



Promoteurs, agences, banques, bailleurs sociaux... Le secteur est bousculé par le numérique et l'émergence de nouvelles relations clients. Géants du secteur et fédérations s'adaptent

L'immobilier face à la déferlante numérique

Ubérisation

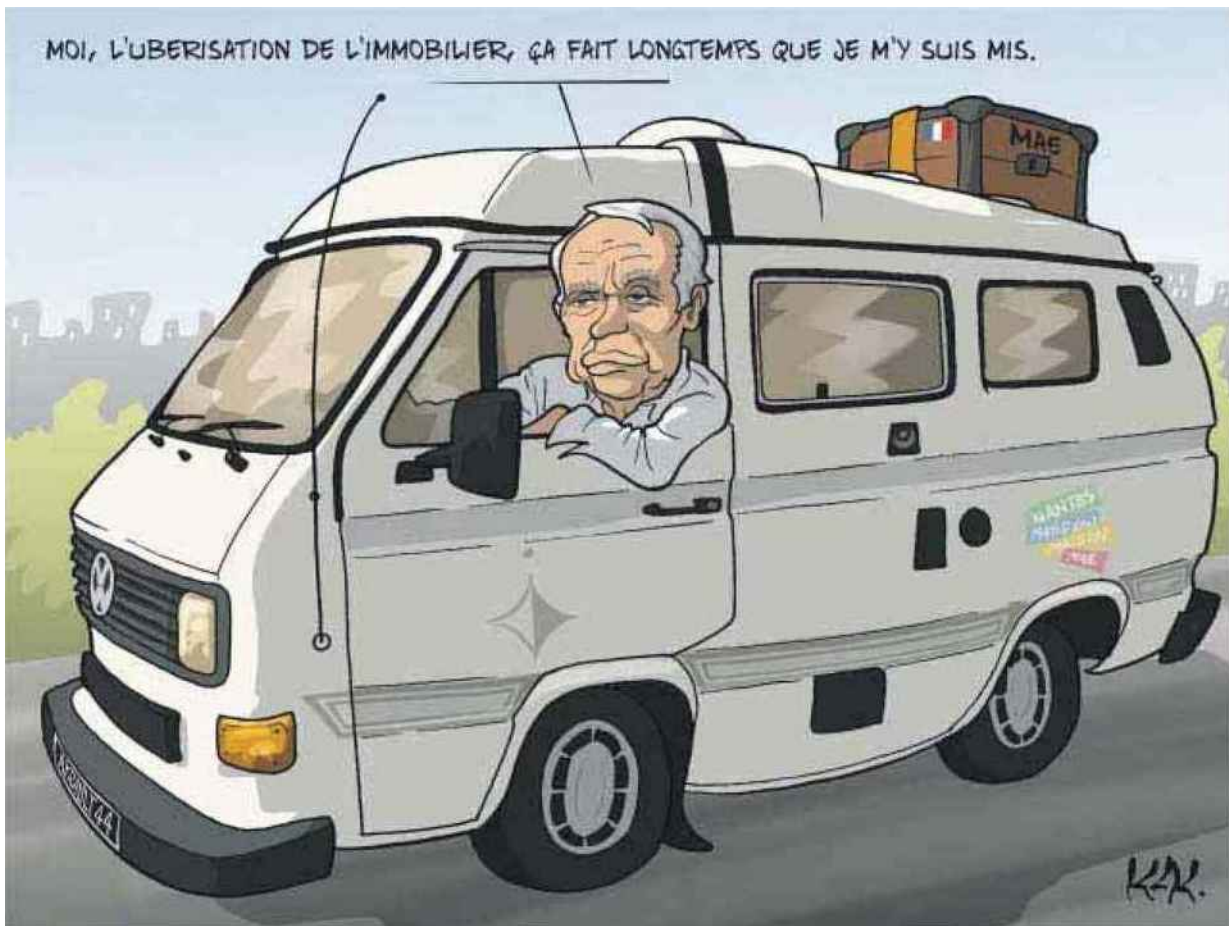
Après Airbnb devenue la bête noire des hôteliers, à qui le tour ? **La promotion, les agences immobilières et autres bailleurs sociaux sont eux aussi confrontés à la concurrence de nouveaux entrants venus du numérique.** Enquête sur ces nouvelles offres qui bouleversent le secteur et sur la réplique des acteurs traditionnels.

Cyrille Lachèvre

LES MARCHÉS DE l'immobilier et du logement sont-ils en passe de se faire « ubériser » ? La question dépasse le seul cadre de la location d'appartements, symbolisée par le succès foudroyant d'Airbnb qui bouscule les chaînes hôtelières. Elle s'étend à tous les métiers : du promoteur confronté à l'émergence du crowdfunding à l'agence immobilière obligée d'innover pour ne pas voir ses clients

disparaître sur les sites Internet, en passant par les bailleurs sociaux qui voient de nouveaux entrants les concurrencer sur des niches d'avenir.

Conscient de la montée en puissance de ces nouveaux business models et des inquiétudes des professionnels, le ministère de l'Economie s'y intéresse désormais officiellement. Début février, Emmanuel Macron et Sylvia Pinel (l'ex ministre du Logement) ont confié à Bernard Vorms, président du Conseil national de la transaction et la gestion immobilière, une mission « sur la révolution numérique ». « Nombre d'acteurs du secteur du logement s'efforcent déjà de tirer parti de toutes les potentialités du numérique dans le cadre actuel de leurs activités », écrivaient les deux ministres. Bernard Vorms est chargé de conduire, en collaboration avec France Stratégie, « une réflexion positive plus large afin de dresser un panorama des évolutions qui se dessinent quant aux nouveaux usages du logement permis par les outils



numériques, les nouvelles modalités de transaction, de partage et d'échange, les nouveaux types de services associés à la mise à disposition de logements, les nouvelles demandes du public... » Les travaux seront rendus d'ici juillet.

