

Demain

LES CAHIERS D'OPCO EP

REGARD
SCIENTIFIQUE

**Intelligence
artificielle :**
la révolution des
compétences

Interview de
Vincent Cattelain

DYNAMIQUES
DE PROXIMITÉ

L'IA
se déploie
dans les
territoires

N°3

MARS 2026

CAHIER CENTRAL

L'ENQUÊTE

**Diagnostic de la branche
de l'immobilier** sur les impacts
des transitions numériques dans
les emplois et les compétences



ENTREPRISES DE PROXIMITÉ

NOUS SOMMES LÀ DE 5H DU MATIN JUSQU'À 23H POUR CEUX QUI SONT AU FOUR ET AU MOULIN

Les équipes d'Opco EP innovent chaque jour pour accompagner efficacement plus de 400 000 entreprises de proximité en matière de

- CONSEIL ET FINANCEMENT DE LA FORMATION
- PROMOTION DE L'ALTERNANCE
- ANTICIPATION ET ACCOMPAGNEMENT DES TRANSITIONS

Opco ep
OPÉRATEUR DE COMPÉTENCES
DES ENTREPRISES DE PROXIMITÉ

ÉDITO

Chers lecteurs,

La transition numérique et l'essor de l'intelligence artificielle transforment en profondeur nos façons de communiquer et de travailler. Pour les entreprises de proximité, notamment les TPE-PME, ces évolutions sont à la fois une opportunité et un défi.

Notre étude menée auprès de 10 000 entreprises, en partenariat avec BVA, vient confirmer que le numérique est perçu comme un enjeu stratégique avec des attentes claires en matière de conseils, de financements et de compétences.

Nous accompagnons les branches professionnelles, les entreprises et leurs salariés pour qu'ils puissent s'approprier ces outils, les maîtriser et en tirer pleinement parti. Un objectif concrétisé en avril 2024 par l'adoption, par le Conseil d'administration, d'une cinquième orientation stratégique dédiée aux transitions, dont la transition numérique.

Notre engagement se traduit par un accompagnement opérationnel du diagnostic numérique au financement des formations, ainsi que par un appui aux CFA et aux organismes de formation pour les aider à intégrer les usages numériques dans leurs pratiques pédagogiques.

Ce troisième numéro est enrichi par des initiatives régionales et des contributions d'experts qui nourrissent notre compréhension des mutations technologiques en cours et des perspectives qu'elles ouvrent pour les 2,5 millions de salariés des entreprises de proximité.

Bonne lecture à toutes et à tous !

CÉLINE SCHWEBEL, Présidente,
et **ALINE MOUGENOT**, Vice-présidente d'Opco EP

Face aux transformations numériques, Opco EP agit à deux niveaux : sa propre transformation digitale et l'accompagnement des entreprises de proximité. Ces deux dimensions sont indissociables, parce que c'est en structurant nos pratiques internes que nous pouvons mieux accompagner ceux que nous servons. Plusieurs chartes ont été élaborées pour fixer notre positionnement global, rappeler les bonnes pratiques et points de vigilance et définir les usages attendus des outils numériques.

Cette expérience éclaire notre compréhension des besoins et des enjeux des entreprises, déjà largement numériques. Elles utilisent internet, travaillent avec des outils digitaux et plus d'un tiers considèrent le numérique comme une véritable opportunité. Mais cette transition révèle aussi des inquiétudes, notamment sur l'évolution des métiers. Deux entreprises sur cinq nous sollicitent pour être formées à l'intelligence artificielle.

En lien avec le Conseil d'administration, nous accompagnons ces transitions pour en sécuriser l'intégration. Ce troisième numéro traduit cet engagement à travers des exemples concrets illustrant les transformations numériques à l'œuvre, notamment une enquête menée par l'Observatoire d'Opco EP sur les impacts des transitions numériques dans la branche de l'immobilier, à retrouver dans notre cahier central.

ARNAUD MURET, Directeur général d'Opco EP

Éditeur : Opco EP – Opérateur de compétences agréé par arrêté ministériel du 29/03/2019 – Association loi du 1^{er} juillet 1901 – Numéro de SIRET : 879 036 895 00933 – Siège social : 4, rue du Colonel Driant, 75001 Paris – **Directrice de publication :** Céline Schwebel en qualité de Présidente – **Rédactrice en chef :** Aline Mougnot en qualité de Vice-présidente – **Conception et réalisation :** MONTU – **Rédacteurs :** Manon Daffara, Sophie Janasziewicz, Julien Thèves – **Crédits photo :** Marc Chesneau; Mattis Esnault – Capa Pictures; Romain Philippon – Capa Pictures; Christel Sasso – Capa Pictures; droits réservés – **Illustration :** Alexandra Christodoulou – **Impression :** Grafik Plus, 14, rue Joseph et Étienne Montgolfier, 93110 Rosny-sous-Bois. Numéro ISSN 3077-9308 – **Dépôt légal :** mars 2026.



N°3 sommaire



06

REGARDS
D'EXPERTS

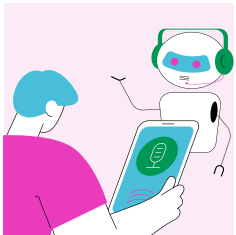
**IA et TPE-PME :
quelle réalité ?**



10

FORMATION
PROFESSIONNELLE

**Transition
numérique :
les CFA
s'équipent
grâce à Opco EP**



14

DATAVISION

**Intelligence
artificielle :
les TPE-PME
passent à l'action**



16

DYNAMIQUES
DE PROXIMITÉ

**L'IA se déploie
dans les
territoires**



CAHIER CENTRAL
19

ENQUÊTE
**LES IMPACTS DES
TRANSITIONS
NUMÉRIQUES DANS
LA BRANCHE DE
L'IMMOBILIER**



57

INTERVIEW
CROISÉE

**Branche de
l'immobilier :
une étude pour
préparer l'avenir**



62

PROXIMITÉ
EN ACTIONS

**Les entreprises
plus efficaces
avec l'IA !**



64

DATAVISION

**Formation au
numérique :
un enjeu
clé pour
les TPE-PME**



66

REGARD
SCIENTIFIQUE

**Intelligence
artificielle :
la révolution
des compétences**

Interview de
Vincent Cattelain



IA et TPE - PME : quelle réalité ?



L'intelligence artificielle est de plus en plus répandue. Son appropriation par les PME soulève des questions stratégiques, juridiques, éthiques et de ressources humaines. Tatiana Lluent, Responsable d'études stratégiques chez Bpifrance Le Lab, et Yann Ferguson, sociologue et Directeur scientifique du LaborIA, éclairent ces enjeux qui font écho, dans les entreprises de proximité, à d'importants sujets de formation professionnelle.

REGARDS D'EXPERTS

Comment l'IA se diffuse-t-elle dans les petites et moyennes entreprises ?

Tatiana Lluent : Fin 2023, un tiers des dirigeants de TPE-PME avaient recours à l'IA générative, d'après une étude menée par Bpifrance auprès de 3077 répondants⁽¹⁾. En juin 2025, un nouveau questionnaire auprès de 1209⁽²⁾⁽³⁾ dirigeants de PME et ETI a montré que pour 58 % d'entre eux, l'IA représente un enjeu de survie à moyen terme. Les choses ont bien changé puisqu'en 2017, la transformation digitale n'était pas un sujet d'avenir pour une majorité d'entreprises ! Pour autant, l'IA ne se diffuse pas à la même vitesse partout. Plus de la moitié des dirigeants interrogés en novembre 2024 sont qualifiés de « bloqués » vis-à-vis de l'IA (ils sont paralysés par un manque de compétences, d'accompagnement ou de ressources internes) ou de « sceptiques » (avec une forme de distance et de rejet vis-à-vis de l'IA). En revanche, 28 % d'entre eux sont des « expérimentateurs » (ce sont des usagers enthousiastes de l'IA générative, notamment) et 19 % des « innovateurs », l'IA représentant pour eux un vecteur stratégique.

Yann Ferguson : L'IA se diffuse de manière ambivalente dans les entreprises. Beaucoup de salariés pratiquent ce que l'on nomme le « shadow IA » sans en référer à leur hiérarchie ni avoir bénéficié de formation. Cet outil fascine et inquiète à la fois. Certains craignent d'être mal vus si leur recours à l'IA est connu. D'autres se soucient de voir leur

Biographies

Chercheuse dans le domaine des inégalités au sein des organisations, **Tatiana Lluent** a intégré l'OCDE puis Bpifrance pour se consacrer aux enjeux de politique économique, industrielle et technologique. Elle est actuellement Responsable d'études stratégiques au sein du Lab de Bpifrance, où elle travaille sur la réindustrialisation de la France et sur l'adoption des technologies d'intelligence artificielle dans les PME-ETI françaises.

Docteur en sociologie, spécialiste des mutations du travail, **Yann Ferguson** est Directeur scientifique du LaborIA, un laboratoire de recherche-action créé par INRIA et le ministère du Travail afin d'analyser l'impact de l'intelligence artificielle dans le milieu professionnel.

charge de travail augmenter si leur manager réalise que l'IA allège leurs tâches. À l'inverse, dans les secteurs de la communication et de l'informatique, par exemple, l'IA est un prérequis. Peu à peu, l'IA transforme nos métiers. Cette nouvelle technologie interroge en profondeur le sens même du travail.

En quoi l'IA est-elle bénéfique à l'activité des TPE et PME ?

T. L. : L'IA optimise la facturation, les devis ou les comptes-rendus de réunion. En faisant travailler des modèles d'intelligence artificielle à partir de leurs propres données, certaines entreprises gèrent plus efficacement leurs stocks ou améliorent leurs trajets. Par ailleurs, bon nombre de startups mettent l'IA au cœur de leurs process : grâce à elle, des chimistes inventent de nouvelles molécules et des fabricants de machines industrielles remontent dans la chaîne de valeur en proposant un service de détection de pannes via des capteurs installés sur leurs appareils.

Y. F. : Dans les entreprises artisanales, l'IA modifie peu le cœur de métier. Elle est surtout utile pour la comptabilité, le marketing, la communication ou les ressources humaines. Elle redonne donc du temps au dirigeant de PME. On estime que ce dernier va gagner deux heures par semaine grâce à l'IA (et même une demi-journée s'il en fait un usage plus complet). Il augmente ainsi sa productivité... ou savoure davantage de moments en famille. C'est précieux, pour des artisans qui ont souvent des semaines bien remplies.

L'IA menace-t-elle les emplois des entreprises de proximité ?

Y. F. : Les entreprises de proximité sont, par définition, enracinées dans un territoire. Elles attachent beaucoup d'importance à la relation humaine qu'elles ont avec leurs clients. Elles sont, à mon sens, mieux préservées de la destruction d'emplois que les grands groupes.

T. L. : Notre étude⁽⁴⁾ a mis en évidence le fait que certains patrons sont réticents à déployer l'IA dans leur entreprise car ils y sont opposés pour des raisons morales. Ils sont très

attachés à la préservation de l'emploi. D'autres estiment à juste titre que l'IA ne remplacera jamais un soudeur sur un chantier, par exemple.

Pourquoi est-il essentiel de se former à l'IA ?

Y. F. : C'est indispensable pour plusieurs raisons. L'utilisation de l'IA favorise la dissémination des données. Quand on fait des devis ou des factures, on diffuse dans le réseau des informations sensibles. La formation permet d'aborder ces questions de sécurité. Par ailleurs, si l'IA est de plus en plus utilisée de manière informelle, son potentiel n'est pas pleinement exploité. En formant les salariés, on les aide à tirer le meilleur parti du nouvel outil. Troisièmement, il y a des « déçus » de l'IA qui l'ont testée puis délaissée. La formation aide ce public à se réapproprier cette technologie. Enfin, en s'autonomisant grâce à l'IA, certains professionnels perdent en expertise réelle puisque l'outil fait les choses à leur place. La formation peut les aider à bien cadrer leur usage de l'IA.



Tatiana Lluent
Responsable d'études stratégiques
chez Bpifrance Le Lab

Au-delà de l'effet de mode, se former à l'IA est une **nécessité stratégique pour les PME.**



Yann Ferguson
Directeur scientifique
du LaborIA

Pour que le travail reste utile et épanouissant, **l'usage de l'IA doit être encadré.**

Quelle démarche adopter ?

T. L. : Notre étude a montré que certains dirigeants de PME sont éloignés de l'accès à la formation parce qu'ils sont isolés géographiquement ou mal insérés dans les réseaux professionnels. En revanche, d'autres chefs d'entreprise, bien connectés avec leur chambre de commerce, leur association professionnelle ou leur chargé d'affaires Bpifrance, ont plus de facilité à accéder à la formation. En s'adressant à leur Opco, comme Opco EP pour les entreprises de proximité, ils seront aussi aidés.

Y. F. : Je conseillerais à un dirigeant de TPE-PME de se former d'abord lui-même avant de former ses équipes. Cela vaut le coup d'investir pour disposer de connaissances historiques, juridiques, éthiques, etc., liées à l'IA. Se former est à la fois un acte stratégique et une nécessité de DRH. De cette formation du dirigeant découlera la feuille de route pour l'ensemble de l'entreprise. Il s'agira alors de fournir les bases de l'IA à ses salariés mais aussi d'adapter cette IA au métier qu'ils exercent.

Où trouver des formations de qualité ?

T. L. : Présent dans toutes les régions, Bpifrance est un partenaire de confiance qui aide les entreprises à se repérer dans le maquis des offres de formations. Bpifrance Université, Diag Data IA, Booster IA... autant

de services qui permettent aux entreprises de s'emparer des outils, de mieux les comprendre et de les mettre en pratique. Cette logique d'accompagnement rejoint celle portée par des acteurs comme Opco EP, qui soutient les entreprises de ses 54 branches professionnelles dans leurs projets de transformation.

L'IA peut-elle favoriser l'inclusivité au travail ?

Y. F. : Oui ! Une étude menée par France Travail a montré que les chercheurs d'emploi utilisent davantage l'IA que ceux qui sont en poste. La moitié des titulaires de CAP et de BEP déclarent l'utiliser. Par ailleurs, l'IA peut aider les personnes en situation de handicap dans leur recherche d'emploi (rédaction automatisée de CV, interface texte-voix, etc.).

Comment les opérateurs de compétences, et plus généralement les acteurs publics, peuvent-ils accompagner cet essor de l'IA ?

Y. F. : Les Opco connaissent bien les besoins des branches professionnelles dont ils ont la charge. En tant qu'observateurs des mutations du travail, ils financent des formations adaptées, soit parce qu'elles sont demandées par les dirigeants ou les salariés, soit parce que l'Opco estime qu'elles seront indispensables dans un avenir proche.

T. L. : Dans la foulée du plan gouvernemental « Osez l'IA ! » lancé en juillet 2025 pour démocratiser l'intelligence artificielle, un grand nombre d'acteurs publics se coordonnent : les Opco, les chambres de commerce et d'industrie, Bpifrance, France Travail, la Direction générale de l'emploi... L'IA irrigue la formation continue. En réalité, elle devrait être enseignée beaucoup plus tôt ! ■

(1) <https://lelab.bpifrance.fr/Etudes/31-des-tpe-et-pme-utilisent-l-ia-generative>
(2) <https://lelab.bpifrance.fr/Etudes/les-entreprises-francaises-et-l-ia-l-aube-d-une-revolution>
(3) <https://lelab.bpifrance.fr/Etudes/les-entreprises-francaises-et-l-ia-l-aube-d-une-revolution/chefs-et-cheffes-d-entreprise-face-a-l-ia-quatre-profil-pour-mieux-comprendre-l-adoption-dans-les-pme-et-eti>
(4) <https://lelab.bpifrance.fr/Etudes/31-des-tpe-et-pme-utilisent-l-ia-generative>



Transition
numérique :

***les CFA s'équipent
grâce à Opco EP***

Formation professionnelle



À Nantes, l'école des métiers graphiques et plurimédia Grafipolis a investi dans un simulateur de nacelle élévatrice. Cet outil de réalité virtuelle forme les apprentis qui préparent le brevet des métiers d'art (BMA) « arts graphiques option signalétique ». Une solution ludique qui plaît beaucoup !

Quand on installe des enseignes ou qu'on met en place de la signalisation, il faut parfois s'élever dans les airs ! Qu'il s'agisse de décorer un magasin ou de poser des enseignes, les nacelles permettent de se mouvoir à plus de 10 m de hauteur en toute sécurité. **« Notre conseillère Opco EP nous a donné l'idée d'investir dans un simulateur de nacelle élévatrice grâce au dispositif Invest CFA. L'organisme a financé 50 % de cet outil, qui a coûté 11880 €, indique John Podlesnik, Directeur de Grafipolis. En travaillant virtuellement, nos apprentis peuvent tester la nacelle et résoudre diverses problématiques du monde réel. »**

Thierry Delorme, formateur au sein du CFA, abonde : **« Nous sommes ravis de ce nouvel outil, qui renforce l'aspect interactif de nos enseignements. D'autant que nos élèves n'ont pas toujours l'occasion de monter sur un tel engin pendant leur apprentissage en entreprise ! »**. Pour pouvoir conduire une nacelle, il leur faudra ensuite passer un certificat d'aptitude à la conduite d'engins en sécurité (Caces). En attendant, ils découvrent la machine dans leur CFA. Fin 2025, l'école a réceptionné cet appareil haut de gamme qui ressemble un peu « à un gros jeu vidéo », dicit John Podlesnik. Vêtu d'un harnais et coiffé d'un casque, l'élève grimpe sur un panier de nacelle professionnelle. De là-haut, virtuellement, il réalise les missions qui lui incombent.

