

OBSERVATOIRE



**DIAGNOSTIC-ACTION DES IMPACTS DES TRANSITIONS
NUMÉRIQUES ET DE L'IA DANS LES EMPLOIS ET LES
COMPÉTENCES DE LA BRANCHE IMMOBILIER - SYNTHESE**

Janvier 2026





PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC

- Certaines pratiques numériques sont relativement généralisées, comme l'utilisation d'Office, alors que l'utilisation des outils visant à valoriser l'entreprise (site internet, réseaux sociaux) est encore exploitée de manière hétérogène.
- L'IA est vue aujourd'hui comme un moyen d'améliorer la productivité et de gagner du temps (estimation, aide à la rédaction, prise de notes...), mais elle reste souvent utilisée de manière informelle aujourd'hui.
- Les entreprises envisagent, à court terme, d'investir davantage dans des outils d'IA estimant avoir déjà entamé de manière importante la transition numérique. L'objectif étant, à court terme, d'optimiser des tâches et d'améliorer l'expérience client.
- Des métiers qui évoluent, en lien avec le recours à de nouveaux outils numériques et à l'automatisation de certaines tâches : responsable d'agence, commercial, chargé de gestion locative, ...
- Mais également des métiers émergents dans les entreprises de l'immobilier : le community manager pour répondre au besoin de visibilité des entreprises, l'IA manager pour déployer les outils et mobiliser de nouvelles compétences techniques et le data officer afin d'encadrer et de mettre en place des projets liés au traitement des données.
- Une adéquation entre les besoins en compétences et l'offre de formation existante perfectible en lien avec la cybersécurité, l'IA et le marketing digital.



MATURITÉ ET STRATÉGIE DIFFERENCIÉE SELON LES ENTREPRISES

L'intégration des outils numériques et de l'IA impacte l'ensemble des entreprises de la branche. L'utilisation de ces outils permet de gagner du temps notamment sur des tâches répétitives et ainsi de se concentrer sur des tâches à forte valeur ajoutée. Par conséquent, ce temps optimisé permet de renforcer l'aspect humain et la proximité avec les clients.

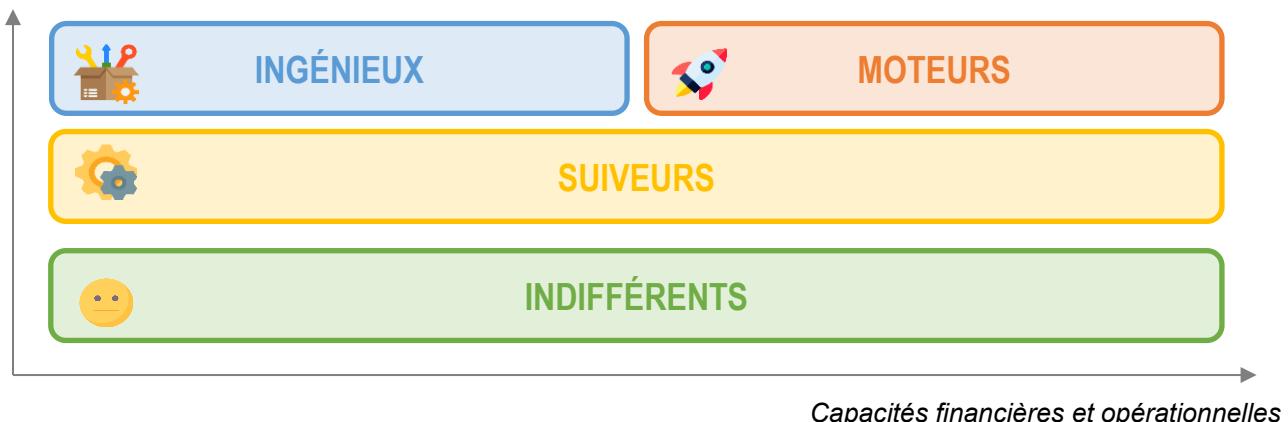
Deux critères ont été identifiés afin de mettre en évidence la posture des entreprises face aux enjeux des transitions numériques (dont l'IA) :

- Le niveau d'appétence au numérique, traduisant la conviction des entreprises vis-à-vis de l'intérêt du déploiement des outils numériques ;
- Les capacités financières et opérationnelles des entreprises intégrant à la fois les moyens humains et financiers permettant la transition (investissement, formation, politique RH...).

