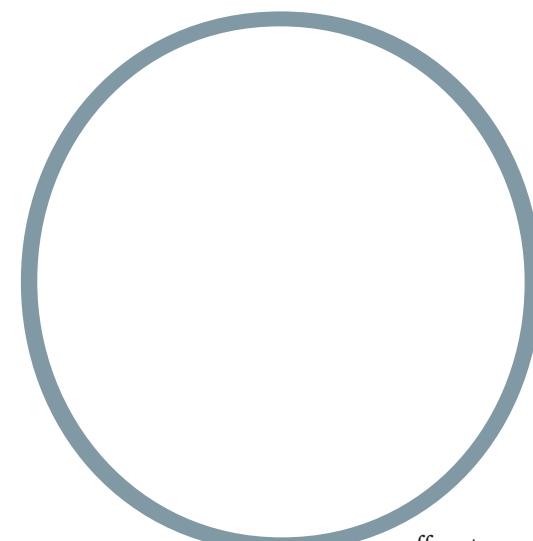


MICROSOFT FRANCE : DANS LES BUREAUX D'UN GÉANT QUI VEUT RESTER COOL

Télétravail, conciergerie, rémunérations attractives... Le numéro 1 mondial du logiciel fait tout pour attirer et retenir les talents, courtisés aussi par Google et Facebook. Reportage sur son Campus, à Issy-les-Moulineaux.

PAR THOMAS LESTAVEL [@lestavel](#)
PHOTOS : JEAN-CLAUDE COUTAUSSE



ffrant une vue imprenable sur la Seine, trois immenses bâtiments en verre abritent 34 000 mètres carrés de bureaux : il faut bien l'avouer, les locaux de Microsoft France en imposent. Dans la spacieuse entrée principale, deux jeunes hommes bougent leur corps de façon désordonnée. Crise de tétanie ? Happening ? Non. Ils s'essaient au jeu Just Dance sur la Xbox Kinect mise à la disposition des visiteurs.

Notre contact vient nous chercher. Direction le sixième étage et les bureaux des équipes Xbox, où règne un joyeux désordre. Partout, des figurines de Call of Duty, des Lapins crétiens ou de Sonic, les best-sellers de la console. «L'aménagement des espaces de travail a été pensé avec l'aide d'une centaine de salariés issus de tous les services», précise le DRH, Yves Grandmontagne. Nous sommes mardi, ●●●

SUR LE PIED DE GUERRE

Dans la grande salle de réunion donnant sur la Seine, les équipes marketing et presse préparent le lancement de la Xbox One.



●●● 11 heures, les bureaux sont à moitié vides. «C'est à cause des vacances de la Toussaint», explique notre contact, gênée. Le Microsoftee moyen n'est en effet pas le jeune mercenaire qu'on pourrait croire : à 39 ans, il a généralement une famille. D'ailleurs, pour faciliter la vie des parents et fidéliser les meilleurs éléments, la boîte encourage le télétravail : 10% des salariés travaillent deux jours par semaine à leur domicile. Sympa.

CHAMBRE ET CUISINE. Si les open spaces semblent vides, c'est aussi que les salles de réunion sont bien occupées. «On a demandé aux architectes de consacrer la moitié de la surface à ce type d'espace, afin que les gens puissent aussi s'y isoler à leur guise», précise le DRH. Dites privatives, ces salles permettent ainsi de passer un coup de fil ou de recadrer un collaborateur discrètement. Au bout du couloir, justement, les équipes marketing discutent du lancement de la nouvelle Xbox One. Ordre du jour : les blogueurs et Youtubers influents ont-ils tous pu tester le produit ? Deux étages plus haut, nous entrons dans un loft de 100 mètres carrés ultradesign, d'une hauteur sous pla-

fond de 10 mètres. Stupéfiant. Un showroom *king-size* qui sert à exposer les derniers-nés de Microsoft – Xbox One, Windows Phone, Surface 2... – dans des conditions «réelles», avec chambre, cuisine et salon. Le comité exécutif privatise régulièrement l'endroit pour organiser des déjeuners avec des grands comptes comme Carrefour, Leclerc, Orange, Bouygues ou Axa.

200 RECRUES PAR AN. 12 h 30. La cafétéria du rez-de-chaussée est envahie de cadres pressés. Deux commerciales dédiées aux PME/PMI y mâchonnent un sandwich devant leur PC portable. Au fond de la «cafèt», une conciergerie propose divers services : pressing, livraison de produits frais... Les Microsoftees sont bichonnés : le groupe est arrivé en première position du classement 2013 Great Place to Work, dans la catégorie «plus de 500 salariés». Salaires plutôt au-dessus du marché, intéressement et participation tournant autour de 5000 euros par an, mobilité interne : autant d'arguments qui plaident en faveur de l'éditeur de logiciels. Pour info, l'entreprise embauche chaque année 200 nouvelles recrues. ●



1. Chargée des relations avec les start-up, Roxanne Varza passe le plus clair de son temps chez Spark, le nouvel accélérateur créé par le groupe, en plein cœur de Paris (lire aussi page 54).
2. Le comité exécutif privatise ce loft de 100 m² pour parler affaires avec les gros clients.



3



4



5



6

3. Ambiance très masculine dans l'open space, où les femmes représentent moins d'un tiers des effectifs. Phénomène courant dans le secteur, mais contre lequel la direction a commencé à lutter.
4. Un seul des deux baby-foot a trouvé preneur, et la plupart des gens croisés dans la cafétéria sont en train de travailler.
5. La conciergerie propose un service pressing pour

les chemises et les costumes, et vend des produits de dépannage : dentifrice, collants, champagne... Toujours utile en cas de nocturne.
6. Pour accueillir leurs VIP, les commerciaux déjeunent volontiers à la brasserie Paris-Seattle, à l'ambiance feutrée, située au rez-de-chaussée. Comptez tout de même 38 euros par personne pour le menu.