Élèves pionniers

Hugo Marchand, 21 ans, est en apprentissage chez Elloh à Trélazé (Maine-et-Loire). Il a déjà eu l'occasion de monter sur une nacelle **« en situation réelle »**. Chez Grafipolis, pendant une vingtaine de minutes, il a testé le simulateur, qui lui a rappelé les sensations vécues, même si **« on éprouve moins l'effet du vent »**, reconnaît-il. En appuyant sur les boutons de la console, il roule avec l'engin à des vitesses différentes tout en déployant le bras articulé. Élodie Simon, 23 ans, apprentie chez C.Com.Pub à Saint-Brevin-les-Pins (Loire-Atlantique), n'est quant à elle pas encore montée sur une vraie nacelle même si son entreprise en a loué une pour décorer un centre commercial. La hauteur ne lui fait pas peur puisqu'elle a déjà gravi un échafaudage de 15 m de haut. Chez Grafipolis, elle aussi a testé le simulateur. Une initiation réussie... Courant 2026, l'outil sera pris en main par un nombre croissant d'apprentis, toujours à raison de sessions d'une vingtaine de minutes chacune. **« Les séances de réalité virtuelle ne sont pas trop longues pour éviter qu'une gêne oculaire ne s'installe »,** reconnaît Thierry Delorme.



De plus en plus de numérique ?

Grafipolis n'a pas attendu ce simulateur pour effectuer sa transition numérique. La technologie est très présente dans l'ensemble de ses parcours éducatifs. **« Les métiers de l'impression auxquels nous préparons se digitalisent de plus en plus. Nous avons notamment un simulateur pour l'offset »,** ce procédé d'impression de grande qualité. **« Au sein des suites Adobe, utilisées par nos élèves infographistes, l'IA monte aussi en puissance,** explique John Podlesnik. **Pour autant, nous voulons que nos élèves n'oublient pas les aspects concrets et manuels. Les gestes traditionnels sont encore transmis. »** Une réalité à la fois numérique et technique que confirme l'apprentie Élodie Simon : **« Si on fait de la PAO, on est beaucoup sur l'ordinateur. En atelier, en revanche, on prépare et on pose. Et quand on reçoit les demandes du client sur notre tablette, on jongle avec ces deux dimensions ».** Grâce à Opco EP, les CFA modernisent leurs outils comme le font les entreprises elles-mêmes.

“Les entreprises cherchent des salariés qui sont capables de travailler autant sur des matériels traditionnels que numériques.”

John Podlesnik,
Directeur de Grafipolis

“Grâce au simulateur de nacelle, j'apprends à travailler sur les chantiers de grande hauteur. C'est vraiment formateur !”

Élodie Simon,

apprentie, BMA
« arts graphiques option signalétique »

« Nos installations sont parfois très onéreuses, jusqu'à 500 000 € pour des matériels en impression offset et autour de 150 000 € pour des presses numériques dernière génération (c'est le cas notamment de notre dernier investissement réalisé en partenariat avec Opco EP et l'entreprise Ricoh). Heureusement, Opco EP est à nos côtés et nous aide à faire évoluer nos matériels, poursuit le Directeur. **À nous de savoir nous équiper de la bonne technologie au bon moment, pour ne pas risquer d'écarts trop importants d'équipements et de compétences dans nos métiers. Avec notre simulateur de nacelle, nous faisons des envieux : les entreprises du secteur de la signalétique aimeraient bien avoir le même chez elles ! »** Toujours bien équipé, le CFA attire l'attention des employeurs et contribue efficacement à l'insertion des jeunes. ■



Invest CFA : un nouvel appel à projets en 2026 !

Comme tous les ans depuis 2020, Opco EP soutient les efforts d'investissement des CFA pour des équipements nécessaires à la réalisation des formations. En accompagnant financièrement leurs achats de matériel, l'organisme concourt à l'amélioration des conditions d'apprentissage des élèves et renforce l'attractivité des métiers du champ d'Opco EP. De leur côté, en acquérant du matériel de pointe cofinancé par l'organisme, les CFA donnent l'occasion à leurs élèves de se familiariser avec la réalité des pratiques en entreprise. Au plus près des territoires, ces investissements favorisent l'inclusivité des apprentis et la pédagogie.

Un dispositif très apprécié

Entre 2020 et 2025, 2923 projets visant à se doter d'équipements utiles ont été sélectionnés pour un financement global de 72 706 719 €.

Si vous êtes un CFA, rendez-vous sur opcoep.fr pour tout savoir sur Invest CFA et déposer votre projet !

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

LES TPE-PME PASSENT À L'ACTION

Dans le cadre d'une initiative menée par Opco EP en région Occitanie via un EDEC*, de nombreuses entreprises ont été accompagnées pour découvrir, tester ou structurer leurs usages de l'intelligence artificielle. Voici quelques enseignements, tirés du terrain.

*Engagement de développement de l'emploi et des compétences.



BRANCHES PROFESSIONNELLES
ont participé à cette initiative
régionale en sollicitant des services,
voici le top 15

1. Immobilier

2. Prestataires de services

3. Services à la personne

4. Interprofession

5. Architecture

6. Promotion immobilière

7. Pharmacie

8. Machinisme agricole – SDLM
9. Cabinets médicaux

10. Imprimerie, industries graphiques

11. Coiffure

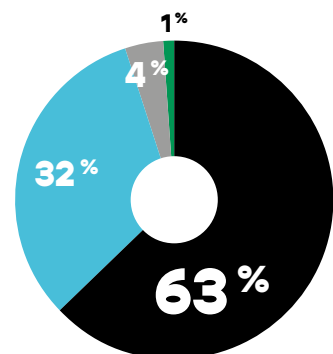
12. Boulangerie-pâtisserie

13. Médico-technique

14. Esthétique-cosmétique

15. Froid et connexes

TAILLE DES ENTREPRISES ACCOMPAGNÉES



- Moins de 11 salariés (TPE)

● 11 à 49 salariés (PME)

● 50 salariés et plus

● 250 salariés et plus

LES CAS D'USAGE LES PLUS FRÉQUENTS

CAS D'USAGE	OBJECTIF POUR L'ENTREPRISE
Réponses automatiques & rédaction assistée (comptabilité, RH, mails, contrats)	Réduction des tâches répétitives
Tableaux de bord & reporting	Meilleure prise de décision, pilotage affiné
Contenu marketing & communication	Création de posts, newsletters, visuels
Organisation interne & archivage	Optimisation des flux et classement intelligent
Automatisation via NoCode	Exécution de tâches sans codage (ex. : création de documents, envoi de devis)

Sources : 63 restitutions d'audits flash ; 65 questionnaires de maturité numérique (préaudits flash) ; 98 questionnaires de maturité (préformation)

3

OBJECTIFS COMMUNS :
GAGNER DU TEMPS,
AUTOMATISER ET
MIEUX PILOTER

3 PROFILS TYPES DE SALARIÉS ACCOMPAGNÉS

- ★

NOVICE

En phase de découverte prudente

Objectifs : découvrir comment l'IA peut l'aider au quotidien (ex. : tri, factures, écriture de mails)
- ★★

INTERMÉDIAIRE

À la recherche d'efficacité

Objectifs : automatiser les process, améliorer la productivité, générer du contenu ciblé
- ★★★

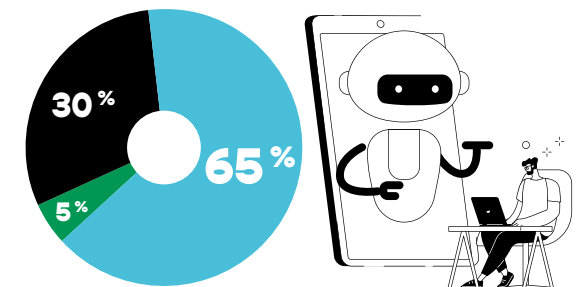
AVANCÉ

Posture de stratégie innovateur

Objectifs : analyser des données, améliorer la stratégie globale, tester des outils complexes

Source : 98 questionnaires de maturité (préformation).

L'IMPACT DE L'IA SUR LES MÉTIERS



- **MÉTIERS AUGMENTÉS**

Exemples : architectes, pour l'aide à la conception, avocats et juristes, pour la stratégie juridique et la relation client
- **MÉTIERS TRANSFORMÉS**

Exemples : assistants médicaux, pour la tenue des dossiers médicaux, responsables administratifs, pour la supervision de processus automatisés
- **NOUVELLES FONCTIONS**

Exemples : référents numériques internes, responsables de l'optimisation des flux par IA

Retrouvez d'autres chiffres clés de cette première année d'expérimentation dans notre article Dynamiques de proximité, PAGE 16

L'IA se déploie

DYNAMIQUES DE PROXIMITÉ

Véritable levier de transformation pour les entreprises de proximité, l'IA doit être mieux comprise et utilisée. C'est pour répondre à cet enjeu qu'Opco EP, avec le soutien de la DREETS Occitanie, déploie une action régionale inscrite dans le cadre d'un EDEC (engagement de développement de l'emploi et des compétences). Dotée d'un budget de 1,3 million d'euros, cette initiative vise à informer, accompagner et former les entreprises aux nouveaux usages du numérique, avec une priorité donnée à l'IA. Une démarche qui porte déjà ses fruits!

dans les territoires



L'Occitanie
investit dans l'IA



En Occitanie, l'EDEC piloté par Opco EP profite aux entreprises de proximité relevant du champ d'Opco EP. De décembre 2024 à décembre 2026, ce projet régional ambitieux poursuit un triple objectif : démocratiser l'IA de manière simple et pragmatique, anticiper les impacts de celle-ci en sécurisant les parcours des salariés et, enfin, répondre aux besoins de formation et d'accompagnement.

L'IA n'est pas réservée qu'aux startups ou aux grands groupes ! Elle est présente partout dans notre quotidien et elle peut être particulièrement utile aux entreprises de proximité. De fait, dans certains secteurs, la demande d'acculturation à l'IA est forte : les branches de l'immobilier, de la prestation de services et des services à la personne sont les plus motivées. Ces TPE-PME veulent en apprendre plus sur cette nouvelle technologie. Les pharmaciens, les imprimeurs, les boulangers ou les coiffeurs sont, eux aussi, très intéressés...

Un déploiement en plusieurs étapes

Pour découvrir l'IA et ses usages, salariés et dirigeants sont invités à participer à des webinaires (1 h) ou à des ateliers (3 h) entièrement gratuits. S'ils veulent aller plus loin, ils peuvent solliciter leur conseiller Opco EP qui les aidera à mettre en place des solutions adaptées à leur activité via des audits flash d'une journée et/ou un accompagnement personnalisé d'un à cinq jours : la prise en charge financière peut aller jusqu'à 70%. Les dirigeants peuvent aussi demander que leurs salariés soient formés, grâce à des « formations clés en main » ou à la carte (prise en charge jusqu'à 100%).

Test réussi!

Déployé depuis novembre 2024, le projet « Nouveaux usages du numérique » est un succès puisqu'en décembre 2025, 1060 prestations avaient déjà été réalisées pour un financement total de 1200 000 €. En Occitanie, 460 personnes ont été sensibilisées par le biais de webinaires et d'ateliers ou d'outils en ligne, plus de 150 entreprises ont été accompagnées et 450 formations ont été réalisées, ce qui représente plus de 1300 salariés formés et 750 entreprises bénéficiaires au total. Jusqu'en décembre 2026, les TPME occitanes qui le souhaitent peuvent bénéficier du dispositif. ■



Toutes les informations sont à retrouver ici : opcoep.fr/entreprise/actions-regionales/occitanie/nouveaux-usages-du-numerique

Un salarié

d'une entreprise de la branche Prestataires de services du secteur tertiaire

Nous savons que notre futur sera impacté par l'IA. **Grâce à cette technologie, nous espérons optimiser nos tâches et saisir de nouvelles opportunités.**



Entreprises de proximité : une IA vraiment utile



L'IA, on en parle beaucoup, mais à quoi servira-t-elle ? Dans certaines entreprises de proximité, novices en la matière, on ne doute pas que l'IA puisse faire gagner du temps. D'autres, plus averties, estiment que celle-ci les aidera à améliorer la relation client, à mieux cibler leurs prospects ou encore à créer du contenu attractif. Enfin, dans les entreprises les plus avancées numériquement, on sait que l'IA confère un véritable avantage concurrentiel : elle est un guide pour la stratégie via l'analyse de données, l'analyse prédictive, etc.

Une PME convertie à l'IA

À Flavin, dans l'Aveyron, l'entreprise PCMA (Pomié Chaudronnerie Matériel Agricole) est spécialisée dans la chaudronnerie pour l'industrie, l'agriculture (silos à grains) et le particulier. Sandrine Pomié, sa Présidente, avait envie depuis quelque temps de diversifier sa clientèle. *« Je voulais mieux faire connaître PCMA dans toute la France. Au-delà de notre participation régulière aux salons professionnels, je me suis dit que les réseaux sociaux nous y aideraient. Et pourquoi pas utiliser l'IA pour le faire ? »*, confie-t-elle. Accompagnée par Éric Reynier, son conseiller Opco EP, elle a bénéficié de plusieurs formations et accompagnements pour l'aider à mettre en place une stratégie et des actions de webmarketing (optimisation de site web, publications sur les réseaux sociaux) : *« L'IA m'a aidée à peaufiner les contenus de mon site et à améliorer mon référencement naturel »*, se félicite-t-elle. L'entreprise PCMA

est désormais bien présente sur les réseaux sociaux. *« La création de textes et de visuels me prenait beaucoup de temps. Désormais, une heure suffit pour préparer quatre publications qui seront diffusées au fil du mois sur mes réseaux. »*

Nouveaux cas d'usage

Dans la gestion de l'entreprise aussi, Sandrine Pomié a fait confiance à l'IA. Son ERP (progiciel de gestion) en utilise pour faciliter la production et la comptabilité. *« Si je décide de fabriquer de nouveaux silos, l'ERP réserve la matière première. Il nous avertit de l'état des stocks, prépare les commandes, etc. Il enregistre aussi toutes les factures fournisseurs de manière dématérialisée. C'est un sacré gain de temps ! »* Bien sûr, l'aspect humain ne disparaît pas. L'IA va vite... *« mais il faut la contrôler »*, nuance la dirigeante.

Les RH plus faciles avec l'IA : une boîte à outils innovante !

Conçue dans le cadre des projets *« Nouveaux usages du numérique »* et *« Latitude »*, une boîte à outils RH est désormais disponible pour toutes les entreprises occitanes relevant du champ d'Opco EP. Elle fournit des modèles de prompts personnalisables, des conseils pratiques et des ressources utiles pour intégrer l'IA dans les pratiques RH. Qu'il s'agisse d'attirer des candidats (offres d'emploi, réseaux sociaux...), de recruter efficacement (fiche de poste, analyse de CV, préparation des entretiens...), d'accueillir des salariés (livret d'accueil, parcours d'intégration...) ou encore de fidéliser des équipes (entretiens professionnels, besoins en formation, communication interne...), son contenu est très riche. ■



Retrouvez la boîte à outils RH ici :
opcoep.fr/entreprise/actions-regionales/occitanie/boite-a-outils-rh-ia



Sandrine Pomié
Présidente de PCMA

L'IA peut être utile à toutes les TPE et PME. Il ne faut pas en avoir peur. Autant s'y mettre tout de suite, car cette nouvelle technologie sera bientôt partout.

LE

Diagnostic de la branche de l'immobilier sur les impacts des transitions numériques dans les emplois et les compétences

SOMMAIRE

1

Méthodologie de l'intervention et caractéristiques de la branche de l'immobilier

21

1.1

Objectifs, démarche méthodologique et moyens mis en œuvre

21

1.2

Périmètre d'analyse

23

1.3

Caractéristiques de la branche de l'immobilier

24

2

Les métiers de la branche de l'immobilier faisant l'objet du diagnostic

26

2.1

Les métiers de la branche de l'immobilier

26

2.2

La dynamique du marché de l'emploi

27

3

Les impacts du numérique et de l'IA⁽¹⁾ sur les entreprises et leur fonctionnement

29

3.1

Les enjeux liés à la transition numérique

29

3.2

Les impacts sur la stratégie et le modèle d'affaires

32

3.3

La typologie des entreprises vis-à-vis des transitions numériques

33

4

Les usages du numérique et de l'IA au sein des entreprises de la branche de l'immobilier

35

4.1

Les usages les plus répandus actuellement

35

4.2

Les usages qui se développent

39

4.3

Les principales difficultés rencontrées par les entreprises

44

5

Premier regard sur les impacts du numérique et de l'IA sur les métiers

45

5.1

Vision d'ensemble de l'impact du numérique et de l'IA sur les emplois et les compétences

45

5.2

Synthèse par famille de métiers de l'impact du numérique et de l'IA sur les emplois et les compétences

47

6

Besoins en formation et bilan d'adéquation de l'offre en place

51

6.1

Besoins en formation exprimés par les entreprises

51

6.2

Synthèse du bilan d'(in)adéquation entre l'offre et les besoins de formation identifiés

54

(1) IA : intelligence artificielle. Cette dénomination sera conservée tout au long du rapport.