Typologie des entreprises vis-à-vis des transitions numériques

Source : Katalyse, Eleven Strategy

Niveau d'appétence au numérique



Ainsi, le paysage des entreprises face aux transitions numériques et à l'intelligence artificielle se divise en quatre catégories distinctes (cf. illustration ci-dessus), reflétant une posture spécifique :

- Les ingénieurs, souvent des indépendants ou PME, s'engagent malgré des moyens limités. Ils testent des solutions pour adapter leurs outils, mais leur potentiel reste freiné par un manque de ressources.
- Les moteurs, généralement de grandes entreprises, disposent des moyens nécessaires pour formaliser une stratégie numérique ambitieuse. Pour elles, cette transition est une opportunité et un facteur clé de succès et de pérennité.
- Les suiveurs, composés d'indépendants, d'enseignes de groupes ou de franchisés, perçoivent le numérique comme une opportunité, mais adoptent une approche attentiste. Leur progression vers un profil plus actif dépend de leurs moyens et de leur appétence pour ces outils.
- Enfin, les indifférents restent réticents ou peu sensibles à ces enjeux. Leur pérennité pourrait être menacée sans une prise de conscience et une évolution vers un profil plus impliqué.



DES OUTILS DU QUOTIDIEN À L'IA, DES PRATIQUES VARIÉES ET EN PROGRESSION

Usages acquis



Usages en développement

Des usages quotidiens des outils collaboratifs et de gestion des documents

Une majorité d'entreprises utilisent quotidiennement des outils comme Office ou en lien avec le partage de données et de documents ou la gestion de la relation clients. Néanmoins, les pratiques sont encore hétérogènes en matière de valorisation de l'entreprise (site Internet, réseaux sociaux...).

Bien que souvent similaires entre les différentes activités, certaines d'entre elles adoptent des outils spécifiques, comme les syndicats de copropriété (ex. : digitalisation de l'espace client).

+ de 60 %

... des structures ayant répondu à l'enquête envisagent d'investir davantage dans les outils d'IA à court ou moyen terme
(Source : Enquête en ligne, 135 répondants)



Des pratiques IA qui se développent mais encore peu encadrées

Souvent utilisée de manière informelle en entreprise (absence de charte, « shadow IT »...), l'intelligence artificielle est vue comme un moyen d'améliorer la productivité et de gagner du temps (estimation, aide à la rédaction, prise de notes...)

Cependant, elle ne remplace pas les compétences humaines, centrales aux métiers de l'immobilier et nécessitent d'être également en mesure de valider les résultats obtenus. Par ailleurs, son déploiement engendre des coûts à anticiper.

Des réflexions sur le développement de nouveaux usages à court terme

Les réflexions à court terme visent des usages numériques simples, comme l'optimisation des outils existants et l'animation des réseaux sociaux.

Les entreprises envisagent, à court terme, d'investir davantage dans des outils d'IA estimant avoir déjà entamé de manière importante la transition numérique. À noter également que l'amélioration des outils numériques se fait naturellement au fil des avancées liées à la profession.

La définition de cas d'usage : un levier au déploiement de l'IA

A court-moyen terme, l'IA dans l'immobilier vise l'optimisation des tâches et l'amélioration de l'expérience client avec des « cas d'usage » concrets.

A plus long terme, le développement de solutions innovantes (IA « agents, pilotes ou encore officers ») pourrait jouer un rôle clé dans la transformation des processus. Certaines entreprises se structurent dans ce sens en s'appuyant sur des pilotes de projets dédiés.



Les salariés peuvent parfois être réticents ou sceptiques quant à l'usage de nouveaux outils : méconnaissance, crainte de l'automatisation, de perte du facteur humain ou encore menace sur l'emploi. La nécessité de s'informer et de se former devient une priorité pour rester compétitif dans un environnement en constante mutation.



