

La lettre de l'immobilier

N°11
novembre
2016

L'immobilier sur la voie de la transparence ?

Quel que soit le pays, les marchés immobiliers souffrent d'une transparence très limitée. La France est loin de faire exception et l'immobilier d'entreprise est particulièrement concerné. Tout cela pourrait évoluer avec l'arrivée du Big data. La réussite de certaines entreprises aux USA montre en effet que le Big data pourrait bien apporter une réponse au besoin de transparence du marché.

Les raisons de croire à une plus grande transparence

Le Big data.

Un grand nombre d'entreprises aux États-Unis mais également en France s'attaquent à la transparence du marché. Certaines comme le géant CoStar (né il y a près de 30 ans) sont même devenues incontournables. Notre étude à paraître sur le Big data et l'immobilier propose un panorama des entreprises qui ont misé sur le Big data. Nous avons repris quelques exemples tirés de cette étude dans les pages suivantes.

Une certaine volonté de l'État.

Deux arrêtés définissant les conditions selon lesquelles les notaires devront mettre à disposition une partie des données dont ils disposent viennent de paraître au Journal Officiel. L'ouverture temporaire de la base de données des notaires avait permis il y a quelques années à MeilleursAgents.com de se développer. Les notaires avaient finalement mis fin à la collaboration, mais MeilleursAgents.com a su faire prospérer cette connaissance du marché.

Des signes d'ouverture de la part des brokers.

Les grands brokers réunis dans le GIE ImmoStat ne communiquent qu'une information limitée sur le marché (peu d'information sur le

marché en région, une maille insuffisante pour l'Île de France avec 20 « segments » pour toute la diversité de ce territoire,...). Mais certains indices montrent que cette approche défensive est en train de changer. En 1999, les grands brokers s'étaient réunis pour créer Webimm, une plateforme internet de diffusion de leurs annonces. Un contrat d'exclusivité liait Webimm à ces grands brokers. Mais fin 2014, Webimm a été cédé à Seloger.com et, depuis peu, c'est l'exclusivité de la diffusion des annonces de ces grands brokers qui est en train de disparaître, comme le montre la diffusion des annonces de BNP Paribas Real Estate sur BureauxLocaux.com. Cette évolution ouvre la voie à la création de nouveaux « business models » s'appuyant sur la diffusion de ces annonces.

On peut par exemple imaginer des plateformes dédiées aux processus de commercialisation et de prise à bail (échanges propriétaires / brokers / locataires) proposant un accès à l'offre immédiate et collectant parallèlement les conditions des baux signés sur ces plateformes (en garantissant l'anonymat). Certaines startups américaines semblent se diriger sur cette voie (Hightower et VTS ont toutes les 2 signé un partenariat avec Compstak présenté ci-après).

Édito

Big data ou Good info ?

L'ubérisation a ses propres définitions selon les secteurs d'activité. Parfois, cela signifie simplement « digital », ou parfois « nouveau service en ligne ». La plupart du temps, la définition inclut le concept de désintermédiation. Or, on ne parle guère de « modification de l'intermédiation ». Pourtant, le Big data, dont le concept renvoie malheureusement plus aux moyens qu'aux innovations, permet pour tout acteur de l'immobilier d'avoir accès à des informations de marché, de concurrence, de sociologie en direct d'un « acteur de la donnée » sans besoin d'interroger une fédération sectorielle, une chambre d'un métier donné ou tout autre structure de mise en commun de moyens. En cela, le Big data s'inscrit dans la droite ligne de l'ubérisation. Cet accès direct aux informations va inéluctablement aider le secteur à une meilleure évolution du marché. Ces informations existaient probablement avant le Big data. Mais elles sont aujourd'hui certainement plus nombreuses et plus fines voire prévisionnelles. N'oublions pas le « pas de temps » du secteur qui est particulièrement long : une opération d'envergure dans l'immobilier de bureaux peut prendre entre 5 et 8 ans. Face à un cycle aussi long, la finesse des informations de marché ne peut être qu'un très gros atout pour tous les acteurs de l'immobilier. Alors, le « Big data », concept de moyens, ne devrait-il pas être renommé la « good info » ?