Méthodologie et caractéristiques

1.1 Objectifs, démarche méthodologique et moyens mis en œuvre

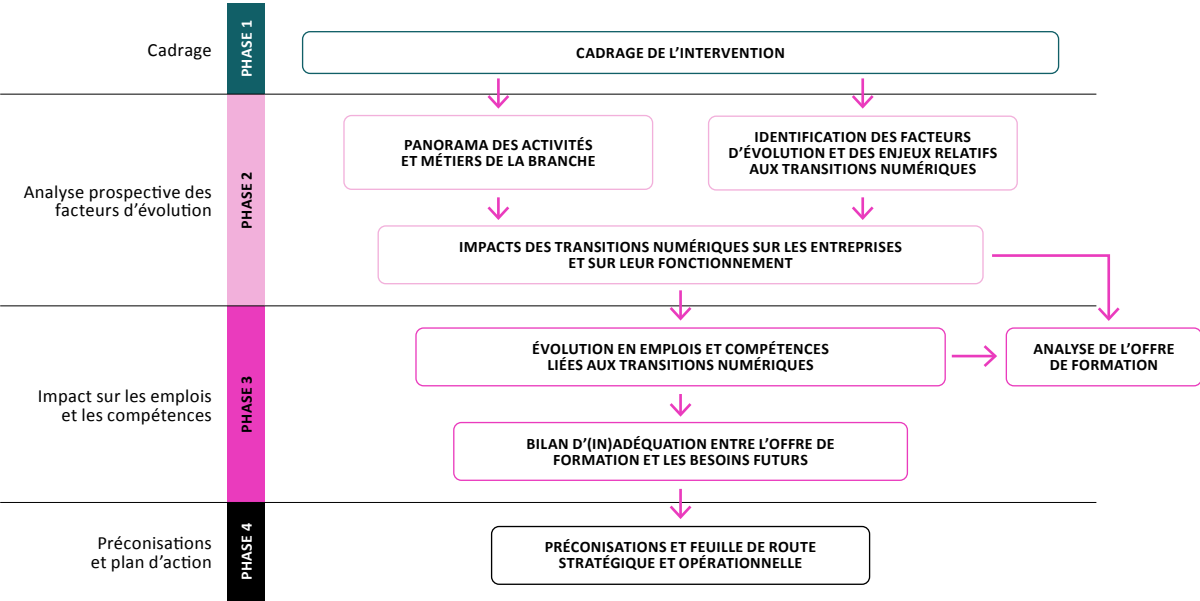
Rappel des objectifs de l'intervention

Les principaux objectifs de l'intervention sont les suivants :

- Réaliser le panorama des activités et métiers de la branche professionnelle de l'immobilier.
- Identifier et définir les enjeux des transitions numériques propres à la branche professionnelle et aux activités de ses entreprises.
- Caractériser les impacts des transitions numériques et de l'IA sur les entreprises et leur fonctionnement.
- Identifier les besoins en emplois et compétences prospectifs pour chaque activité de la branche de l'immobilier.
- Réaliser une cartographie de l'offre de formation et un bilan de son adéquation avec les besoins futurs de la branche de l'immobilier.
- Proposer des préconisations opérationnelles en lien avec les effets des transitions numériques.

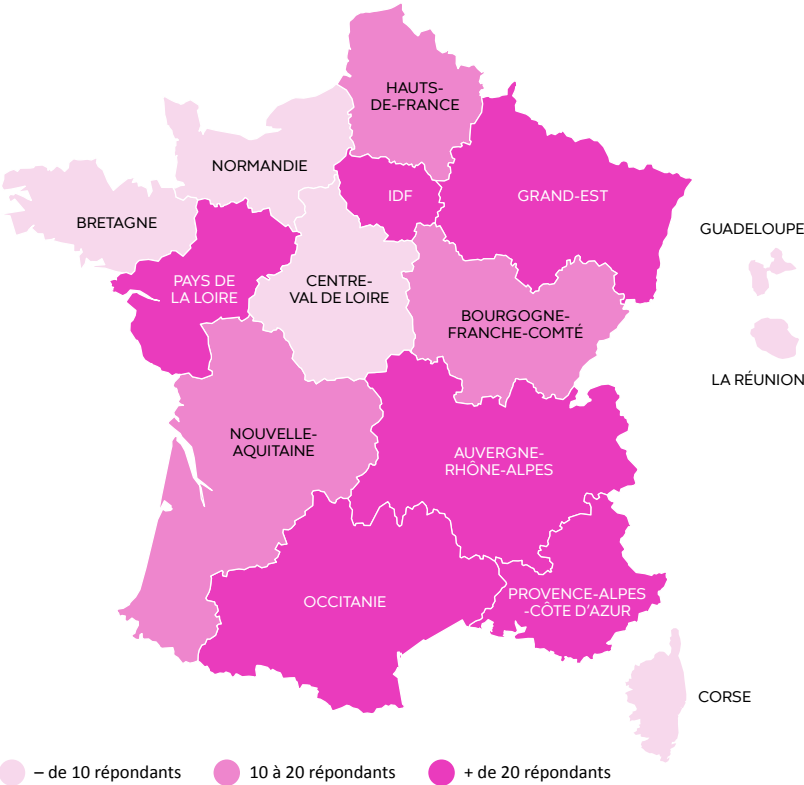
La démarche méthodologique

La méthodologie de l'intervention peut être résumée à travers le schéma ci-dessous.



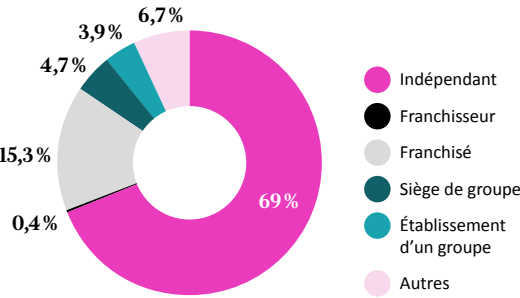
Les moyens mis en œuvre : focus sur l'enquête en ligne

Répartition des répondants par région



Source : Enquête en ligne, 254 réponses exploitables.

Modèle économique des répondants



Source : Enquête en ligne, 255 réponses exploitables.

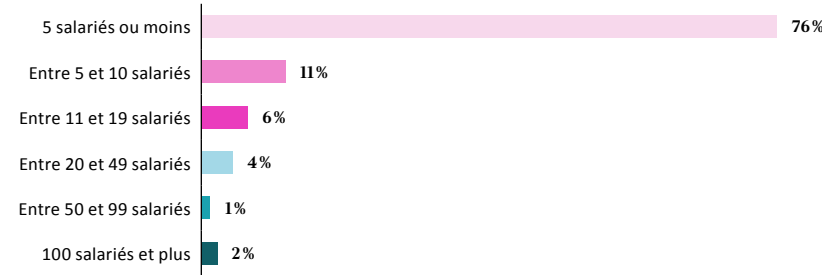
Quelles sont les activités exercées par les entreprises ayant répondu à l'enquête ?

ACTIVITÉ	NOMBRE ⁽¹⁾
Transaction immobilière	178
Administration de biens	123
Syndics de copropriété	38
Promoteur/rénovateur/foncière	28
Exploitation touristique	20
Autres ⁽²⁾	48

Source : Enquête en ligne, 248 réponses exploitables.

(1) Un établissement pouvant exercer plusieurs activités.
(2) Autres : viager, location EDF, évaluation immobilière, conciergerie, location de salles, formation...

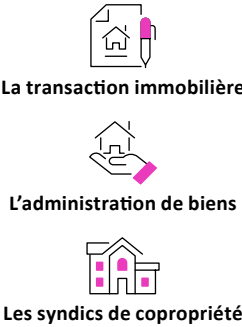
Répartition des répondants par taille de structure



Source : Enquête en ligne, 250 réponses exploitables.

1.2 Périmètre d'analyse

Le périmètre retenu pour l'étude de la transition numérique dans la branche de l'immobilier englobe cinq activités principales.



NB : Les icônes ci-dessus seront reprises dans les pages suivantes pour signaler les différentes activités au sein d'encarts, de verbatims, etc.

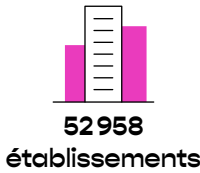
La thématique de l'immobilier d'entreprise a été considérée de manière transversale en raison de son impact sur diverses activités. Par ailleurs, les activités de promotion immobilière et les plateformes de location saisonnière (ex. : Airbnb, Abritel) sont hors périmètre.

Au-delà des différentes activités constituant le périmètre d'analyse, l'étude prend en compte les différents modèles économiques existants :

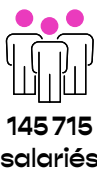
- Indépendant
- Franchiseur
- Franchisé
- Siège de groupe
- Établissement d'un groupe

À noter que les agences « 100% en ligne » ne constituent pas un modèle économique mais une modalité opérationnelle.

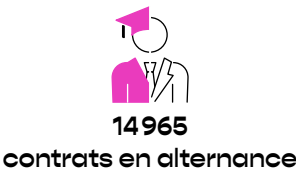
1.3 Caractéristiques de la branche de l'immobilier



Sources : Urssaf 2025, MS 2024.



Source : Urssaf 2025, MS 2024.



Source : Opco EP 2024 (hors Pro-A).

En 2023, un peu plus d'un établissement sur deux (52 %) se concentre au sein des activités des agences immobilières (NAF 6831Z) pour plus de 4 salariés sur 10 (44 %). Entre 2017 et 2022, l'activité des agences immobilières a connu une augmentation de 22 % de ses établissements. En parallèle, les activités de l'hébergement touristique et autres hébergements de courte durée (5520Z) connaissent une évolution semblable (+ 22 %), mais ne représentent que 2 % des établissements de la branche de l'immobilier.

À noter que 95 % des établissements de la branche de l'immobilier comptent moins de 11 postes et représentent 58 % des salariés (proportion bien supérieure aux 38 % de salariés dans le domaine des activités de commerce et services pour les entreprises de manière générale).

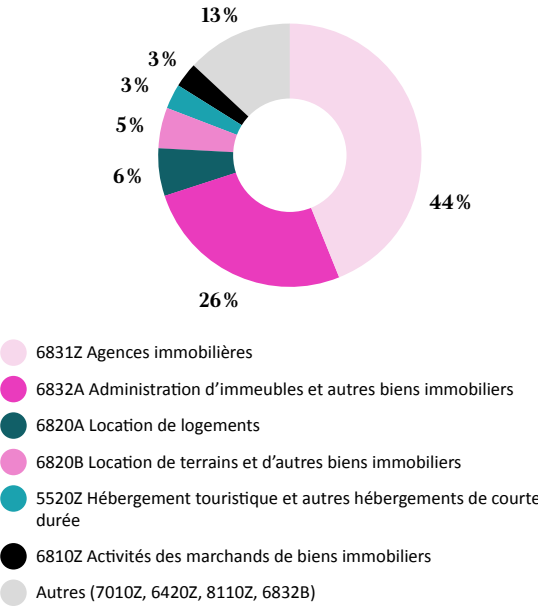
Dans la branche professionnelle de l'immobilier, 36 % des salariés appartiennent à la catégorie socioprofessionnelle des employés (parmi lesquels 79 % sont des femmes), 30 % exercent une profession intermédiaire et 27 % ont le statut de cadre.

Voici les professions et catégories socioprofessionnelles les plus représentées dans la branche de l'immobilier :

- 15 % de techniciens commerciaux et technico-commerciaux ;
- 15 % de cadres de l'immobilier ;
- 7 % d'employés administratifs qualifiés des autres services des entreprises.

Source : Panorama de la branche Opco EP, 2023.

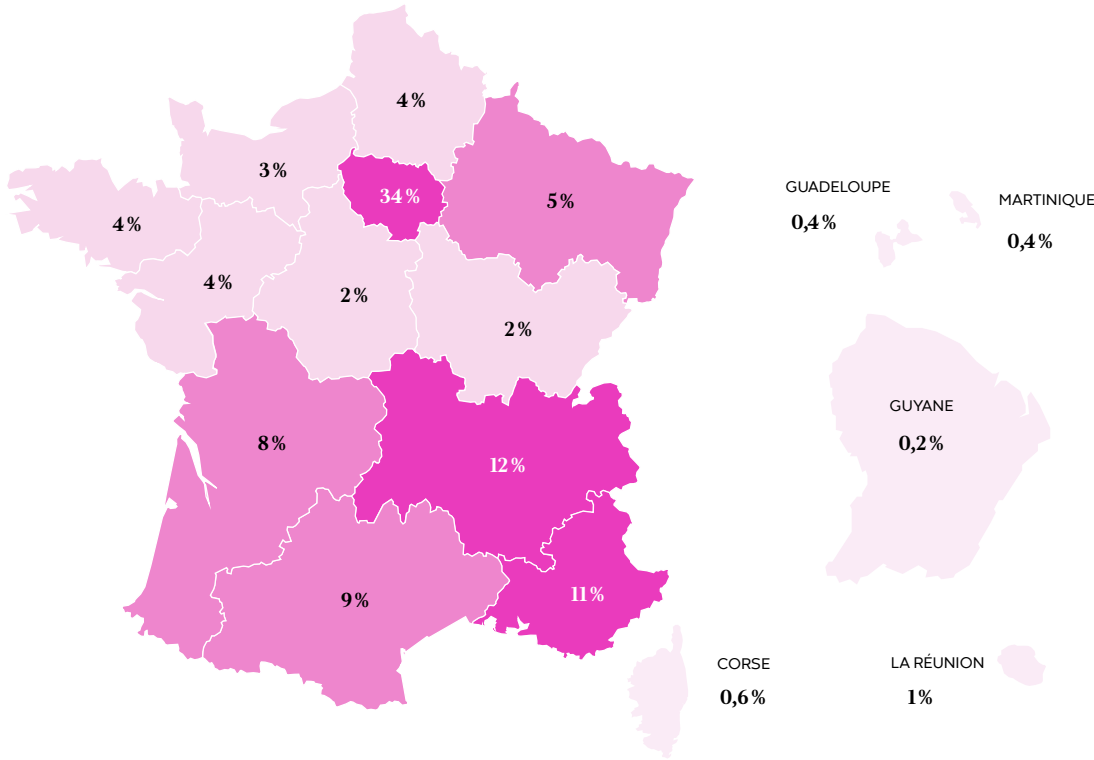
Répartition des salariés de la branche de l'immobilier en fonction de l'activité



Source : Panorama de la branche Opco EP, 2023.

Trois régions concentrent près de 60 % des salariés de la branche de l'immobilier : la région Île-de-France regroupe à elle seule plus du tiers des salariés de la branche, suivie de la région Auvergne-Rhône-Alpes (12 %) et de Provence-Alpes-Côte d'Azur (11 %).

Répartition géographique des salariés de la branche de l'immobilier

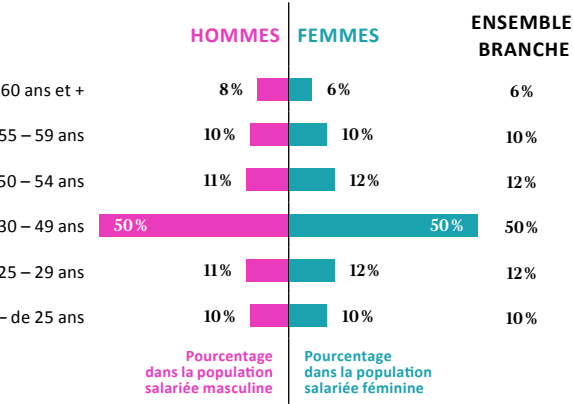


La branche de l'immobilier emploie près de 15 000 alternants (soit 9 % de tous les contrats en alternance au sein des entreprises des branches rattachées à Opco EP). La branche de l'immobilier a connu une baisse de 9 % du nombre de contrats en alternance entre 2023 et 2024, en rupture avec la dynamique de progression observée entre 2020 et 2023. Un alternant sur quatre prépare le BTS professions immobilières.

La branche de l'immobilier est particulièrement féminisée. En effet, en 2023, on dénombre 62 % de femmes au sein de la branche contre 49 % dans l'ensemble des branches professionnelles relevant du champ Opco EP. Par ailleurs, 28 % des salariés de la branche de l'immobilier ont plus de 50 ans, une part similaire à celle de l'ensemble des branches. La répartition en fonction des tranches d'âge est assez similaire quel que soit le genre. La moitié des salariés (50 %) ont entre 30 et 49 ans.

Les entreprises de la branche de l'immobilier ont principalement recours à des contrats à temps complet (près de 90 % des salariés à temps complet). Les contrats de travail visent la stabilité puisque les CDI sont majoritairement utilisés dans la branche : ils représentent près de 9 contrats sur 10 (86 %). Cette répartition est similaire à la moyenne des activités des commerces et services pour les entreprises.

Répartition des salariés de la branche de l'immobilier en fonction de l'âge et du genre



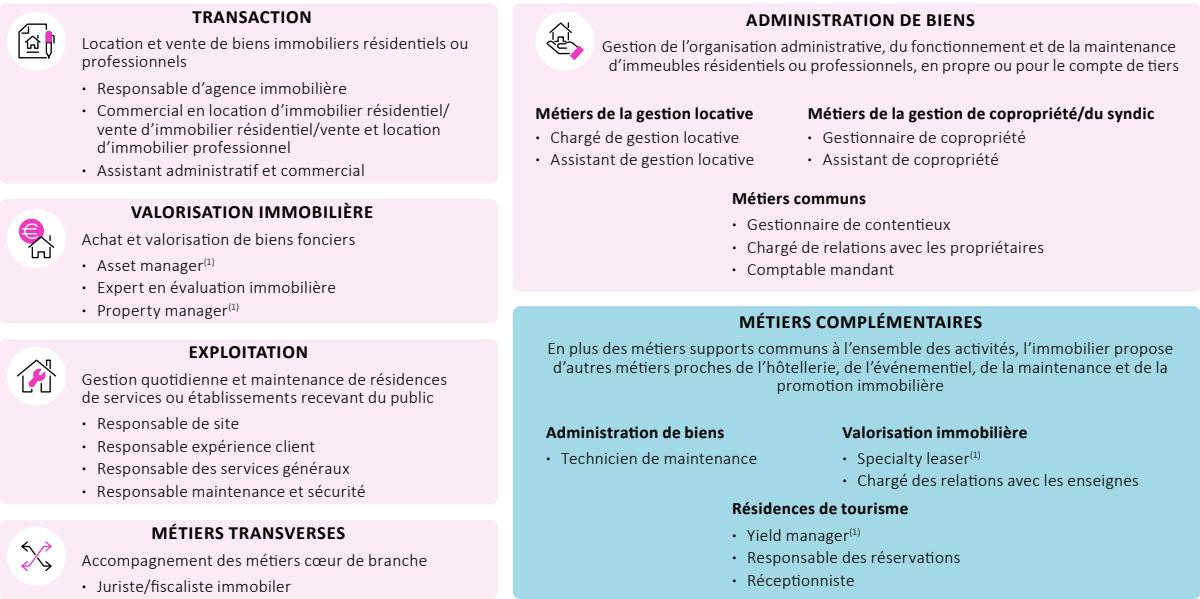
Source : Panorama de la branche, Opco EP, 2023.

2

Les métiers

2.1 Les métiers de la branche de l'immobilier

Cartographie des métiers
18 métiers cœur et 5 métiers complémentaires



Source : Cartographie des métiers de l'immobilier, Opco EP 2020.

La branche de l'immobilier compte **quatre familles de métiers** intégrant les métiers **cœur de branche**, à savoir les métiers les plus typiques de la branche.