DE NOMBREUX IMPACTS SUR LES MÉTIERS ET LES COMPÉTENCES

Les transitions numériques et l'IA impactent l'ensemble des familles de métiers, même si ces impacts sont différents selon les familles de métiers et les métiers eux-mêmes (à noter que le détail des analyses par métier figure au sein de l'analyse complète).

Le recours aux outils numériques s'est généralisé dans les métiers de la transaction notamment pour l'assistance à la rédaction d'annonces numériques, la signature électronique, la relation client... Ces métiers sont donc en évolution, en particulier les métiers de commerciaux et de responsable d'agence, même si la relation humaine avec les clients reste centrale.

De même, les métiers de la valorisation immobilière sont tous fortement transformés par l'IA, en particulier le métier d'expert en évaluation immobilière. Les outils mobilisés permettent notamment d'optimiser le fonctionnement et la performance dans le cadre de l'estimation et de la gestion des biens par exemple.

Parmi les métiers de l'administration de biens, les métiers de chargé de gestion locative et de gestionnaire de copropriété sont les plus touchés par les transitions numériques en particulier grâce à l'évolution des modes de communication et l'automatisation de certaines tâches. De plus, à terme, le développement de chatbots pourrait faciliter la communication et les échanges grâce à leur personnalisation permise par l'IA.

Par ailleurs, l'IA modifie de manière significative le métier de juriste / fiscaliste immobilier à travers l'émergence de solutions LegalTech intégrant des analyses prédictives et l'utilisation de l'IA pour la rédaction de courriers juridiques, le contrôle d'informations juridiques...

La branche de l'immobilier intègre également des métiers de l'exploitation touristique, tels que le yield manager et le responsable des réservations, qui sont eux-mêmes en mutation du fait des transitions numériques par l'utilisation d'outils dédiés à l'analyse des données clients, la réservation, l'analyse des tendances...

Par conséquent, les compétences des métiers de l'immobilier évoluent et, en premier lieu, les compétences en lien avec la maîtrise des outils numériques et d'IA. Que ce soit à des fins commerciales et de prospection pour les métiers de commerciaux, l'utilisation d'outils d'estimation pour l'expert en évaluation immobilière ou la dématérialisation de documents pour les métiers de l'administration de biens, ces compétences constituent un socle pour s'adapter à la transition du secteur. La gestion de la relation client est une compétence centrale des métiers de l'immobilier qui évolue vers un mode de gestion multicanale du fait de la multiplication des outils : CRM, téléphone, plateformes digitales... Ce sont principalement les métiers en contact direct avec le client ou en charge de l'expérience client qui sont impactés (responsable de l'expérience client, gestionnaire de copropriété, assistant de gestion locative, réceptionniste...). Par ailleurs, la mobilisation d'outils numériques et d'IA permettant d'optimiser des tâches de gestion et d'analyse de données, d'estimation de bien, d'analyse des tendances exigent un renforcement des compétences analytiques (dont analyse critique) afin de contrôler les résultats.

Enfin, l'intégration du numérique et de l'IA fait émerger de nouveaux métiers dans les entreprises de l'immobilier : le community manager pour répondre au besoin de visibilité des entreprises, l'IA manager (principalement dans les grandes entreprises) pour déployer les outils et mobiliser de nouvelles compétences techniques et le data officer (principalement dans les grandes entreprises) afin d'encadrer et de mettre en place des projets liés au traitement des données.



DES BESOINS EN FORMATION : UNE MONTÉE EN COMPÉTENCES NECESSAIRE DES SALARIÉS

Le recours à la formation professionnelle devrait demeurer stable dans les années à venir, avec une priorité accordée aux formations réglementaires. En parallèle, une montée en compétences sera engagée sur les autres enjeux stratégiques pour les entreprises, y compris le numérique.

