



*Entretien d'expert n°3*

# Les promoteurs à la recherche d'outils digitaux d'optimisation

**Avec Philippe Cayol**

Directeur Général délégué Grands Comptes – Capelli / Ex co-fondateur de la plateforme HabX

# Philippe Cayol – Directeur Général délégué Grands Comptes – Capelli / Ex co-fondateur de la plateforme HabX

## Les outils à disposition du promoteur

Le métier de promoteur est encore peu digitalisé. Néanmoins, de plus en plus d'outils numériques sont utilisés par ces derniers et ont potentiellement été spécifiquement développés pour eux.

Ainsi, après un premier passage avec Google Maps (et sa version 3D) pour la recherche de parcelles, Kelfoncier s'est positionné en tant qu'outil pour la recherche de parcelles.

Plus loin dans les étapes de construction du promoteur, d'autres solutions ont été développées pour digitaliser la relation promoteur / client, telles que la plateforme HabX et ainsi offrir aux clients une personnalisation de leur futur bien.

Enfin sur la finalisation et la personnalisation avant la livraison du bien, d'autres solutions existent. Bien que la personnalisation corresponde à 10% de la valeur pour le promoteur, il est important de garder à l'esprit que la personnalisation correspond à 90% de la valeur perçue par le client.

## La plateforme HabX : constitution d'une base client qualifiée

Dans une première forme, la start-up HABX avait pour promesse d'assurer au promoteur une réponse du marché sur ses

promotions immobilières. Dans un contexte où la marge est de 5% à 6% pour le promoteur, un des principaux postes de dépenses est le coût de commercialisation du bien construit (entre 12% et 15% du prix de la vente). Aujourd'hui, le processus classique est un bien construit par le promoteur, sur sa conception de la demande du marché, puis mis en vente sans aucun recueil de besoins des futurs acheteurs.

A travers une plateforme HABX, les clients exprimaient leurs besoins sur la base d'un budget et d'une localisation, ils peuvent alors prioriser en fonction de leur propres critères (nombre de m<sup>2</sup>, étage, exposition, ...). Une fois ce premier besoin recueilli, la plateforme affine les attentes du client : nombre de chambres, surface des pièces, ... Etant entendu que la solvabilité de chaque client était vérifiée en amont, ce recueil de besoins permet alors à la start up de créer une base de données de clients qualifiés.

C'est sur la base de cette bibliothèque de clients que la start-up peut approcher les promoteurs pour influencer sur la conception du bâtiment. A titre d'exemple, cette base de données a permis de créer des bâtiments dont les caractéristiques étaient contre-intuitives pour le promoteur. La base de données HABX a montré le potentiel pour un immeuble de 29 logements avec 75m<sup>2</sup> en moyenne versus un immeuble standard de 36 logements de 50m<sup>2</sup>. Ainsi, le promoteur en achetant cette base de données de clients qualifiés (où HABX prenait un pourcentage sur chaque vente) pouvait

économiser sur plusieurs postes de dépense :

☞ Coûts de distribution

☞ Réduction du risque du promoteur

☞ Récupération des espaces communs (liée à la réduction du nombre d'appartements avec cependant des pièces plus grandes)

Cette réduction de dépenses permettait au promoteur de mettre en vente son bien pour un prix réduit de 15%. In fine, le client est doublement gagnant, d'un côté un prix d'achat plus faible, de l'autre un bien correspondant plus à ses attentes. Même si les promoteurs auraient pu craindre d'interroger les clients, HABX a montré que ces derniers sont assez similaires.

***« Après les 20 premiers clients, nous pouvions être sûrs que les 100 d'après étaient similaires ».***

## Approche

De nombreux secteurs ont vu leur « business model » bouleversé par la transformation digitale : les médias, le commerce et la distribution, les télécoms, l'hôtellerie et tourisme, les transports... Cette transformation s'est réalisée par la combinaison de tendances de fond d'une part, et de caractéristiques intrinsèques au secteur d'autre part.

La filière du bâtiment et de l'ingénierie n'échappe pas à la règle, et si celle-ci a pris un certain retard à l'allumage, la digitalisation semble maintenant s'accélérer, comme en témoigne le nombre de start-up de la construcTech ou les impulsions du gouvernement (le plan BIM 2022 lancé en 2019 a été prolongé en décembre 2021) et ainsi, tous les acteurs de la filière seront structurellement impactés.

Pour essayer de mieux comprendre la dynamique à l'œuvre au sein du secteur, nous avons interviewé une vingtaine de professionnels issus de toute la filière (cf. encart) afin d'éclairer ce sujet d'enjeu majeur.

## Notre vision des acteurs de la filière

Cette transformation numérique impacte l'ensemble des acteurs de la filière, ainsi, dans le cadre de la rédaction de cet article, nous avons fait le choix d'interviewer les représentants des différents acteurs de la filière.