- **La transaction** incluant les métiers de la location et la vente de biens immobiliers ;
- **L'administration de biens** englobant les métiers des activités de gestion locative ou de copropriétés ;
- **La valorisation immobilière** couvrant les métiers de l'achat et la valorisation de biens fonciers ;

• **L'exploitation** consistant à gérer quotidiennement et à entretenir des résidences de services ou des établissements recevant du public.

Le métier de juriste/fiscaliste immobilier est **transverse** à toutes les activités ; il accompagne les métiers cœur de branche. En complément des métiers supports, qui sont communs à l'ensemble des activités, l'immobilier propose d'autres métiers proches de l'hôtellerie, de l'événementiel, de la maintenance et de la promotion immobilière (voir « métiers complémentaires » ci-dessus).

2.2 La dynamique du marché de l'emploi

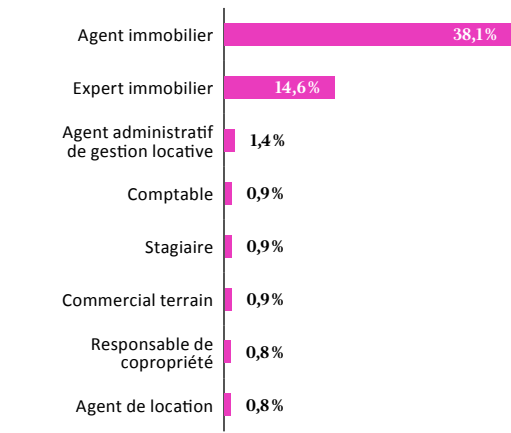
L'analyse des offres d'emploi publiées ces deux dernières années par les entreprises de l'immobilier met en lumière la **recherche de candidats essentiellement à temps complet** pour la majorité des emplois (près de 93 %) et en CDI (56 % des annonces d'emploi alors que **86 % des contrats dans la branche sont des CDI**), mais également de profils freelances (21 %) ainsi que des CDD (13 %). Par rapport à la proportion de freelances présents effectivement dans la branche de l'immobilier, la part de profils freelances recherchés dans les offres d'emploi est particulièrement importante (ils représentent moins de 1 % des profils dans la branche).

Le métier **d'agent immobilier** est le plus recherché au sein des annonces publiées (près de **40 % des annonces d'emploi**) avec une terminologie cependant variable selon les annonces : agent commercial en immobilier, conseiller immobilier, agent immobilier...

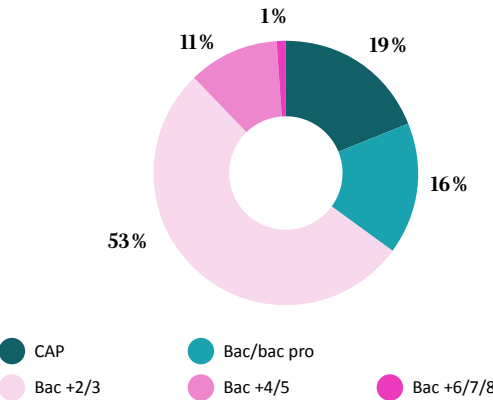
Une myriade d'autres métiers sont également recherchés au sein des entreprises de la branche de l'immobilier au-delà des principaux métiers représentés sur le schéma ci-dessous, mais dans des proportions beaucoup plus faibles : chargé de recouvrement, négociateur transaction particuliers, gestionnaire relation client, gestionnaire de biens immobiliers ou encore assistant de gestion.

Par ailleurs, les annonces sont publiées dans près de 98 % des cas sur des sites d'emploi type Indeed, Hellowork ou Meteojob.

Principaux métiers recherchés par les entreprises de la branche de l'immobilier



Niveau de formation recherché par les entreprises de la branche de l'immobilier



Source : Jobfeed, extraction entre le 16/06/2023 et le 16/06/2025, retraitements Katalyse.

La majorité des offres d'emploi ne spécifient pas le niveau de diplôme requis. Parmi les annonces qui l'indiquent, un profil sur deux recherchés est **un candidat de niveau bac +2 ou bac +3**.

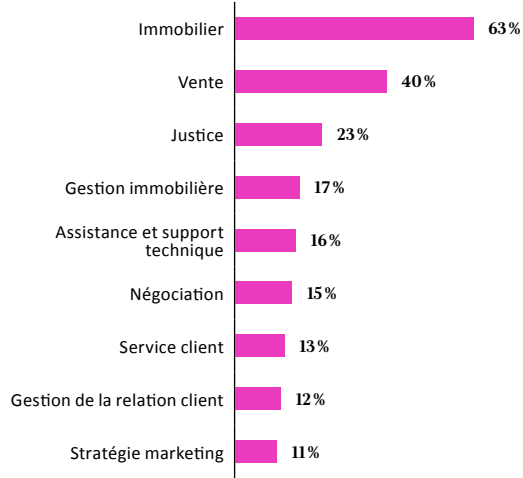
Quelques annonces d'emploi (moins de 0,1 %) sont **en lien direct avec les thématiques de la transition numérique**, puisque certains établissements cherchent des chefs de projets SI, SIRH, IT, informatique, logiciel ou digital. Aucune annonce d'emploi n'est spécifiquement liée à l'intelligence artificielle : certaines annonces mentionnent cependant la technologie en évoquant les « projets de transformation numérique ».

(1) Description des métiers figurant dans le glossaire, à retrouver dans l'étude complète disponible en ligne sur le site opcoep.fr.

Les compétences professionnelles les plus recherchées sont la **connaissance du secteur de l'immobilier** (connaissance des marchés, de la réglementation...), la **capacité à vendre, à négocier et à gérer la relation client** : en somme, des compétences commerciales. La **maîtrise des aspects juridiques**, à savoir le droit immobilier concernant les contrats et les relations juridiques entre bailleurs et locataires, entre copropriétaires, entre acheteurs et vendeurs, etc., est aussi attendue.

« Nous attendons dorénavant la maîtrise des outils comme GPT ou Mistral (LLM)⁽¹⁾ pour gagner en efficacité. »

Classement des compétences professionnelles les plus demandées dans les offres d'emploi par les entreprises de la branche de l'immobilier



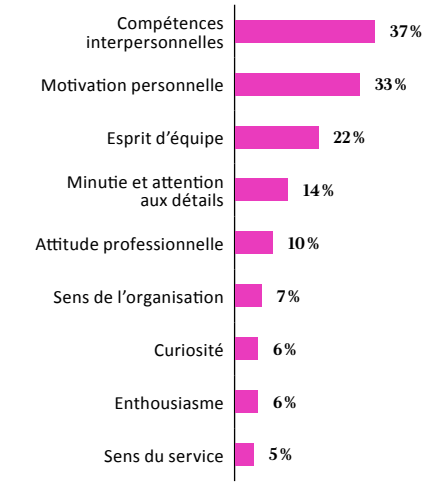
Source : Jobfeed, extraction entre le 16/06/2023 et le 16/06/2025.

Les compétences humaines les plus valorisées sont les **compétences interpersonnelles** (capacité à interagir efficacement avec les interlocuteurs), la motivation personnelle, ainsi que l'esprit d'équipe : les entreprises de la branche de l'immobilier cherchent de plus en plus des personnalités dotées de ces qualités.

La majorité des annonces d'emploi spécifient également la recherche de **compétences informatiques**, telles que les dispositifs de signature électronique, la prise en main au quotidien d'une boîte de messagerie, la maîtrise de la suite Office (Excel, Word, PowerPoint), voire la capacité à utiliser des bases de données. La réalisation ponctuelle de visioconférences est également indiquée dans un grand nombre d'annonces.

« Lors des recrutements, on s'assure dorénavant que le candidat dispose de connaissances numériques et sache au minimum manier les outils du quotidien : mails, Word, PowerPoint, Excel, Teams... »

Classement des savoir-être les plus demandés dans les offres d'emploi par les entreprises de la branche de l'immobilier



Source : Jobfeed, extraction entre le 16/06/2023 et le 16/06/2025, retraitements Katalyse.

3

Les impacts sur les entreprises

3.1 Les enjeux liés à la transition numérique

Digitalisation des processus

L'intégration des outils numériques au sein des processus métiers figure parmi les grands enjeux de la transition numérique. La gestion des documents contractuels, par exemple, est en pleine mutation grâce à l'automatisation et à l'intelligence artificielle. Les technologies d'IA générative notamment permettent de standardiser et de fluidifier des tâches autrefois chronophages et sujettes aux erreurs humaines. La création, la signature et le suivi des documents peuvent désormais être réalisés de manière entièrement numérique (par exemple avec des solutions comme DocuSign), réduisant ainsi les délais et les coûts associés. Cette digitalisation est particulièrement prégnante dans l'activité de transaction immobilière, où l'automatisation des tâches administratives permet un gain de temps et d'efficacité significatif. Par ailleurs, les outils numériques permettent également aux activités de syndics de copropriété de dématérialiser la transmission de documents (factures, appels de charges...).

Cependant, cette transformation ne se limite pas à l'optimisation des processus existants. Elle ouvre également la voie à de nouvelles pratiques, telle que l'utilisation de plateformes collaboratives et de solutions cloud souveraines (respectant la réglementation

européenne comme l'IA Act⁽¹⁾) pour le stockage et le partage des documents. Ces innovations favorisent une meilleure coordination entre les différents acteurs impliqués dans une transaction immobilière, qu'il s'agisse des agents, des notaires ou des clients.

« La digitalisation des processus est dorénavant bien réalisée et intégrée. L'étape suivante serait de tout connecter ensemble pour accélérer les partage/transfert de données et automatiser idéalement le processus d'entrée d'un nouveau mandat : rédaction puis publication des annonces, présélection des dossiers clients puis programmation d'une visite dans le calendrier. »

Analyse des données et personnalisation de l'offre

L'exploitation des données clients, facilitée par l'intelligence artificielle, constitue un autre levier majeur de la transition numérique. En analysant les données collectées, les entreprises peuvent identifier des tendances du marché et des préférences spécifiques des clients. Cette capacité à extraire des informations précieuses à partir des données permet de personnaliser les offres immobilières, répondant ainsi plus précisément aux attentes des clients. Des algorithmes de classification peuvent par exemple être utilisés pour recommander des biens immobiliers en fonction des critères de recherche des clients, ou pour anticiper les évolutions du marché.

Cette personnalisation accrue de l'offre immobilière est un atout concurrentiel majeur dans un secteur où la satisfaction client est primordiale. Elle permet non seulement de fidéliser la clientèle existante, mais aussi d'attirer de nouveaux clients en leur proposant des solutions sur mesure. Cependant, cette approche nécessite une maîtrise technique avancée des outils d'analyse de données, ainsi qu'une capacité à interpréter les résultats de manière pertinente.

(1) GPT est un chatbot conversationnel d'Open AI, fondé sur l'intelligence artificielle générative. Mistral AI est une entreprise française qui a conçu le chatbot d'IA générative Le Chat. LLM signifie « arge Language Model », il s'agit d'un type de programme d'IA capable, entre autres, de reconnaître et de générer du texte.

(1) Le règlement sur l'intelligence artificielle est un règlement européen qui introduit un cadre réglementaire et juridique commun pour l'intelligence artificielle au sein de l'Union européenne.

Nouveaux services et optimisation de l'expérience client

La transition numérique permet également de proposer de nouveaux services innovants, tels que **les visites virtuelles, les images aériennes de biens avec l'utilisation de drones, les estimations de biens en ligne ou l'utilisation de chatbots omnicanaux** (Whats-App, Telegram...) pour répondre aux questions des clients. Ces innovations optimisent l'expérience client en offrant des solutions plus rapides, plus accessibles et plus interactives. Les visites virtuelles permettent par exemple aux clients de découvrir un bien immobilier sans avoir à se déplacer physiquement, ce qui peut être particulièrement utile pour les clients éloignés géographiquement ou ayant des contraintes de temps.

Cependant, il est crucial de **préserver la relation humaine**, essentielle dans les métiers de l'immobilier, afin de maintenir la confiance et la satisfaction des clients. La technologie doit être vue comme un complément aux interactions humaines, et non comme un substitut. Ces éléments sont illustrés par les compétences comportementales mises en avant dans l'analyse des annonces d'emploi

(cf. page 28). Au sein des activités d'administration de biens ou des syndics de copropriété, les interactions humaines restent par exemple nécessaires pour accompagner les clients, répondre à leurs besoins spécifiques, gérer leurs émotions ou encore satisfaire des exigences réglementaires.

« Sur nos activités de transaction et administration de biens, nous travaillons à l'implémentation d'une l'IA pour la gestion des mails quotidiens avec des chatbots qui fournissent des réponses adaptées aux questions récurrentes. »



Marketing et vente



La **présence sur les réseaux sociaux** devient indispensable pour assurer la visibilité des entreprises de la branche de l'immobilier. De nouveaux métiers, tels que celui de community manager, émergent pour gérer cette présence en ligne. **L'intelligence artificielle** est également utilisée pour la prospection clients et l'optimisation des leads avec la mise en place d'algorithmes de ciblage causal permettant notamment une meilleure compréhension des clients et de leurs attentes. Par exemple, des outils d'analyse prédictive peuvent être utilisés pour identifier les prospects les plus susceptibles d'être convertis en leads, ou pour personnaliser les campagnes marketing en fonction des préférences des clients. Cette évolution du marketing et de la vente dans le secteur de l'immobilier nécessite une adaptation des compétences des professionnels. Les actifs en charge des métiers commerciaux doivent désormais maîtriser non seulement les aspects traditionnels de leur métier, mais aussi les outils numériques (dont l'utilisation des **outils d'IA générative** comme GPT) et les techniques de marketing digital. Cette

polyvalence est essentielle pour répondre aux nouvelles attentes des clients et pour se démarquer dans un marché de plus en plus concurrentiel.

« Il ne nous semble pas possible à ce stade d'utiliser l'IA pour toutes les activités liées aux logements sociaux, car les données sociales sont extrêmement confidentielles et ne peuvent pas être réutilisées sans le consentement des intéressés. »



Sécurisation des données

Avec la digitalisation croissante, la **sécurisation des données personnelles des clients et des documents contractuels** devient une priorité. Les entreprises doivent se conformer aux normes et réglementations en matière de RGPD. Cependant, la sécurisation des données ne se limite pas à l'adoption de nouvelles technologies. Elle nécessite également une sensibilisation accrue des employés aux enjeux de la cybersécurité, ainsi que la mise en place de

protocoles de sécurité rigoureux. Les entreprises, quelle que soit leur activité, doivent investir dans la formation de leurs employés pour les préparer à faire face aux défis de la cybersécurité et pour les sensibiliser aux bonnes pratiques en matière de protection des données.

Ressources humaines

La transition numérique a permis l'optimisation des processus RH traditionnels, en introduisant de **nouvelles façons de gérer le capital humain** au sein des organisations grâce à l'automatisation des processus administratifs répétitifs dans des SIRH (gestion des congés, paie, suivi des présences...) ou encore au développement de plateformes d'apprentissage en ligne, permettant ainsi aux RRH de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée: stratégie de développement des talents, amélioration de l'expérience employé... Certaines entreprises de la branche de l'immobilier utilisent des **outils d'IA** dans les process de recrutement afin d'**analyser des CV et de pré-identifier les candidats** les plus pertinents en fonction des critères de sélection définis par la société.

« Dans nos services RH, il sera aussi possible de mobiliser l'intelligence artificielle pour l'analyse de signaux faibles dans les entretiens de recrutement. »



Juridique

Les activités juridiques tiennent une place importante dans les entreprises de la branche de l'immobilier (contractualisation) et sont également au cœur des transitions numériques. La transition numérique impacte les process juridiques au sein des entreprises en les automatisant du fait, notamment, de la récurrence des contrats. Les entreprises de la branche de l'immobilier com-

mentent également à utiliser **l'intelligence artificielle** pour la rédaction de courriers juridiques, l'optimisation des premières étapes transactionnelles, le contrôle d'informations juridiques... Certaines entreprises font également appel à des outils d'intelligence artificielle juridiques spécialisés dans l'immobilier, plus réactifs et moins coûteux que les hotlines utilisées auparavant.



Adaptation des compétences et des métiers

La transition numérique nécessite une adaptation des compétences et des métiers au sein de la branche de l'immobilier. Les professionnels doivent désormais maîtriser non seulement les aspects traditionnels de leur métier, mais aussi les outils numériques et les technologies émergentes. Cette adaptation passe par la **formation continue**, permettant aux employés d'acquérir de nouvelles compétences et de se familiariser avec les outils numériques.

Les entreprises doivent également **repenser leur stratégie de recrutement** pour attirer des profils possédant les compétences numériques nécessaires. Cela peut impliquer de revoir les critères de sélection, de proposer des formations internes ou de collaborer avec des établissements pour développer des programmes de formation adaptés aux besoins du secteur.

En conclusion, la transition numérique (dont l'intelligence artificielle) dans la branche de l'immobilier offre de **nombreuses opportunités** pour améliorer l'efficacité, personnaliser les services et optimiser l'expérience client. Cependant, elle nécessite également une **adaptation des compétences et des métiers**, ainsi qu'une vigilance accrue en matière de sécurisation des données. Les entreprises qui sauront tirer parti de ces évolutions tout en préservant la relation humaine au cœur de leur activité seront celles qui réussiront à se démarquer dans ce nouvel environnement numérique.

« De plus en plus d'entreprises voient dans le numérique une opportunité et s'y mettent; à l'inverse pour celles qui ne s'y mettent pas, il y a un risque de pérennité. »

Acteur expert de la branche de l'immobilier et du sujet

« Lorsque l'on évoque la transformation digitale d'une entreprise, nous avons souvent l'impression d'être face à l'Everest. En réalité, c'est une excellente occasion d'analyser et d'optimiser l'ensemble de sa chaîne de valeur. »

Alain Duffoux, Le journal de l'agence, 2016

3.2 Les impacts sur la stratégie et le modèle d'affaires

L'intégration des outils numériques et de l'intelligence artificielle impacte l'ensemble des entreprises de la branche de l'immobilier. 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.