La mission arrive sur un terrain déjà largement balisé. Car du côté des professionnels, la prise de conscience ne date pas d'hier. Ce qui frappe, c'est au contraire la vitesse à laquelle les grands

groupes ou les fédérations se sont intéressés au phénomène, pour s'y adapter eux-mêmes ou pour l'anticiper en travaillant main dans la main avec les jeunes pousses qui les bousculent. « Dès mon élection à la présidence de la Fédération des promoteurs immobiliers en juillet 2015, j'ai créé une commission "promotion 2.0" pour traiter cette question de façon positive, explique Alexandra François-Cuxac. Nous vivons une

révolution qui touche pour le moment la manière de distribuer les logements neufs mais qui gagne désormais la façon de concevoir ces logements. »

Les réactions sont à la fois défensives et offensives. En mode défensif, les promoteurs ont lancé en décembre 2015 conjointement avec la Fnaim (agents immobiliers) le site Bien Ici pour concurrencer SeLoger.com et son 1,32 million



d'annonces ou encore leboncoin qui prend une place croissante dans la transaction immobilière et vient de s'associer avec le site Internet Immo-not.com, regroupant les offres des notaires.

D'autres actions se veulent plus prospectives. Alors que le gouvernement se débat, à coup d'injonction préfectorale et de menaces administratives, pour libérer du foncier public, la FPI sponsorise sur son site Internet l'application « LINA » développée par des chercheurs du CNRS. Cette appli, disponible pour le moment sur la seule région de Montpellier mais qui s'étendra bientôt au reste de la France, permet de visualiser en temps réel les terrains et les parcelles disponibles en évaluant leur potentiel en termes de bâti. « Pour un promoteur, il s'agit d'un outil de recherche très puissant offrant un gain de temps considérable puisque l'on peut évaluer instantanément les atouts de chaque terrain », explique Alexandra François-Cuxac.

Cycles longs. De leur côté, les géants de la promotion immobilière ont vite compris l'intérêt de se rapprocher des start-up qui bousculent le marché. Bouygues Immobilier a ainsi lancé, mi-2015, un fonds d'investissement BIRD (Bouygues Immobilier Recherche et développement) qui investit dans les jeunes pousses afin de leur permettre d'accélérer leur croissance. « Nos métiers de cycle long nous obligent à anticiper les besoins futurs de nos clients, explique Christian Grellier, directeur de l'open innovation chez Bouygues Immobilier et président de BIRD. Nous avons par exemple créé le label Nextdoor qui regroupe toutes les avancées en matière d'organisation d'espaces de bureaux. On y développe un concept de "coworking", mélangeant des zones de travail traditionnelles avec des espaces plus collaboratifs. Mais nous réfléchissons également à la transformation des immeubles de logement : nous imaginons des espaces collectifs dans les immeubles d'habitation pour ceux qui souhaiteraient faire du télétravail chez eux, sans être forcément dans leurs propres murs. »

En un an, BIRD a investi dans MyCloud3D, société spécialisée dans la visualisation 3D des appartements, dans Lymo, le leader français du crowdfunding immobilier, dans Intent Technologies, une société spécialisée dans le bâtiment connecté, ou encore dans BePark, le «Airbnb

du parking ». Kaufman and Broad, de son côté a lancé Immowell Lab, un accélérateur de start-up dédié à l'amélioration de l'habitat, ou encore Urbismart, qui conçoit l'organisation des flux logistiques urbains pour répondre à « la problématique du dernier kilomètre de livraison ».

L'inquiétude est en revanche plus perceptible du côté des agents immobiliers. « Nous avons trois métiers distincts, la transaction immobilière, la gestion locative et le syndic d'immeuble, rappelle Jean-Marc Torrolion, président délégué de la FNAIM. Si nous sommes relativement épargnés par la nouvelle concurrence en matière de transaction immobilière, à condition de suivre l'évolution technologique, celle-ci est plus problématique s'agissant de la gestion locative car certains sites comme Airbnb, ne sont pas encore soumis aux mêmes règles que les agences immobilières, régies par la loi Hoguet ».

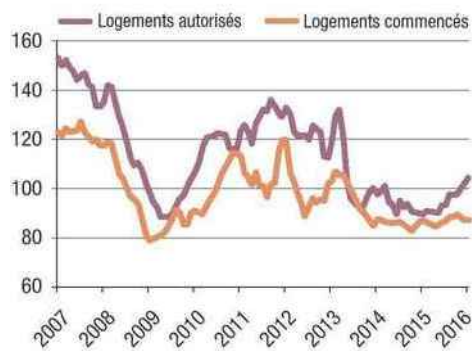
En matière de syndic, également, la vigilance est de mise. Certaines initiatives, comme « e-gerance » lancée par le promoteur Nexity afin d'effectuer en ligne des démarches administratives relatives à la gestion d'une copropriété sont bien perçues. D'autres inquiètent davantage : « Avec la digitalisation, le propriétaire va pouvoir communiquer en direct avec son syndic, lequel devra donc remettre le service client au cœur de sa démarche », résume Jean-Marc Torrolion. Clairement, dans ce domaine, les acteurs traditionnels risquent d'être fortement bousculés s'ils ne s'adaptent pas rapidement. Un peu comme les taxis ont été dépassés par la qualité du service client d'Uber.

@CyrilleLachèvre 



Le marché de la construction toujours convalescent

Nombre de logements cumulés sur trois mois, en milliers



SOURCE : SOES, SIT@DEL2, ESTIMATIONS A FIN JANVIER 2016