La maîtrise des outils de marketing digital figure en besoin prioritaire de formation suivie par l'utilisation des outils d'intelligence artificielle. Les entreprises de la branche expriment une demande forte pour des formations « sur mesure » en IA, intégrant des cas pratiques et des outils directement applicables à leurs activités.

Les entreprises ont également souligné des besoins complémentaires en formation pour :

- Le renforcement des compétences de base en bureautique, notamment pour les salariés éprouvant des difficultés dans l'utilisation quotidienne de ces outils,
- La sécurisation des données, pour protéger les informations sensibles (données clients, transactions, documents internes) et garantir la conformité aux réglementations en vigueur (RGPD, cybersécurité).

Les dirigeants de TPE privilégient généralement leur propre formation sur des thématiques ciblées, avant de diffuser les savoirs acquis auprès de leurs équipes.

26 %

... des structures ayant répondu à l'enquête n'envisagent pas de mobiliser de la formation professionnelle sur la thématique du numérique dans les 3 ans
(Source : Enquête en ligne, 98 répondants)



Principaux freins au recours à la formation professionnelle

- Coût de la formation
- Difficulté à assurer le bon déroulement de l'activité en cas de départ d'un salarié en formation, notamment pour les TPE
- Difficulté administrative (montage du dossier)
- Difficulté à identifier les formations adaptées aux besoins de l'établissement et spécifiques au secteur de l'immobilier
- Modalités de formation non adaptées (rythme, durée, webinaires...)

Thématique numérique de formation (par ordre alphabétique)	Bilan d'(in)adéquation entre l'offre de formation et les besoins des entreprises et salariés
Cybersécurité	😊 😟
Drones	😊
Gestion électronique des documents (GED)	😊
Intelligence Artificielle	😊
Marketing digital et réseaux sociaux	😊
Outils métiers / logiciels	😊
Photos, vidéos et visites virtuelles	😊
RGPD	😊
Stratégie digitale	😊

L'adéquation entre l'offre et les besoins est satisfaisante sur les outils métiers et logiciels associés à la GED et au RGPD. L'offre est également adaptée s'agissant de l'utilisation de drones, la maîtrise des outils de photographie, vidéos et visites virtuelles tout comme la stratégie digitale.

En revanche, les entreprises constatent une carence plus globale en formations spécifiques au secteur immobilier sur la cybersécurité, notamment pour outiller les managers et leur permettre d'appréhender efficacement cette thématique au-delà des actions de sensibilisation.

Note du bilan d'(in)adéquation de l'offre de formation compte tenu des besoins identifiés

Offre de formation satisfaisante



Offre de formation à renforcer



Offre de formation insatisfaisante





ENJEUX ET EXEMPLES DE PISTES D'ACTION POSSIBLES POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES ENTREPRISES ET DES SALARIÉS



ENJEU A : S'ADAPTER EN TANT QUE BRANCHE AU TOURNANT DU NUMÉRIQUE ET PLUS PARTICULIÈREMENT À L'ESSOR DE L'IA DANS LA FILIÈRE IMMOBILIÈRE

Exemples de pistes d'action :

- Valoriser et proposer la poursuite des travaux d'étude (notamment prospectifs sur la thématique de l'IA) et d'observation
- Être plus actif, en tant que branche, dans les lieux où le sujet du numérique et de l'IA sont évoqués pour le secteur de l'immobilier
- Envisager une actualisation de la cartographie des métiers et des fiches métiers au regard des éléments relatifs à la transition numérique



ENJEU B : ASSURER LA MONTÉE EN COMPÉTENCES DES SALARIÉS

Exemples de pistes d'action :

- Promouvoir les CQP de la branche professionnelle de l'Immobilier
- S'appuyer sur les actions clés en main proposées par OPCO EP dans le cadre de son offre de services

Étude réalisée en 2025 avec le concours de Katalyse et d'Eleven

Moyens mis en œuvre :

- Exploitation d'une base documentaire (près de 20 références)
- Enquête en ligne auprès des entreprises de la branche professionnelle (255 répondants)
- 39 entretiens
- Un groupe de travail avec les membres de la CPNEFP