Des franchiseurs et des groupes qui semblent plus organisés



Les stratégies liées à l'intégration des outils sont différentes selon les modèles d'affaires. Si la plupart des établissements, notamment les indépendants, formalisent peu leur stratégie numérique à l'heure actuelle, **les groupes et franchisés ont une approche plus structurée**.

D'une part, l'établissement franchisé suit l'impulsion donnée par le franchiseur, notamment concernant les outils fournis. Ainsi, 89% des franchisés interrogés lors de l'enquête en ligne utilisent les outils numériques du franchiseur, en particulier pour la production de documents contractuels, la valorisation de l'agence et la gestion de la relation client.

D'autre part, les groupes ont déjà formalisé ou sont en cours de formalisation du sujet à travers la mise en place de stratégies dédiées afin de déployer les outils, **notamment sur l'intelligence artificielle** et/ou *via* des filiales de développement spécialisées dans la conception d'outils. De plus, des enseignes peuvent également s'appuyer sur des services transverses ou des sujets transverses, notamment liés au numérique et à l'intelligence artificielle.

Des initiatives encore peu formalisées



Par ailleurs, quelle que soit la taille de l'établissement ou son modèle d'affaires, le phénomène de «**shadow IT**» apparaît (commun à l'ensemble des secteurs et des métiers). Il s'agit d'initiatives individuelles prises par les salariés, notamment sur les **outils d'IA** (ChatGPT, Perplexity, Mistral...) sans que les pratiques soient formalisées de manière claire par l'entreprise : rédaction de mails, traductions de supports... Ces pratiques soulèvent des problématiques quant à la sécurisation des données internes (ex. : fuite de données clients en utilisant **l'IA générative**) mais également sur la prise de recul quant aux résultats fournis par l'IA (quid de la prise de hauteur des salariés et des vérifications effectuées), ainsi que sur l'homogénéité des pratiques et leur maîtrise. Il y a donc

un enjeu quant à la définition d'une ligne directrice et la maîtrise de la qualité (en entreprise).

La posture des établissements est plutôt attentiste vis-à-vis des outils à disposition tout en étant ouverts aux tests sur des cas d'usage propres aux métiers de la branche de l'immobilier. À court terme, l'impact sur la stratégie dépend de la manière d'y intégrer les outils et d'anticiper les investissements nécessaires. La vision long terme est encore floue du fait de la rapidité d'évolution des technologies et de la disponibilité des outils dédiés aux métiers de la branche de l'immobilier.

Peu de disruption dans les modèles d'affaires des entreprises

Néanmoins, le numérique et l'intelligence artificielle transforment peu les modèles d'affaires (proposition de valeur, canaux de distribution, revenus, activités, partenariats...) des établissements de la branche de l'immobilier. Le cœur d'activité et du métier des établissements connaît peu d'évolutions. Malgré les outils numériques, **le contact humain et la relation client physique restent centraux**, par exemple pour des activités de syndics pour la réalisation des assemblées générales, le contact commercial dans la transaction ou encore pour les activités de foncières qui gèrent des implantations physiques.

Cependant, le déploiement des outils couplé au contexte économique actuel pousse les établissements à proposer de nouveaux services aux clients, notamment sur des sujets liés à la rénovation auprès des clients bailleurs dans le domaine de la gestion locative.

Le modèle des agences 100% en ligne prend également de l'ampleur.

L'essor de la Proptech

Née de la contraction des termes «**property**» et «**technology**», la Proptech est en plein essor depuis 2018 et désigne l'utilisation de nouvelles technologies dans le secteur de l'immobilier. Ce phénomène touche l'ensemble des activités de l'immobilier (la gestion locative, la transaction, l'administration de biens, les foncières...) et se traduit par des innovations en matière de visites virtuelles, la modélisation 3D, la signature électronique, l'utilisation de la

réalité virtuelle, les applications de smartbuilding (intégration de l'IoT)... **L'intelligence artificielle** contribue également au développement du secteur, en particulier pour optimiser et personnaliser l'expérience utilisateur (recherches facilitées, offres adaptées...). Ce phénomène se fédère autour d'événements et du mouvement la «**French Proptech**» afin de promouvoir les technologies et favoriser l'innovation.



L'intelligence artificielle

L'intelligence artificielle reste aujourd'hui un levier marginal pour la plupart des entreprises de la branche de l'immobilier, sans véritable impact sur leur stratégie ou leur modèle d'affaires. Pourtant, son influence devrait s'amplifier à moyen terme, à mesure que les organisations se structurent et intègrent la technologie. Dès maintenant, certaines sociétés pionnières en font un **pilier stratégique**, anticipant ainsi les transformations à venir.

«**C'est un élément essentiel qui va arriver dans nos vies professionnelles, c'est une aide pour les professionnels et un meilleur service pour le client à la fin.**»

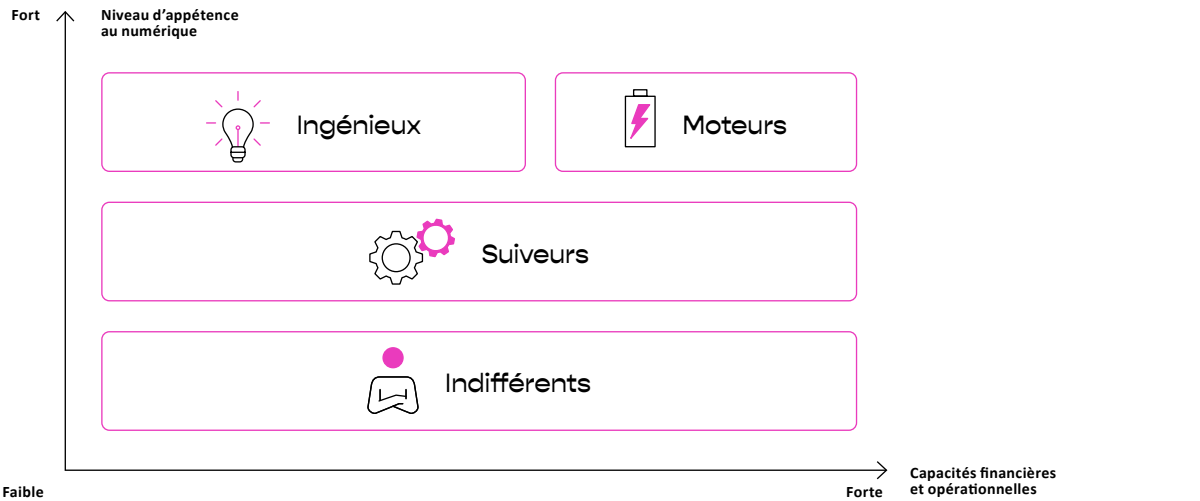
Intervention du Président du SNPI
au Salon RENT 2025 par les Ondes de l'Immo



3.3 La typologie des entreprises vis-à-vis des transitions numériques

Deux critères ont été identifiés afin de mettre en évidence la posture des entreprises face aux enjeux des transitions numériques et de l'intelligence artificielle :

- **le niveau d'appétence au numérique**, traduisant la conviction des entreprises vis-à-vis 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...).



Les ingénieux

- Critères
- Entreprises engagées sur les enjeux des transitions numériques et de l'intelligence artificielle
 - Des moyens financiers et opérationnels limités



Caractéristiques

Des indépendants, des groupes et des franchiseurs de petite à moyenne taille ayant une **conviction forte** quant à l'intérêt du numérique et de l'intelligence artificielle pour le développement de leur entreprise. Néanmoins, des **moyens financiers et opérationnels limités** peuvent freiner le déploiement et la mise en œuvre

Les moteurs

- Critères
- Entreprises fortement engagées sur les enjeux des transitions numériques et de l'intelligence artificielle
 - Des moyens financiers et opérationnels importants



Caractéristiques

Des entreprises majoritairement de taille importante: indépendants, groupes et franchiseurs. Comme pour les «ingénieux», ils ont une **conviction forte** vis-à-vis du déploiement des outils numériques et de l'intelligence artificielle. Ils ont également l'ambition de formaliser une **stratégie dédiée** aux enjeux numériques dans

d'une stratégie numérique d'ampleur au sein de ces entreprises. Celles-ci font des tests et trouvent des solutions en faisant preuve d'innovation et d'inventivité afin d'adapter les outils avec les moyens disponibles. Des moyens plus importants leur permettraient d'aller plus loin et de devenir des entreprises motrices de la transition. Par ailleurs, ces entreprises s'intéressent à l'IA en utilisant les solutions existantes (dont **PIA générative**, par exemple ChatGPT, Mistral ou Perplexity...) et en faisant un peu de codage (de manière réduite). À l'heure actuelle, il s'agit des prémices et les impacts sont encore relativement limités.

leur ensemble, voire de développer en interne des outils dédiés à leur activité (via des filiales spécialisées pour certaines entreprises), grâce à des moyens importants pour investir et déployer les outils. Leur stratégie numérique constitue une opportunité et est considérée comme un facteur clé de leur pérennité et de leur succès. Concernant **PIA**, ces entreprises développent ou acquièrent des outils (y compris pour les filiales et enseignes) et ont généralement une stratégie ou du moins des projets en cours. Elles ont les moyens de déployer des solutions et dans certains cas, elles possèdent des **équipes numérique/IA** dédiées. Le sujet de l'encadrement des usages et de la protection des données est également anticipé.

Les suiveurs

- Critères
- Entreprises qui perçoivent le numérique comme une opportunité pour elles et ayant une appétence moyenne pour le sujet
 - Des moyens financiers et opérationnels variables



Caractéristiques

Il s'agit d'entreprises ayant un modèle d'indépendant, de franchise et d'enseigne de groupe, et ayant une **position plutôt attentiste** vis-à-vis des outils numériques et d'intelligence artificielle disponibles sur le marché. Les dirigeants de ces entreprises cherchent à béné-

ficier des opportunités induites par le numérique et l'intelligence artificielle sur des sujets assez diversifiés. L'utilisation de **PIA** est, quant à elle, conditionnée par la maturité des outils et une preuve de concept. Les enseignes de groupes et les franchises suivent la stratégie des groupes et franchiseurs et peuvent utiliser les outils développés. L'enquête en ligne conduite auprès des entreprises montre que 89% des franchisés interrogés utilisent les outils de leur franchiseur. En fonction des moyens de l'entreprise et de l'évolution de l'appétence du dirigeant par la preuve des bénéfices des outils, l'entreprise pourrait se diriger vers un profil ingénieux ou moteur.

Les indifférents

- Critères
- Entreprises peu sensibles aux transitions numériques et de l'intelligence artificielle, voire réticentes à la transition
 - Des moyens financiers et opérationnels variables



Caractéristiques

Des entreprises qui ne souhaitent pas mobiliser des outils numériques et l'intelligence artificielle, quel que soit leur modèle d'affaires, par **manque d'intérêt pour le sujet ou de volonté de déployer les outils**. Les entreprises sont également sceptiques,

voire craignent **PIA**, notamment sur la question de la perte des données. Pour les franchisés, il s'agit d'entreprises qui ne mobilisent pas les outils mis à disposition (11% des franchisés interrogés lors de l'enquête en ligne n'utilisent pas les outils du franchiseur). Cependant, sans prise de conscience et une évolution vers un profil suiveur (évolution de l'appétence au numérique et des moyens mis en œuvre), **la pérennité de ces entreprises pourrait être remise en question à moyen terme**.

4

Les usages du numérique

4.1 Les usages les plus répandus actuellement

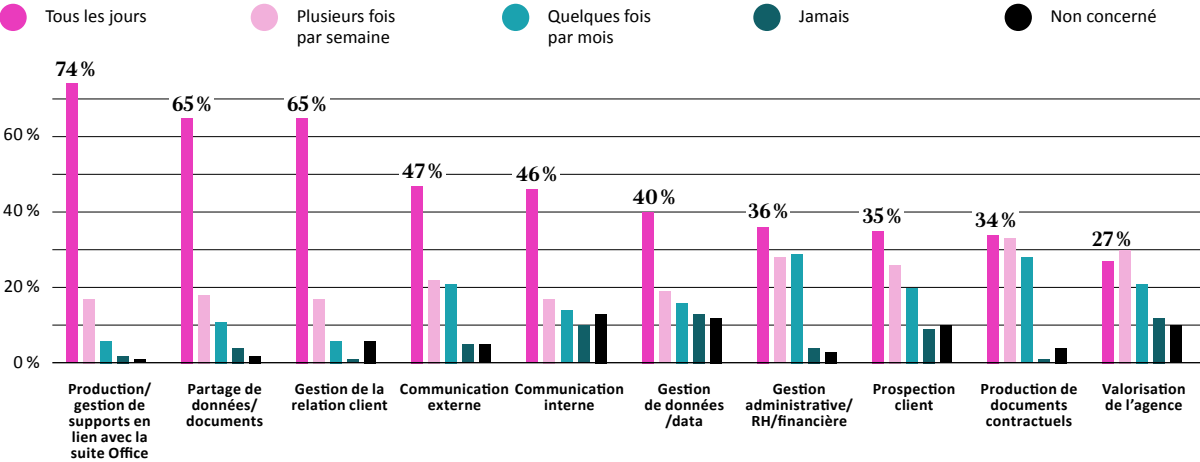
Une majorité des entreprises de la branche de l'immobilier utilisent quotidiennement les outils de la suite Office (création et modification de documents, préparation des présentations...): **74% des répondants à l'enquête en ligne ont une utilisation journalière de ces outils**. De plus, les salariés partagent régulièrement des données et des documents avec leurs collègues et partenaires, favorisant ainsi une collaboration efficace et une gestion centralisée des informations. Ils gèrent la relation client de manière virtuelle, utilisant des outils de communication en ligne pour interagir avec les clients, répondre à leurs demandes et assurer un suivi personnalisé. Au regard des utilisations faites par les entreprises de la branche de l'immobilier, **le secteur se positionne dans la moyenne des autres secteurs relevant du champ Opco EP**.

À l'inverse, les pratiques numériques les moins fréquentes à ce jour (part importante de répondants ayant répondu «jamais») sont la **valorisation de l'agence via un site internet dédié ou les réseaux sociaux (+ 20 % des répondants ayant répondu «jamais» ou «non concernés»)**, ainsi que la production de documents contractuels via des outils numériques, bien que ces technologies puissent grandement faciliter la gestion et le suivi des contrats. La prospection client ainsi que la gestion administrative/RH/financière semblent également pratiquées de manière plus marginale avec les outils numériques.

En complément, les entreprises de la branche de l'immobilier se saisissent fréquemment d'**outils de graphisme intuitifs et accessibles**, tel que Canva, pour concevoir une variété de supports de communication visuelle comme des flyers. Ces outils leur permettent de créer des designs attrayants et personnalisés en interne, sans avoir besoin de compétences techniques avancées. Elles font donc moins souvent appel à des agences de communication et des graphistes externalisés.

« Nous travaillons avec de multiples fournisseurs, mais aucune de nos données ne se recoupent, nous avons des bases de données silotées, c'est dommage. »

Quelles sont aujourd'hui vos pratiques numériques (hors IA) ?



Source : Enquête en ligne, 163 répondants.

Les usages numériques sont assez similaires quelle que soit l'activité des entreprises de la branche de l'immobilier. Néanmoins, quelques particularités peuvent être pointées.



Focus sur l'exploitation touristique

Activité de la branche de l'immobilier particulièrement habituée à manier les outils de communication afin de relayer sur le site internet et les réseaux sociaux les actualités et éventuelles promotions saisonnières dans un objectif de gain de visibilité.



Focus sur les syndics de copropriété

Activité confrontée à l'obligation de fournir un espace client digital depuis plusieurs années afin de permettre l'accès aux informations essentielles aux usagers : dématérialisation des documents et flux bien appréhendé (loi ALUR de 2014).

Les familles de métiers les plus touchées par l'utilisation des outils numériques sont celles liées à la **transaction** (responsable d'agence immobilière, commercial, assistant administratif et commercial) et à l'**administration de biens** (gestionnaire/assistant de gestion locative/de copropriété, comptable, etc.) sur l'ensemble des pratiques numériques. Notons toutefois que toutes les familles de métiers sont impactées par le numérique, tout particulièrement les métiers transverses/complémentaires ou supports qui réalisent de nombreuses tâches administratives (suivis variés nécessitant une utilisation quotidienne des outils numériques, généralisation progressive de la facture électronique...).

« Nous avons changé il y a quelques années l'ensemble des logiciels ERP/CRM/comptables sur lesquels travaillaient tous nos salariés. Ça a été un gros chamboulement qui a demandé un temps d'assimilation et d'adaptation des nouveaux processus, mais l'efficacité gagnée en vaut la peine. »



La majeure partie des outils décrits précédemment, à savoir la production de supports à l'aide d'outils de la suite Office et le partage de documents ou de données, semblent être maîtrisés (niveau intermédiaire à avancé) par les entreprises de la branche de l'immobilier, selon les résultats de l'enquête en ligne. Les outils potentiellement moins maîtrisés sont liés aux usages moins fréquents mentionnés ci-dessus : les techniques de valorisation des agences avec la gestion d'un site internet ou la diffusion de conte-

nus sur les réseaux sociaux. Le traitement et la gestion de données semblent également moins usités par une partie des répondants. Enfin, la communication interne ne concerne pas l'ensemble des petites structures comptant pas ou très peu de salariés.

Les entretiens qualitatifs réalisés mettent cependant en lumière de fortes disparités entre les salariés au sein des entreprises de la branche de l'immobilier.

Focus sur les usages de l'IA les plus répandus actuellement

Si les utilisations des outils numériques s'avèrent s'être généralisées sur de nombreuses pratiques, il n'en est pas de même pour **l'usage de l'IA, qui est aujourd'hui plus informel**, puisque son utilisation n'est pas expressément cadrée dans la majorité des entreprises de la branche de l'immobilier (chartes d'utilisation en cours d'élaboration dans les organisations les plus structurées).

