

Comment l'immobilier va tirer profit du numérique

Poumon de l'économie monégasque, le secteur de l'immobilier entend ne pas louper le coche de la transition digitale. Une récente conférence a réuni acteurs locaux et experts sur le sujet.

Chaque année, quel que soit le secteur d'activité concerné, le numérique grappille davantage de terrain. S'en priver ou demeurer réfractaire à cette mue planétaire, c'est risquer d'être laissé sur le bord du chemin... de la croissance économique. En Principauté, où la transition numérique figure parmi les priorités de l'exécutif, le secteur de l'immobilier – lequel pèse 20 % du PIB monégasque – entend combler son retard en la matière. « *Le secteur de l'immobilier a longtemps été caricaturé comme évoluant peu. Comme il y a plus d'acheteurs que d'espaces disponibles, il n'existe pas un réel besoin d'innovation. Dans le domaine des télécoms, si vous n'innovez pas, le client va chez le concurrent* », a résumé Robin Rivaton, entrepreneur et investisseur lors d'une récente conférence sur la PropTech^(*), orchestrée par le gouvernement princier et le Monaco Economic Board.

« *D'autres cités État sont en avance sur nous, reconnaît sans ambages Michel Dotta, président du MEB et président honoraire de la Chambre immobilière monégasque. L'objectif de Monaco est d'être la Singapour de l'Europe. C'est un objectif ambitieux mais pas idéaliste. En tant que professionnel, il y a énormément de bénéfices à tirer de l'immobilier avec le numérique. C'est inouï, sans fin. Notre vie va être complètement chamboulée et on ne doit pas être en retard sur ce sujet.* »

Capteurs intelligents

À chaque étape du processus immobilier, la digitalisation est possible. Du financement à l'occupation



Le secteur immobilier représente 20% du PIB monégasque et entend combler son retard en matière de transition numérique. (Photo Jean-François Ottonello)

du bâti, en passant par sa construction, sa promotion et la gestion de son actif technique et administratif. « *L'intelligence artificielle permet de mieux cibler les prospects (...). Le marketing digital permet d'avoir une image haut de gamme et une vitrine dématérialisée de votre agence (...). La visualisation 3D permet à l'acquéreur de mieux se projeter (lire ci-contre) et facilite la vente, liste Michel Dotta. Lors de la construction du One Monte Carlo, le groupe Rogers a pu nous montrer l'évolution du soleil et de la clarté des pièces en fonction des heures de la journée. Ce qui était*

nouveau il y a quelques années sera, demain, banal. Le numérique va aussi être primordial pour l'entretien et la maintenance des immeubles. Des capteurs intelligents nous permettront de prévoir la détérioration d'un patrimoine immobilier, d'anticiper et de signaler des sinistres ou futurs dysfonctionnements. »

« Des fondations uniques »

Une transformation forcément conditionnée à la solidité des infrastructures numériques du pays. « *Nous avons construit des fondations uniques au monde pour votre*

réussite, assure Frédéric Genta, délégué interministériel en charge de la transition numérique. Nous avons un cloud souverain qui nous assure sécurité et puissance, de la 5G et de la fibre pour la connectivité. Nous avons le Fonds bleu pour vous aider à vous transformer : agences, promoteurs, architectes et caisses de retraite. Vous êtes et serez les acteurs de cette réussite. »

THIBAUT PARAT
tparat@nicematin.fr

* La PropTech est la transformation du marché de l'immobilier à travers des acteurs aux nouveaux modèles ou des startups aux solutions technologiques innovantes.

Exemples probants

Sur scène, plusieurs experts et dirigeants de sociétés se sont succédé pour vanter les bienfaits du numérique à toutes les étapes du processus immobilier. Michel Tolila, président de La FoncièreNumérique, a d'abord expliqué comment sa société a mis la donnée au service des investisseurs, syndicats, sociétés de maintenance mais aussi des occupants des lieux. « *Un immeuble de 6 600 mètres carrés génère 344 000 informations. Cela ne peut plus se gérer avec des tableaux Excel. On a numérisé ces documents, plans, maquettes pour les mettre à disposition* », résume-t-il. Puis Jeanne Massa a expliqué comment Habiteo, qu'elle a fondé et qu'elle dirige, a mis la puissance du numérique au service de la vente et de la location immobilière dans le neuf. Ou comment visiter un appartement qui n'existe pas encore. « *Concrètement, on projette l'acheteur final dans l'environnement. On insère des vues réelles sur des modèles en 3D. On propose tout un parcours digital, une bulle de vente, qui permet d'avoir des points de vue piétons, de valoriser l'environnement et l'ensemble des prestations du programme. Nexity, l'an passé, a fait son premier lancement commercial 100 % digital avec l'ensemble du parcours client d'Habiteo. Il était possible de visiter les extérieurs, l'intérieur du logement : ils ont eu 25 réservations le premier week-end de lancement.* »