Michel Mondet
Président

Conseil en Stratégie • Organisation • Management

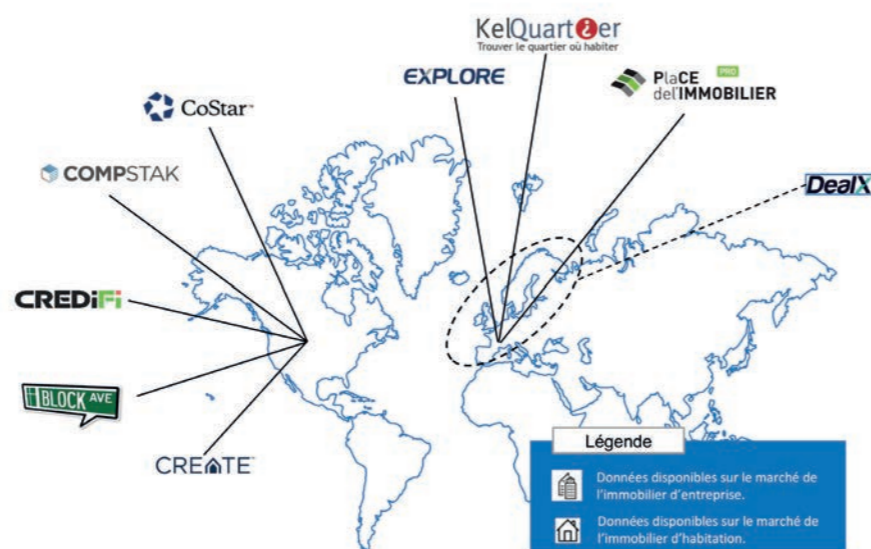
FRANCE - 11 bis, rue Portalis - 75008 Paris - Tél : +33 (0)1 42 94 08 90
BELGIQUE - Avenue Louise, 32 - 1050 Bruxelles - Tél : +32 (0)2 503 62 00
LUXEMBOURG - 33, avenue de la Liberté - L-1931 Luxembourg - Tél : +352 2 648 1167
SUISSE - Grand-Rue, 25 - 1204 Genève - Tél : +41 79 716 76 67
Email : contact@akeance.com - site internet : www.akeance.com

› La norme IFRS 16 pour plus de transparence... dans les comptes.

Cette norme dont l'entrée en vigueur est prévue au 1^{er} janvier 2019 impose de comptabiliser au bilan les contrats de location selon certaines conditions. Les baux entrent dans le champ d'application de l'IFRS 16. Le principe est de considérer qu'un bail présente les caractéristiques économiques d'une dette, contractualisée en contrepartie d'un droit d'utilisation d'un actif. Si cette norme n'ouvre pas vers une transparence du marché, elle vise néanmoins une transparence dans les comptes en permettant aux analystes financiers de rendre comparables les entreprises qui ont fait le choix de la location et celles qui ont fait le choix de la propriété.

L'IAS 17 favorise déjà aujourd'hui la transparence en imposant de lisser les mesures d'accompagnement sur la durée du bail.

Quelques-unes des entreprises positionnées sur la mise à disposition d'informations de marché :



› CoStar, l'acteur incontournable du marché de l'immobilier d'entreprise aux USA !

CoStar collecte et référence des informations depuis près de 30 ans sur l'immobilier d'entreprise aux États Unis. Quelques chiffres permettent de comprendre le poids considérable pris par cette entreprise :

- 1 500 salariés dédiés à la collecte de données ;
- 5 millions de données collectées par jour (auprès de brokers, de propriétaires, de locataires, de property managers, sur le terrain, en exploitant les bases de données disponibles,...) ;
- 10 000 appels téléphoniques quotidiens pour collecter des informations ;
- 500 000 propriétés sondées chaque année sur le territoire US ;
- 712 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2015.

CoStar Property Professional constitue la solution phare de l'entreprise. Elle fournit un inventaire complet des actifs immobiliers (bureaux, commerce, industrie, terrains,...) sur le territoire des États-Unis, et dans une moindre mesure au Canada et au Royaume-Uni. Cet inventaire géolocalisé permet, pour chacun des actifs, de disposer des photographies, de l'information sur sa disponibilité le cas échéant, des informations sur les prix (loyer actuel, historique des transactions),...

Costar a acheté en mai une entreprise allemande (Thomas Daily) après avoir acheté l'année dernière une entreprise espagnole (Belbex Corporate). Ces acquisitions démontrent l'ambition européenne de cette entreprise.

› Compstak, une connaissance du marché immobilier tertiaire reposant sur la contribution des utilisateurs

Si Compstak vise les mêmes objectifs que Costar, son approche de la collecte des données est radicalement différente. Compstak s'appuie sur le « crowdsourcing » : pour avoir accès aux informations, il faut d'abord mettre à disposition vos informations ! La société a bénéficié d'environ 14 millions de dollars d'investissement. Elle se prévaut de 9 000 contributeurs (brokers, experts, chercheurs,...).