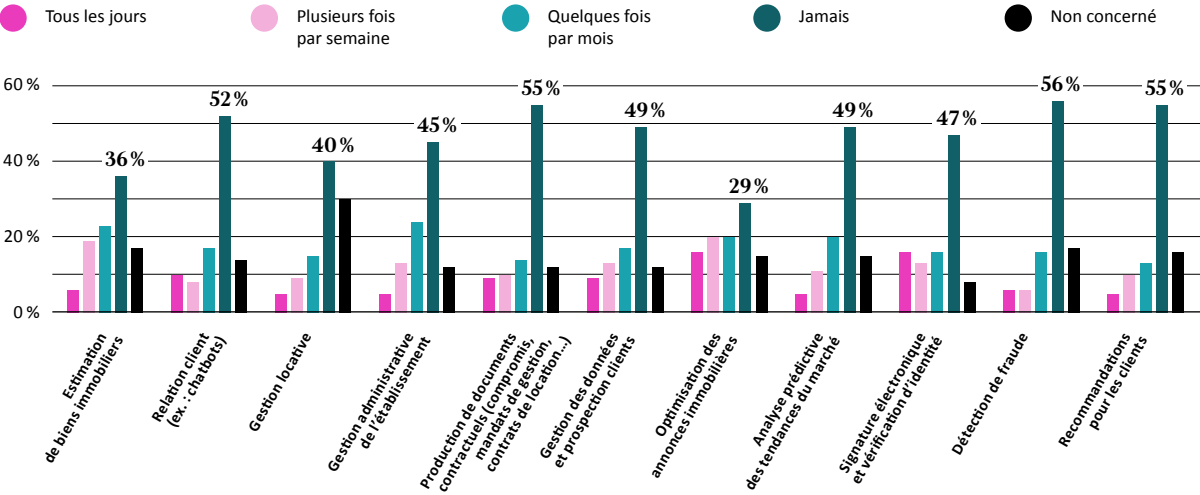
Les usages les plus développés incluent notamment **le soutien à la rédaction de mails ou d'annonces**. Ces outils permettent d'améliorer la productivité en suggérant des formulations, en corrigeant les erreurs grammaticales et en optimisant le ton du message pour qu'il soit plus efficace et professionnel. L'utilisation d'un assistant de prise de notes automatique se généralise de plus en plus, particulièrement dans les activités de transaction immobilière à l'issue des rendez-vous commerciaux afin de générer des comptes-rendus rapidement. Ces outils constituent une aide précieuse, mais les compétences des salariés demeurent essentielles dans la correction

des premières versions générées par l'IA. Sur ce dernier aspect, il existe un enjeu majeur car au-delà de la simple relecture, il existe une nécessaire prise de hauteur afin de vérifier les données fournies par l'outil d'IA. Il importe **d'acculturer, voire de former les salariés** sur le traitement des résultats.



Les résultats de l'enquête en ligne soulignent le caractère récent des usages actuels de l'IA puisque la majorité des activités réalisées aujourd'hui ne sont pas nécessairement réalisées à l'aide d'outils dotés d'une IA. Parmi les usages les plus fréquents, notons l'estimation de biens immobiliers, l'optimisation des annonces immobilières qui sont d'ores et déjà réalisées ou encore la signature électronique et la vérification d'identité. Notons également (cf. schéma ci-dessous) qu'il y a peu voire pas du tout d'utilisation de l'IA sur l'ensemble des activités par une majorité des entreprises interrogées dans le cadre de l'enquête en ligne contrairement aux usages plus globaux du numérique (hors IA).

Pour les activités suivantes, utilisez-vous des outils d'intelligence artificielle ?



Source : Enquête en ligne, 163 répondants.

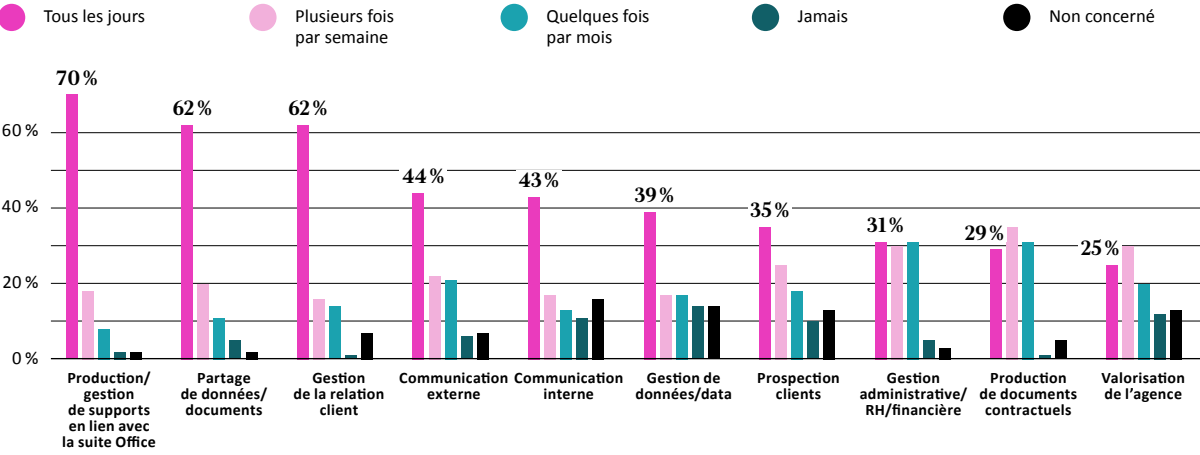
Les entreprises de la branche de l'immobilier ont déjà commencé à chiffrer les impacts financiers, à savoir les investissements ainsi que les charges (dépenses d'abonnement, par exemple) dans les outils d'IA afin de se projeter, d'évaluer les alternatives, de prendre des décisions éclairées et d'inscrire les coûts de ces transformations dans leurs prochaines stratégies.

« Aujourd'hui, chaque solution, c'est environ 20 € par mois et par collaborateur : assistant prise de notes, chatbot entreprise, outil de conception automatique de supports, etc. Ça chiffre extrêmement vite, il faut donc bien choisir les outils à privilégier et penser à la formation des collaborateurs derrière, très coûteuse également. »



Focus sur les entreprises de moins de 5 salariés

Quelles sont aujourd’hui vos pratiques numériques (hors IA) ?



Source: Enquête en ligne, 132 répondants.

Les entreprises de moins de 5 salariés constituent la part la plus importante des entreprises de la branche de l’immobilier. Comme les entreprises de plus grande taille, elles sont confrontées aux impacts des transitions numériques et mobilisent déjà, pour la plupart, les outils. Les usages des outils sont déjà quotidiens en particulier pour la production de supports avec la suite Office, le partage de données et de documents et la gestion de la relation client. Ces usages sont majoritairement bien maîtrisés: plus de 90% des entreprises interrogées estiment avoir un niveau de maîtrise intermédiaire ou avancé sur chacun de ces 3 usages.

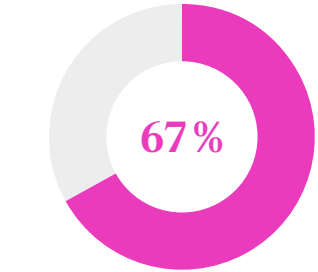


Si les pratiques numériques semblent se diffuser, **l'utilisation de l'intelligence artificielle est moins généralisée**. Les entreprises interrogées mobilisent peu voire jamais les outils d’intelligence artificielle, un constat similaire à celui des entreprises de taille plus importante.

Du fait de la taille de l’entreprise, la posture et la stratégie numérique adoptées sont d’autant plus dépendantes de **l'appétence du dirigeant et des moyens de l'entreprise** (humains, financiers, compétences...). L'appartenance à une franchise ou un groupe facilite également le déploiement des outils.

À court-moyen terme, la stratégie d’investissement des outils numériques (dont l’IA) est hétérogène du fait du **manque de temps**, de la **méconnaissance des outils**, du **manque d'intérêt pour le sujet**, du **coût**... Les dépenses numériques prévues à court-moyen terme visent l’utilisation des réseaux sociaux, l’optimisation des annonces, la signature électronique... Les entreprises prévoient également d’investir dans les outils d’intelligence artificielle, notamment pour les tâches juridiques, la prospection, l’automatisation des process...

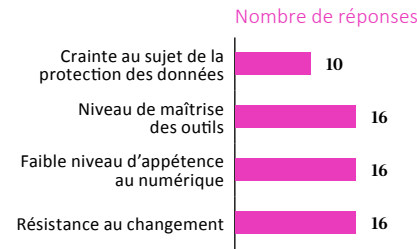
Néanmoins, l’intégration des outils numériques peut être freinée par **la résistance au changement**, ainsi que par le niveau d’appétence au numérique des salariés, et nécessite ainsi de les sensibiliser et de mener une politique de conduite du changement (*cf. focus dédié au sein de la partie 4.3*).



... des structures ayant répondu à l'enquête n'envisagent pas d'investir davantage dans les outils numériques (hors IA) dans les 3 prochaines années

Source: Enquête en ligne, 131 répondants.

Quels sont les principaux freins à l'intégration du numérique ?



Source: Enquête en ligne, 38 répondants.

4.2 Les usages qui se développent

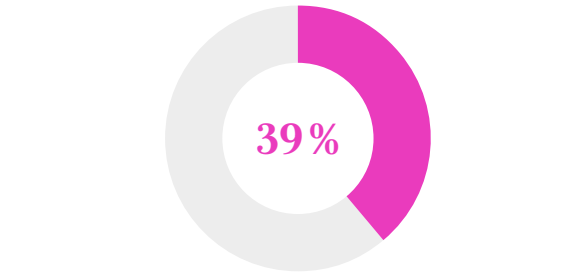
Investissements à court terme envisagés par les entreprises de la branche de l’immobilier en termes d’usages et d’outils numériques à intégrer



Source: Enquête en ligne et entretiens qualitatifs.

La réflexion à court terme porte sur des usages assez simples du numérique, avec des entreprises ayant une marge de progression et d’optimisation des outils sur certains usages et d’appropriation des salariés (*voir focus sur les entreprises de moins de 5 salariés en page précédente*), par exemple:

- Alimentation des réseaux sociaux et déploiement de stratégies digitales afin de communiquer et d’interagir avec les clients;
- Amélioration des outils d’estimation en ligne avec la prise en compte d’informations spécifiques et non génériques (proximité d’un bien avec la mer, prise en considération du quartier...);
- Etc.



... des structures ayant répondu à l'enquête envisagent d'investir davantage dans les outils numériques (hors IA) dans les 3 prochaines années

Source: Enquête en ligne, 162 répondants.

Moins de 40% des entreprises ayant répondu à l’enquête envisagent d’investir dans des outils numériques, ceci s’expliquant du fait qu’une majorité de sociétés ne perçoivent pas de besoins supplémentaires à l’heure actuelle ou s’estiment déjà suffisamment équipées. En effet, **la transition numérique hors IA est déjà très avancée**. Les investissements projetés portent davantage sur les

outils d’IA à court ou moyen terme, ce qui laisse présager une multiplication des usages dans un avenir proche. Notons également que l’amélioration des outils numériques se fait naturellement au fil des avancées liées à la profession (exemples: déclarations et paiement de TVA, impôt sur les sociétés, TESE Urssaf, bilan comptable...).

Focus par activité

Plusieurs usages en développement sont communs aux activités de la branche de l'immobilier: appui à la rédaction de textes/ courriers/emails, assistance juridique ou encore, plus globalement, optimisation des process.

Cependant, plusieurs usages diffèrent en fonction des activités des entreprises de la branche en raison d'un niveau de maturité variable. Quelques singularités sont pointées dans les encarts ci-dessous.



Focus sur la transaction immobilière

Utilisation plus importante dans la prospection et l'analyse du marché au regard des difficultés éprouvées à rentrer des mandats, puis facilitation de la relation client avec des vidéos de présentation des biens réalisées à l'aide de drones, par exemple, pour se rendre compte des espaces à proximité des biens immobiliers.



Focus sur l'administration de biens

Facilitation de la gestion administrative (enregistrement automatique des consommations comme l'eau ou le chauffage et déclenchement de visites préventives d'un prestataire, facturation électronique, information de locataire lors de la fin d'un bail...).



Focus sur les syndicats de copropriété

64 % des entreprises prévoient des investissements numériques (hors IA).
Besoin important de facilitation de la gestion administrative avec l'adoption d'outils numériques: activité plus en retard que les autres sur l'adoption des outils numériques en raison d'une grande part de tâches effectuées manuellement et en présentiel.



Focus sur l'exploitation touristique

Exploitation plus approfondie des outils de marketing digital (dont analyse de données) et de la gestion de la relation client avec la proposition de séjours sur mesure en fonction des préférences enregistrées par les utilisateurs...



Focus sur l'activité promoteur/rénovateur et foncière

Métiers en forte crise, d'où un ralentissement des investissements dans les outils numériques avec néanmoins l'utilisation d'outils d'analyse du marché et de marketing/communication.

Focus sur les usages de l'IA qui se développent



À court terme, l'IA dans l'immobilier se concentre principalement sur l'optimisation des tâches et des processus, ainsi que l'amélioration de l'expérience client. Toutes les activités identifient un besoin important de déterminer les «cas d'usage», les soucis quotidiens générant de forts investissements en temps de la part des équipes (exemple: réponse aux mails redondants avec la capacité d'attacher un document issu de la base de données).

«Entre mars et juin, c'est le feu avec l'enchaînement des AG. On souhaite mettre nos collègues dans les meilleures conditions possibles en réduisant drastiquement les sollicitations extérieures afin de baisser leur niveau de stress.»



À plus long terme, les réflexions principales autour de l'IA portent essentiellement sur le développement d'IA «agents, pilotes ou officers», qui pourraient jouer un rôle clé dans la transformation des processus métiers et transformer radicalement les modèles

d'affaires. Certaines entreprises de la branche de l'immobilier se structurent sur le sujet et mettent en place des plans stratégiques IA avec des pilotes de projets dédiés.

Court terme

Gain de productivité des employés avec une amélioration des processus et une meilleure gestion quotidienne de la relation client

- Optimisation des trames internes (estimations, mandats, compromis...)
- Utilisation de l'IA générative sur des tâches chronophages et répétitives: relance des clients, création d'annonces, réponses automatisées...
- Déploiement massif de l'analyse et rédaction de documents juridiques
- Réalisation de vidéos de présentations des biens
- Alimentation des réseaux sociaux

«Le plus important est d'avoir un pilote de projet garant de l'avancement des sujets IA, sinon le suivi des évolutions ne sera pas efficace dans le temps.»



Long terme

Transformation complète des modèles d'affaires et des métiers, à condition d'investir massivement dans de nouvelles solutions innovantes

- Intégration d'agents IA et d'orchestrateurs capables de piloter différents logiciels à partir d'un seul point d'entrée
- Automatisation de tâches plus complexes, voire de processus: CRM enrichi par l'IA, scoring de dossiers de candidature, constitution automatique de dossiers administratifs...
- Marketing analytique afin d'analyser les comportements des clients et cibler plus finement la prospection
- Création d'une application «one-stop-shop» qui permet d'orchestrer plusieurs agents IA et ainsi automatiser l'ensemble des workflows du métier d'agent immobilier: une application permettant à l'agent immobilier de se concentrer exclusivement sur les relations humaines
- Soutien juridique



Vision prospective sur les usages de l'IA dans la branche de l'immobilier



1. La transaction immobilière

L'impact de l'IA sur la transaction immobilière sera **fort**.

- Dans la **prospection et l'estimation de biens**, les outils d'estimation automatisée (AVM) rendront les évaluations plus précises et instantanées, en intégrant une grande diversité de données (prix du marché, empreinte carbone, attractivité locale).

- L'activité de **commercialisation** (annonces, visites, négociation) sera transformée par des agents intelligents, qui pourront analyser les besoins clients, recommander des biens et automatiser la plupart des tâches administratives. Les visites virtuelles et jumeaux numériques prendront de plus en plus de place jusqu'à devenir des standards.

L'activité de transaction évoluera vers une posture de conseil augmenté, valorisant l'expertise relationnelle dans un environnement largement outillé par la technologie.



2. L'administration de biens

L'impact de l'IA sur l'administration de bien sera **très fort**.

- La **gestion locative** fera partie des domaines les plus automatisés de la branche immobilière : l'IA permettra une supervision en temps réel des biens grâce à des plateformes de gestion intégrées et des capteurs connectés, la maintenance prédictive deviendra

la norme, réduisant les coûts d'intervention et améliorant la satisfaction locataire.

- Les **processus de facturation, de suivi des paiements ou de relance des clients** seront automatisés, tandis que les chatbots prendront en charge une grande partie de la relation quotidienne.

L'administration de biens évoluera vers une dynamique opérationnelle **data-driven**, garantissant la **performance des actifs** et tirant parti des données pour **piloter la rentabilité du portefeuille**.



3. Les syndicats de copropriété

L'impact de l'IA sur les syndicats de copropriété sera **modéré**.

- Les **assemblées générales** se dérouleront majoritairement en ligne, les votes seront électroniques et la communication entre copropriétaires, fournisseurs et gestionnaires sera centralisée sur des plateformes collaboratives.

- Le **suivi des travaux et contrats** sera facilité par des bâtiments davantage connectés, avec un pilotage intelligent de la maintenance, des consommations et de la sécurité grâce à des algorithmes d'analyse prédictive.

Le syndic deviendra un **gestionnaire technologique et médiateur numérique**, s'appuyant sur des outils digitaux pour favoriser la **transparence et la réactivité** dans la gestion collective.



4. L'exploitation touristique

L'impact de l'IA sur l'exploitation touristique sera **fort**.

- Le **suivi financier (taux d'occupation, pricing) et la gestion des réservations** seront digitalisés par des systèmes de « revenue

management » prédictifs, qui optimiseront les tarifs en fonction de la demande, des événements et des comportements clients.

- **L'accueil et la relation client** seront personnalisés grâce à l'analyse des données, permettant d'adapter les offres et fidéliser plus efficacement.

Au sein de l'activité de l'exploitation touristique, l'usage des outils sera aussi décisif que le sens de l'hospitalité pour contribuer à la gestion d'expérience.



5. Les activités de promoteur/rénovateur et foncière

L'impact de l'IA sur la promotion et la gestion foncière sera **très fort**.

- Le **pilotage des chantiers** sera optimisé dès sa phase de conception via BIM (Modélisation des Informations du Bâtiment) et les jumeaux numériques.

- Le **financement d'opérations** sera facilité grâce à des modèles prédictifs d'IA qui aideront à anticiper les coûts, les retours et les besoins énergétiques, tandis que la traçabilité numérique facilitera la conformité réglementaire et environnementale.

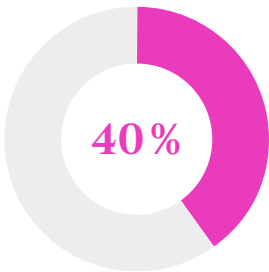
Les activités de promotion/rénovation et de foncière vont évoluer vers davantage de stratégie et de pilotage de portefeuille augmentés.

4.3 Les principales difficultés rencontrées par les entreprises

De nombreuses entreprises recourent déjà de manière importante aux outils numériques (hors IA) et réfléchissent à accélérer l'adoption d'outils dotés d'une IA. Elles identifient cependant deux limites principales:

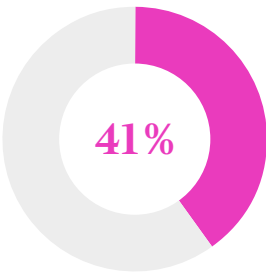
- **Un besoin important de relations humaines** (non favorisées par les outils numériques) afin de préserver une qualité de service auprès des clients;
- **Des coûts financiers importants** (implication de temps, d'argent et de ressources humaines).

Des difficultés complémentaires sont identifiées par les entreprises et concernent directement les salariés, puisqu'un certain nombre d'entre eux peuvent se montrer sceptiques, voire réticents à l'idée d'utiliser de nouveaux outils (ex.: impression papier dans les mœurs). Plusieurs facteurs sont à souligner et peuvent d'ailleurs se cumuler chez certains salariés: **méconnaissance des outils, circonspection quant à l'utilité et la performance des outils, impression d'automatisation et de perte du facteur humain, peur de voir leur métier disparaître et ainsi leur emploi menacé**, etc. Néanmoins, en impliquant les salariés dès le début de la transition et en faisant preuve de pédagogie, elle est mieux acceptée. Le rôle du collaborateur est donc essentiel dès la mise en place de la stratégie numérique de l'établissement et de son déploiement.



... des structures ayant répondu à l'enquête estiment que leurs salariés s'adaptent avec des difficultés aux évolutions liées aux transitions numériques

(106 répondants)



... des structures ayant répondu à l'enquête expriment un besoin d'accompagnement à l'appropriation des outils

(106 répondants)

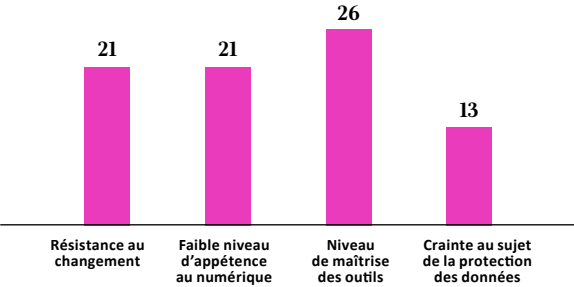


Malgré les réticences au changement exprimées par certaines entreprises de la branche de l'immobilier, ainsi qu'un niveau de maîtrise des outils hétérogène selon les salariés, un nombre significatif d'entre elles reconnaissent **l'importance cruciale de s'adapter aux évolutions technologiques**. Elles manifestent des besoins importants en termes de formation, webinaires ciblés ou encore veille juridique pour se tenir informées des **développements rapides sur les thématiques numériques et IA**.

La nécessité de s'informer et de se former devient une priorité pour rester compétitif dans un environnement en constante mutation.

Quels sont les principaux freins à l'intégration du numérique au sein de vos équipes?

Nombre de réponses



Source: Enquête en ligne, 52 répondants.

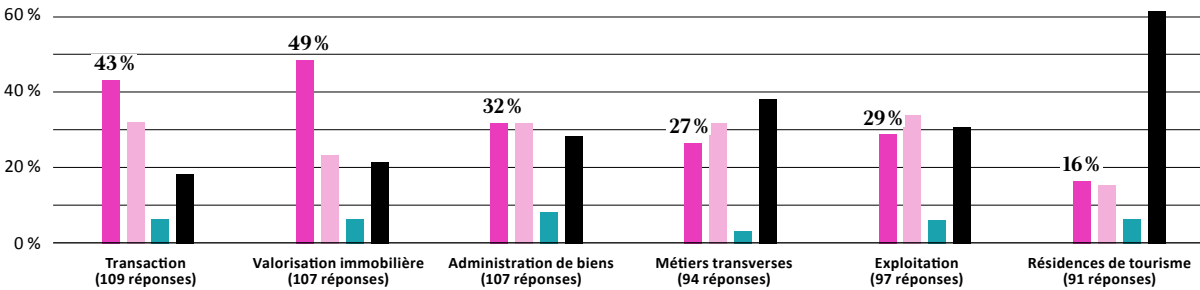


Les impacts sur les besoins en emplois et compétences

5.1 Vision d'ensemble de l'impact du numérique et de l'IA sur les emplois et les compétences

Quelles sont les familles de métiers qui vont être impactées en matière d'évolution des compétences d'ici 3 à 5 ans par les transitions numériques (dont l'IA)?

- Évolution majeure des compétences
- Évolution mineure des compétences
- Pas d'évolution des compétences
- Non concerné



Source: Enquête en ligne, 115 répondants.

TOP 10 DES MÉTIERS LES PLUS IMPACTÉS PAR DES ÉVOLUTIONS DE COMPÉTENCES (DU + IMPACTÉ AU - IMPACTÉ)

- | | |
|---|--|
| 1. Assistant administratif et commercial – transaction | 7. Expert en évaluation immobilière – valorisation immobilière |
| 2. Responsable d'agence immobilière – transaction | 8. Commercial en location d'immobilier résidentiel – transaction |
| 3. Chargé de gestion locative – administration de biens | 9. Gestionnaire de copropriété – administration de biens |
| 4. Commercial en vente d'immobilier résidentiel – transaction | 10. Juriste/fiscaliste immobilier – métiers transverses |
| 5. Assistant de gestion locative – administration de biens | |
| 6. Commercial en vente et location d'immobilier professionnel – transaction | |

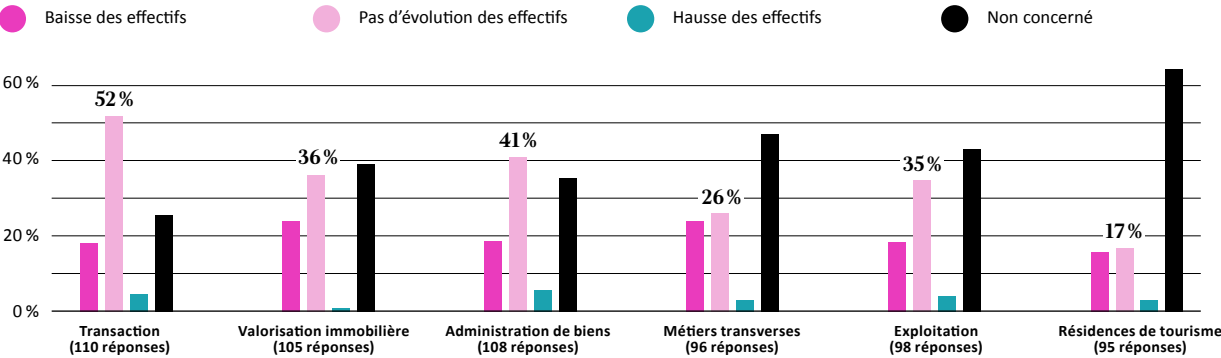
Source: Enquête en ligne, 118 répondants.

Même si l'ensemble des familles de métiers connaît des évolutions de compétences, deux familles sont en particulière évolution: **les métiers de la transaction et les métiers de la valorisation immobilière**. Au sein de la famille de la transaction, tous les métiers sont impactés, notamment du fait de l'utilisation d'outils numériques

et de **l'IA dans les process commerciaux**. Quant à la famille de la valorisation immobilière, le métier d'expert en évaluation immobilière est particulièrement impacté par l'apparition d'outils d'estimation et de prospective de plus en plus précis.



Quelles sont les familles de métiers qui vont être impactées en matière d'évolution des effectifs d'ici 3 à 5 ans par les transitions numériques (dont l'IA) ?



Source: Enquête en ligne, 113 répondants.

PRINCIPAUX MÉTIERS LES PLUS IMPACTÉS PAR UNE BAISSÉ DES EFFECTIFS

Assistant administratif et commercial
• Transaction

Assistant de copropriété
• Administration de biens

Assistant de gestion locative
• Administration de biens

Comptable mandant
• Administration de biens

Source: Enquête en ligne, 118 répondants.

Les effectifs des métiers ayant une part de tâches administratives automatisable sont davantage susceptibles de baisser, notamment les métiers d'assistant administratif et commercial, d'assistant de gestion locative ou encore le comptable mandant... À noter qu'environ les deux tiers des répondants à l'enquête en ligne indiquent

ne pas identifier d'évolution des effectifs à 3-5 ans. La transition numérique et l'IA ont donc davantage un impact sur les compétences que sur le volume d'emplois. Trois des quatre métiers en baisse identifiés dans l'enquête en ligne sont également concernés par des évolutions de compétences significatives.

Principaux nouveaux métiers identifiés

- **Community manager**: en charge de la communication de l'entreprise et de sa visibilité sur les réseaux sociaux. Des compétences en matière d'intelligence artificielle sont également recherchées pour ce métier.
- **IA manager**: en charge du déploiement des outils d'automatisation et d'optimisation des processus relevant de l'intelligence artificielle dans l'entreprise. Il peut également accompagner les équipes dans la transition.
- **Data officer**: nouveau métier qui apparaît plutôt dans les grandes entreprises. Il est en charge de la stratégie de l'entreprise en matière de gestion et de valorisation des données.

Parmi les évolutions de compétences les plus marquantes, deux types se démarquent

- **Les hard skills**: notamment la capacité d'analyse et la maîtrise de l'exploitation des données issues des outils informatiques, la maîtrise de la rédaction de prompts IA...
- **Les soft skills**: renforcement des compétences en matière d'esprit critique, en particulier pour vérifier la qualité et la fiabilité des données générées par l'IA.

5.2 Synthèse par famille de métiers de l'impact du numérique et de l'IA sur les emplois et les compétences

De nombreux impacts sur les métiers et les compétences

La transition numérique et l'IA impactent l'ensemble des familles de métiers, même s'ils 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 impactés, 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 impactés par l'intelligence artificielle, 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, ceux de chargé de gestion locative et de gestionnaire de copropriété sont les plus impactés par les transitions numériques, en particulier grâce à l'évolution des modes de communication et à 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.

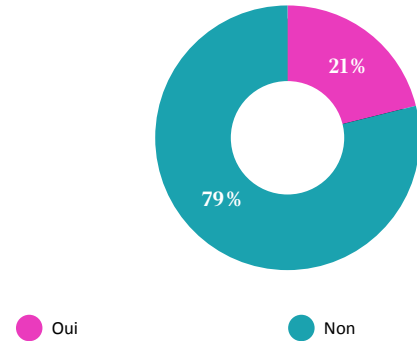
Par ailleurs, l'IA impacte de manière significative le métier de juriste/fiscaliste immobilier à travers l'émergence de solutions LegalTech intégrant des analyses prédictives et l'utilisation de l'IA pour la rédaction de courriers juridiques, le contrôle d'informations juridiques...

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 très impactés par les transitions numériques du fait de 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, celles 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 multicanal 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 biens, d'analyse des tendances exige un renforcement des compétences analytiques (dont l'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.

Identifiez-vous à 3-5 ans de nouveaux métiers du fait des transitions numériques ?



Source: Enquête en ligne, 117 répondants.

Famille de métiers « transaction »

Le recours aux outils numériques s'est généralisé dans les métiers de la transaction: assistance à la rédaction d'annonces numériques, signature électronique, relation client, utilisation de l'intelligence artificielle... Les métiers sont donc impactés au niveau des compétences, en particulier ceux de commercial et

de responsable d'agence, même si la relation humaine avec les clients reste centrale. Néanmoins, les effectifs de cette famille de métiers sont plutôt stables avec une **diminution possible des métiers d'assistanat**.

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DU FAIT DU NUMÉRIQUE	IMPACT DE L'IA SUR LE MÉTIER
Assistant administratif et commercial		
Commercial (vente/location d'immobilier résidentiel/professionnel)		
Responsable d'agence immobilière		

Famille de métiers « administration de biens »

L'automatisation de nombreuses tâches (davantage d'actualité dans la gestion locative que dans la copropriété) permet de dégager du temps précieux (moins de saisie manuelle) aux assistants qui sont repositionnés sur des tâches de communication digitale, par

exemple. À terme, le nombre de salariés exerçant le métier pourrait cependant diminuer dans les établissements dotés de plusieurs assistants afin de **concentrer la réalisation des dernières tâches administratives sur quelques-uns seulement**.

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DU FAIT DU NUMÉRIQUE	IMPACT DE L'IA SUR LE MÉTIER
Assistant de gestion locative		
Chargé de gestion locative		
Assistant de copropriété		
Gestionnaire de copropriété		
Chargé des relations avec les propriétaires		
Gestionnaire de contentieux		
Comptable mandant		

Niveau d'évolution des compétences du fait du numérique
– pas ou peu d'évolution (1 à 2 cases)
– forte ou très forte évolution (4 à 5 cases)

Niveau d'impact de l'IA sur le métier
– pas ou peu d'impact (1 case)
– fort ou très fort impact (2 à 3 cases)

Métier émergent

Famille de métiers « valorisation immobilière »

Principalement présents dans des foncières, les métiers de la valorisation immobilière évoluent sous l'effet des transitions numériques afin de renvoyer une image d'entreprise moderne et performante auprès des investisseurs. Les outils mobilisés permettent d'optimiser le fonctionnement et la performance des tâches réalisées. À court-moyen terme, **les métiers devraient mobiliser davantage des outils d'intelligence artificielle**.

« Il y a beaucoup de travaux à anticiper pour assurer le déploiement du numérique et de l'IA dans nos métiers. C'est l'objectif du plan stratégique IA que nous mettons en place actuellement et qui implique toute une phase d'acculturation. »

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DU FAIT DU NUMÉRIQUE	IMPACT DE L'IA SUR LE MÉTIER
Asset manager		
Expert en évaluation immobilière		
Property manager		

Famille de métiers « exploitation »

Si, aujourd'hui, les évolutions liées aux transitions numériques sont modérées, les métiers de l'exploitation vont continuer à se transformer à court-moyen terme pour gagner en efficacité, notamment grâce à l'intelligence artificielle (avis clients, maintenance prédictive...). Du fait du numérique, en dehors du **métier de responsable client, qui pourrait connaître une baisse des effectifs**, les effectifs de cette famille de métiers seront assez stables.

« Les métiers de l'exploitation sont en train de se transformer. Par exemple, en matière de sécurité, l'intelligence artificielle permet déjà d'automatiser le contrôle de vidéos et d'analyser des comportements. »

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DU FAIT DU NUMÉRIQUE	IMPACT DE L'IA SUR LE MÉTIER
Responsable de site		
Responsable expérience client		
Responsable des services généraux – responsable maintenance et sécurité		

Niveau d'évolution des compétences du fait du numérique
– pas ou peu d'évolution (1 à 2 cases)
– forte ou très forte évolution (4 à 5 cases)

Niveau d'impact de l'IA sur le métier
– pas ou peu d'impact (1 case)
– fort ou très fort impact (2 à 3 cases)

Métier émergent

Famille de métiers « métiers transverses » et « métiers complémentaires »

Les métiers transverses et complémentaires sont également touchés par les évolutions induites par le numérique avec des impacts

globalement importants dans le quotidien des salariés, sans pour autant d'évolution majeure des effectifs à 3-5 ans.

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DU FAIT DU NUMÉRIQUE	IMPACT DE L'IA SUR LE MÉTIER
Juriste/fiscaliste immobilier		
Technicien de maintenance		
Specialty leaser		
Chargé des relations avec les enseignes		
Yield manager		
Responsable des réservations		
Réceptionniste		

Métiers émergents

IA

L'intelligence artificielle transformera, de manière plus ou moins forte, **l'ensemble des métiers du secteur** à court terme, imposant l'acquisition de nouvelles compétences. Trois nouveaux métiers émergent, en partie **sous l'impact direct de l'IA**. À moyen terme,

seules les entreprises les plus structurées parviendront à les intégrer pleinement (moins d'une centaine de salariés dans l'ensemble de la branche de l'immobilier).

MÉTIER	ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DU FAIT DU NUMÉRIQUE	IMPACT DE L'IA SUR LE MÉTIER
Community manager		
IA manager		
Data officer		

Niveau d'évolution des compétences du fait du numérique

– pas ou peu d'évolution (1 à 2 cases)

– forte ou très forte évolution (4 à 5 cases)

Niveau d'impact de l'IA sur le métier

– pas ou peu d'impact (1 case)

– fort ou très fort impact (2 à 3 cases)

Métier émergent

6

Les besoins en formation et l'offre en place

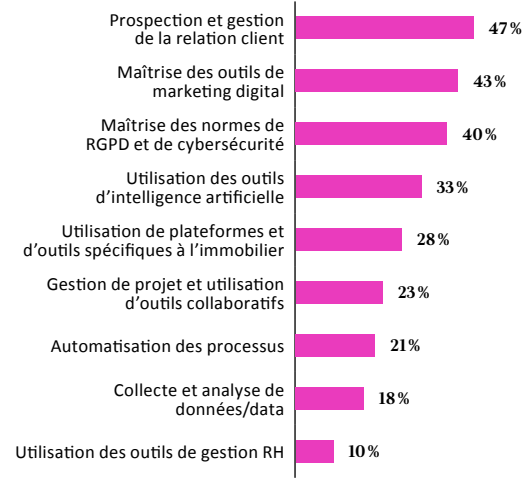
6.1 Besoins en formation exprimés par les entreprises

La formation au sein des entreprises de la branche de l'immobilier aujourd'hui

Les professionnels du secteur ont principalement suivi des **formations sur la prospection et la gestion de la relation client pour près de 50% des répondants à l'enquête**. Nombre d'entre eux ont également sollicité une aide extérieure sur l'utilisation des **outils de marketing digital (43%)**. Enfin, le troisième sujet de formation principal est la **maîtrise des normes de RGPD et de cybersécurité (40%)**, illustrant les préoccupations croissantes en matière de conformité et de gestion des risques dans le secteur.