L'approche prédictive, prochaine étape du Big data dans l'immobilier ?

Le Big data, ce n'est pas seulement la capacité à traiter un très grand volume de données. C'est aussi la capacité à tirer profit de ces données pour prédire.

Le premier niveau de prédiction correspond à la qualification des tendances du marché (en s'appuyant par exemple sur la corrélation entre d'une part, le rapport entre l'offre et la demande et d'autre part l'évolution des prix au m²). C'est une information fournie par exemple par MeilleursAgents.com.

Certaines entreprises vont jusqu'à quantifier l'évolution des prix

du marché immobilier sur une zone géographique sur un horizon de 36 mois. C'est le cas de HouseCanary aux États-Unis. Enfin, certaines entreprises vont plus loin en étant capable de qualifier l'impact de projets de développement (centre commercial, infrastructure de transports,...) sur le marché immobilier. C'est le cas de l'entreprise française UM Strategy.

UM strategy, prévoir l'impact des évolutions urbaines sur les marchés immobiliers

UM strategy s'appuie à la fois sur le Big data et sur la machine learning pour comprendre comment certaines évolutions urbaines vont impacter le marché immobilier. La société s'intéresse particulièrement aux évolutions suivantes :

- évolution des infrastructures de transport ;
- évolution des activités économiques (emplois, entreprises...);
- rénovation urbaine ;
- phénomènes de gentrification.

Le Grand Paris est un terrain de jeu extrêmement intéressant pour cette société. En effet, beaucoup d'investisseurs de la place s'interrogent sur l'impact des nouvelles lignes de transport. Les algorithmes développés par UM Strategy permettent d'apporter une réponse.

La méthode mise en œuvre repose sur quatre étapes. Il s'agit tout d'abord de réunir toutes les don-

nées « sous-jacentes » disponibles sur les villes : emplois, résidents, entreprises, transports, immobilier, etc. Ensuite, il faut analyser à l'aide d'un programme les liens entre les variables urbaines et immobilières afin de comprendre le modèle. Ce travail nécessite un programme informatique car les relations entre les variables et les prix de l'immobilier sont complexes à identifier. L'algorithme teste ensuite les relations et itère jusqu'à rendre les liens explicites. La dernière étape consiste à appliquer ces enseignements pour prédire l'impact des évolutions urbaines sur les prix et les loyers de l'immobilier résidentiel et de l'immobilier de bureau.

UM Strategy propose aux investisseurs différentes solutions : analyse de marché et identification des zones à plus fort potentiel, analyse prédictive d'actifs ou de portefeuilles, conseil en allocation ou encore screening systématique des actifs disponibles sur le marché.

À PARAÎTRE

Notre étude sur le Big data et l'immobilier

Forts de nos expériences de consultants spécialisés dans le domaine de l'immobilier, nous avons souhaité mesurer le potentiel du Big data et identifier les opportunités qui en résultent pour les différents métiers de l'immobilier. Pour y parvenir, nous

sommes appuyés sur un important travail de recherche en France et à l'étranger pour identifier des entreprises qui ont su tirer profit du Big data. Il en résulte une cartographie des opportunités liées au Big data illustrée par des exemples concrets.



Christian de KÉRANGAL

Directeur Général de l'Institut de l'Épargne Immobilière et Foncière (IEIF)

Témoignage

La mission de l'IEIF est de fournir de l'information, des analyses et des prévisions mais également d'être un incubateur d'idées pour les professionnels de l'immobilier et de l'investissement. Le sujet de la transparence du marché et de l'impact du Big data sur la profession nous intéresse donc particulièrement.

En termes de transparence, le marché immobilier français a fait beaucoup de progrès au cours des 15 dernières années. De nombreux organismes ont développé des bases de données fiables qui contribuent à améliorer la lisibilité des marchés, à la fois en termes de flux, de stock, de valeurs et de rentabilité. Relevons notamment l'initiative récente du GIE ImmoStat de publier un indicateur fin du niveau des mesures d'accompagnement en Île-de-France, qui contribue à une meilleure appréhension du niveau réel des loyers. Toutefois, des améliorations doivent encore être conduites, notamment en régions ou bien sur certaines classes d'actifs pour lesquelles les données disponibles sont encore trop fragmentaires.

À l'ère du Big data, les données, mais également leur qualification et leur interprétation, deviennent de plus en plus importantes. Certaines entreprises en ont fait leur cœur de métier, aux États-Unis et en Europe, et se développent rapidement.

Un des grands enjeux des années à venir est sans doute de combiner ces données pour développer des modèles prédictifs en termes de flux ou de valeurs. Le mouvement est en marche et peut s'appuyer notamment sur la volonté des pouvoirs publics de promouvoir largement l'open data – comme en témoigne la mise à disposition des valeurs foncières ou le vote récent de la loi sur la République Numérique.

L'offre de conseil en stratégie, organisation et management d'Akeance Consulting s'appuie sur deux idées :

➤ **Faire simple**, c'est-à-dire permettre aux entreprises de dégager le plus simplement possible les gains attendus, ou atteindre les objectifs stratégiques fixés.

➤ **Faire rapidement**, c'est-à-dire privilégier l'action et la mise en œuvre. Le principe de décision de la mise en œuvre s'appuie sur l'importance relative des enjeux.

Le Cabinet s'est créé autour d'une volonté partagée : proposer une offre de conseil qui rende opérationnelle la stratégie de l'entreprise. Notre volonté est également de proposer une offre neutre et indépendante de toute autre prestation (informatique, comptable, ...).

Akeance Consulting est aujourd'hui composé de soixante-dix consultants possédant de solides compétences métier :

› Immobilier

Nos interlocuteurs sont aussi bien des foncières que des bailleurs sociaux, des promoteurs, des asset / property / facility managers ou encore des directions immobilières de grands groupes. Les biens concernés sont autant le logement que le bureau, le tertiaire ou le commerce.

› Industrie et Services

Nos expertises se concentrent fortement sur la fonction finance / contrôle de gestion / trésorerie au sein des secteurs industriels et de service que sont l'automobile et les équipementiers, le transport et la logistique, la grande distribution, ainsi que, de manière générale, l'industrie de process.

› Banque / Assurance

La banque de détail regroupe de nombreux pôles d'expertise : la rentabilité du client, le risque de taux, de liquidité, l'ALM de manière générale, la gestion des risques et du réglementaire, la distribution, ... Nos compétences s'étendent aux secteurs de l'assurance et des mutuelles ainsi qu'aux gestionnaires d'actifs.

Les sujets sur lesquels nous accompagnons nos clients sont nombreux :

L'étude d'opportunité dans le cadre de fusions / acquisitions.

Les études de productivité.

La réalisation de due diligences, audits et schémas directeurs.

L'optimisation des organisations et des processus.

L'amélioration de la performance opérationnelle.

La gestion de projet de transformation des métiers ou supports.

La gestion financière.

La gestion des risques.

L'étude de la fonction informatique (gouvernance, excellence opérationnelle, entreprise étendue).

La Direction de projets déléguée (pilotage de programme, de portefeuille de projets).

L'analyse des besoins, l'assistance au choix et l'accompagnement à la mise en œuvre d'outils informatiques (métier et décisionnel).

L'accompagnement au changement.

Akeance Consulting partage ses activités entre ses bureaux de Paris, Bruxelles, Luxembourg et Genève.

Akeance Consulting appuie son métier sur l'exigence et la rigueur. Pour ce faire, Akeance comprend des équipes très diverses et complémentaires. Les consultants sont tout autant diplômés d'écoles d'ingénieurs que de commerce. Ils sont issus tant du métier opérationnel que du secteur du consulting. La plupart d'entre eux ont une ou plusieurs expériences préalablement à leur intégration.

Akeance Consulting vous accompagne dans l'optimisation de votre organisation, de votre performance et de vos systèmes.

VOS CONTACTS



Jérémy Fichaux
Associé

jeremy.fichaux@akeance.com
+ 33 (0) 6 65 80 79 67



Alexandre Coulm
Directeur

alexandre.coulm@akeance.com
+ 33 (0) 6 65 80 79 63



Adrien Rospabé
Directeur

adrien.rospace@akeance.com
+ 33 (0) 6 31 40 40 00



Maud Guibourg
Directeur

maud.guibourg@akeance.com
+ 33 (0) 6 31 40 20 57

Ils nous font confiance



Conseil en Stratégie • Organisation • Management

FRANCE - 11 bis, rue Portalis - 75008 Paris - Tél : +33 (0)1 42 94 08 90

BELGIQUE - Avenue Louise, 32 - 1050 Bruxelles - Tél : +32 (0)2 503 62 00

LUXEMBOURG - 33, avenue de la Liberté - L-1931 Luxembourg - Tél : +352 2 648 1167

SUISSE - Grand-Rue, 25 - 1204 Genève - Tél : +41 79 716 76 67

Email : contact@akeance.com - site internet : www.akeance.com