Si le niveau global de satisfaction concernant les formations est bon, les thématiques prospection/relation client et utilisation de l'intelligence artificielle enregistrent les taux d'insatisfaction les plus élevés d'après l'enquête en ligne (plus de 20%). Les entreprises interrogées dans le cadre des entretiens qualitatifs pointent notamment des **contenus jugés trop théoriques, peu concrets et insuffisamment adaptés aux réalités de leur activité**.

Sur quelles thématiques avez-vous mobilisé de la formation continue ?

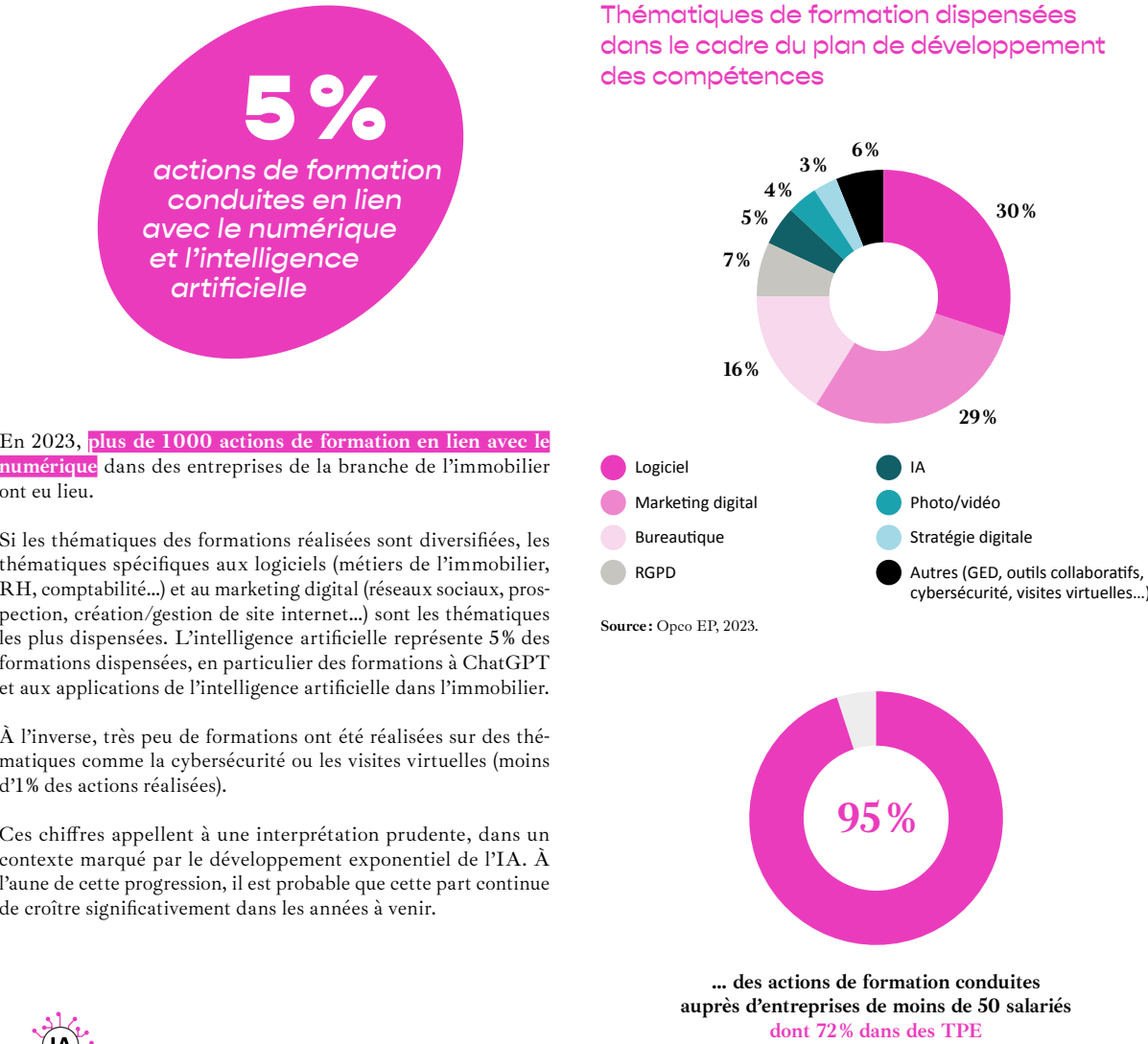


Source : Enquête en ligne, 85 répondants.

PRINCIPAUX FREINS AU RECOURS À LA FORMATION CONTINUE

- Coût de la formation
- Allocation de la ressource temps complexe, notamment pour les TPE
- Difficultés à identifier les formations adaptées aux besoins de l'établissement et spécifiques au secteur de l'immobilier
- Difficultés administratives (montage du dossier...)
- Modalités de formation non adaptées (rythme, durée, webinaires...)

Focus sur les actions de formation réalisées dans le cadre du plan de développement des compétences Opco EP pour la branche de l'immobilier



IA

FOCUS SUR DES FORMATIONS IA DISPENSÉES

Comment booster ses écrits professionnels avec l'IA ?

- Dispensée par un organisme de formation
- Objectifs : améliorer la qualité des écrits et apprendre à rédiger des prompts pertinents

Savoir utiliser ChatGPT pour l'immobilier

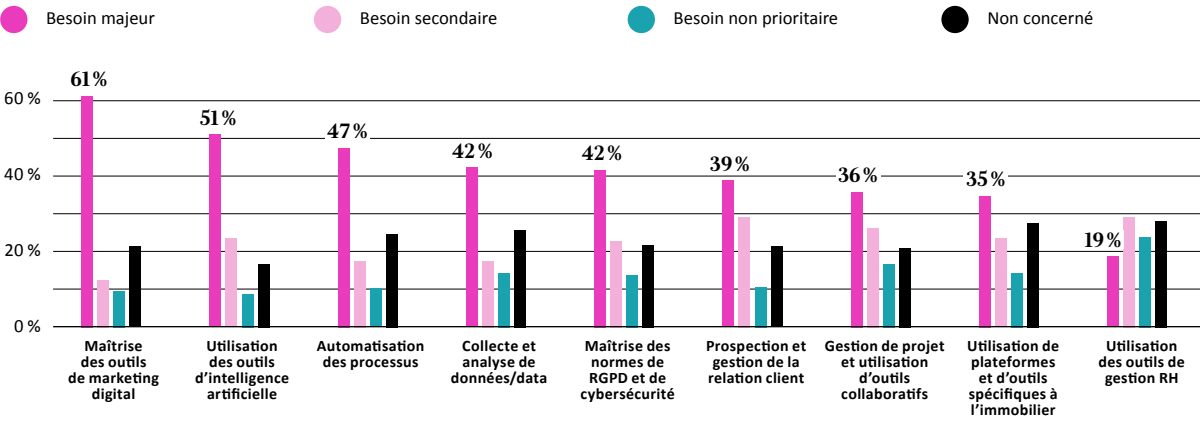
- Dispensée par un organisme de formation
- Objectifs : maîtriser les outils d'IA générative et leurs applications dans les métiers de l'immobilier (syndic, transaction...)

La place de la formation au sein des entreprises de la branche de l'immobilier demain

Le recours à la formation continue devrait demeurer stable sur les trois prochaines années, d'après les entretiens qualitatifs menés, avec **une priorité accordée aux formations réglementaires**. Dans un second temps, une montée en compétence 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 de l'immobilier expriment une demande forte pour des **formations « sur mesure » en IA**, intégrant des cas pratiques et des outils directement applicables à leur activité, comme en témoignent les attentes autour des cas d'usage concrets.

Quelles sont les thématiques prioritaires en matière d'évolution des compétences sur lesquelles mener des actions ?



Source : Enquête en ligne, 104 répondants.

Outre les thématiques figurant ci-contre, les entreprises interrogées ont souligné deux besoins complémentaires en formation :

- **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**.

PRINCIPALES THÉMATIQUES DE FORMATION CONTINUE À MOBILISER DANS LES 3 PROCHAINES ANNÉES

IA

Utilisation des outils d'intelligence artificielle

Gears

Maîtrise des outils de marketing digital

Flowchart

Automatisation des processus

Headset

Prospection et gestion de la relation client

Mobile

Utilisation de plateformes et d'outils spécifiques à l'immobilier

Source : Enquête en ligne, 98 répondants.

52

53

6.2 Synthèse du bilan d’(in)adéquation entre l’offre et les besoins de formation identifiés

Méthodologie employée

La base de données des formations a été élaborée à partir d’une approche plurielle, combinant plusieurs sources et méthodes.

- Les entretiens qualitatifs menés auprès des acteurs du secteur (entreprises, fédérations, organismes de formation); ces échanges ont mis en lumière les formations pertinentes pour répondre aux besoins concrets du terrain;
- La consultation des bases de données officielles telles que la liste de formations France Compétences inscrites au RNCP ou au RS, ainsi que les données du réseau des Carif-Oref;
- La consultation des formations dispensées par Opco EP;
- Des recherches complémentaires ciblées sur les sites des organismes de formation pour repérer des cursus ou formations conti-

nues spécifiques (exemple : responsable en gestion et négociation immobilières, spécialité immobilier numérique).

La base de données contient des informations sur les formations longues (essentiellement de formation initiale) menant aux métiers du secteur de l’immobilier, ainsi que sur les formations continues liées aux transitions numériques propres à ce secteur. Les formations continues sont classées par grandes thématiques du numérique parmi lesquelles : visites virtuelles, e-learning, cyber-sécurité, GED, IA, RGPD, stratégie digitale, marketing digital/ réseaux sociaux, photo/vidéo, drones et logiciels.

FORMATION	THÉMATIQUE	ACTIVITÉ CONCERNÉE
Optimiser ses photos immobilières	Photo/vidéo	Transverse
Photographie et immobilier	Photo/vidéo	Transverse
Utiliser l’intelligence artificielle 2025 pour optimiser son activité	IA	Transverse
Immobilier – communiquer sur les réseaux sociaux	Marketing digital/réseaux	Transverse
Photo immobilière et visite virtuelle	Photo/vidéo	Transverse
IA, ChatGPT pour votre agence immobilière	IA	Transverse
Initiation au home staging et à la photographie immobilière	Photo/vidéo	Transverse
Introduction à l’utilisation de l’intelligence artificielle et ChatGPT pour l’immobilier	IA	Transverse
Directive crédit immobilier (DCI) – maîtrise immobilière – conformité, garanties et communication digitale	Stratégie digitale	Transverse
Bachelor chargé de développement marketing et commercial	Marketing digital/réseaux	Transverse
Élaborer une stratégie commerciale et digitale pour son agence immobilière	Stratégie digitale	Transverse
Directive crédit immobilier (DCI) – LCB-FT, réseaux sociaux et community management parcours avancé en finance immobilière	Marketing digital/réseaux	Transverse
Parcours communiquer en immobilier – communiquer avec la PNL et promouvoir grâce aux réseaux sociaux	Marketing digital/réseaux	Transverse
Immobilier – créer des visites virtuelles	Visites virtuelles	Transverse
EBP Ma gestion immobilière	Logiciel	Transverse
Mettre en valeur un bien immobilier à l’aide des techniques de home staging	Photo/vidéo	Transverse
GDS Amadeus	Visites virtuelles	Exploitation touristique
Logiciel Amadeus	Logiciel	Exploitation touristique
Utilisation et maîtrise des fonctions Amadeus niveau 1	Logiciel	Exploitation touristique
Le RGPD en immobilier	RGPD	Transverse
Le Tracfin et la procédure RGPD en agence immobilière	RGPD	Transverse
Les règles d’affichage et la procédure RGPD	RGPD	Transverse
Webmarketing hôtelier	Marketing digital/réseaux	Exploitation touristique
E-marketing, réseaux pro et réseaux sociaux : la communication sur internet	Marketing digital/réseaux	Exploitation touristique
ICS gérance	Logiciel	Transverse

Une analyse de l’offre actuelle est présentée dans les pages suivantes : celle-ci évalue dans quelle mesure les formations continues répondent aux enjeux des transitions numériques et aux besoins spécifiques de la branche de l’immobilier.

Focus sur la notation du bilan d’adéquation

Le bilan tient compte des besoins exprimés par les entreprises de la branche de l’immobilier, corrélés à l’offre de formation (maillage géographique, nombre de formations disponibles...).

Par exemple, pour une thématique identifiée, l’offre de formation peut être riche et satisfaisante qualitativement, mais avec des besoins limités. La notation sera ainsi positive et il sera indiqué «satisfaisante».

À l’inverse, la notation indiquera «à renforcer», voire «insatisfaisante» lorsque l’offre ne permet pas de répondre aux besoins des entreprises de la branche, notamment sur des sujets spécifiques à l’immobilier.

La formation longue

Il existe une diversité de formations longues couvrant des niveaux variés (niveaux 4 à 7) sur l’ensemble des activités de la branche de l’immobilier. Certaines formations sont transverses et peuvent s’appliquer à plusieurs activités : par exemple, le diplôme supérieur en immobilier (Diplovis – niveau 7) mène aux métiers d’asset manager, de property manager (valorisation immobilière), de responsable des services généraux (exploitation) ou encore de responsable d’agence immobilière (transaction).

De nombreuses formations attestent l’obtention de compétences numériques dans leur référentiel, comme : «optimiser les processus de communication en matière de notoriété et d’image de l’organisation», «exploiter la base de données au service du parcours client» ou encore «utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l’information, ainsi que pour collaborer en interne et en externe».

Notons, toutefois, que la majorité de ces parcours n’incluent pas de modules dédiés à l’utilisation des outils numériques ou encore des enseignements avancés sur l’IA ou la cybersécurité dans leurs référentiels. Leur intégration dépend largement de la proactivité des enseignants et de leur appropriation personnelle de ces enjeux.

À titre d’exemple, le BTS professions immobilières ne fait état que d’une seule compétence numérique dans le référentiel France

compétences, «construire son identité professionnelle, y compris numérique», révélant ainsi des enseignements dans ce domaine encore très restreints. Après la rénovation du référentiel, ce diplôme a enregistré 1 471 inscrits en première année en 2024, un effectif notable qui confirme son poids dans le secteur immobilier.

« Nos alternants issus du BTS professions immobilières n’ont pas de vraies compétences numériques. Seuls les plus curieux ont approfondi leurs connaissances par eux-mêmes, tandis que les autres s’appuient uniquement sur leurs pratiques du quotidien, c’est-à-dire smartphone et réseaux sociaux. »

Par ailleurs, certaines formations initiales se distinguent par des parcours spécialisés axés sur le numérique en intégrant explicitement dans leur programme l’apprentissage d’usages avancés et spécialisés des outils numériques, incluant notamment l’utilisation de l’intelligence artificielle.

RESPONSABLE EN GESTION ET NÉGOCIATION IMMOBILIÈRES, SPÉCIALITÉ IMMOBILIER NUMÉRIQUE (NIVEAU 6)

Assurer une communication valorisante et bien référencée sur les biens à commercialiser en utilisant les outils numériques du marché (textes, photos, vidéos, visites virtuelles, intelligence artificielle...) diffusée sur différents supports (vitrine phygitale, journaux, portails immobiliers, réseaux sociaux...), afin de retenir l’attention des acquéreurs potentiels.

MASTER MENTION DATA ANALYST IMMOBILIER & MENTION START-UP & E-IMMOBILIER (NIVEAU 7)

- 2 parcours spécialisés dans le numérique.
- Des objectifs pédagogiques s’articulant autour de l’acquisition de compétences numériques telles que l’intégration de la digitalisation dans la fonction commerciale ou encore l’élaboration d’une stratégie digitale (notamment en lien avec les fonctions marketing et RH).

La formation courte

Près de 170 formations courtes/continues ont été identifiées (liste non exhaustive) sur divers sujets tels que : la cybersécurité, la gestion électronique de documents (GED), l'intelligence artificielle (IA), le RGPD, la stratégie digitale, le marketing digital et les réseaux sociaux, ainsi que les outils photo/vidéo/visites virtuelles, les drones et les logiciels métiers.

Bien que certaines de ces formations soient spécifiquement conçues pour les métiers de l'exploitation touristique ou de la transaction immobilière, la majorité s'applique, de manière transversale à l'ensemble des activités du secteur, avec des adaptations de contenu selon les besoins propres à chaque domaine.

FOCUS SUR LA FORMATION INTERNE DES GROUPES/RÉSEAUX

- Envoi du catalogue de formation et des nouveautés aux entreprises et franchisés via des communications régulières et ciblées
- Recensement des besoins et création de modules spécifiques en fonction des sollicitations
- Développement de formations adaptées aux enjeux du groupe ou du réseau, en lien avec les outils métiers utilisés (ex. : logiciels spécialisés, conformité RGPD, etc.)
- Création de formations IA sur mesure élaborées avec des prestataires externes et accessibles à l'ensemble des salariés (niveaux débutant à avancé)
- Parcours de formation ayant également une fonction d'intégration des salariés

Plusieurs éditeurs de logiciels (acteurs de la PropTech) dispensent des formations spécialisées pour accompagner les professionnels du secteur dans la prise en main et la maîtrise de leurs outils. Leur offre de services s'élargit également à des prestations variées telles que :

- La création de sites internet immobiliers ;
 - La conception d'identités visuelles ;
 - La gestion des réseaux sociaux ;
- L'optimisation du référencement naturel (SEO) ;
 - La gestion des avis client.

En complément, ces acteurs organisent régulièrement des webinaires sur des sujets stratégiques, comme « L'immobilier de demain » ou « Maîtrisez votre croissance grâce à la génération de leads ». Il s'agit d'une offre de formation complémentaire de celle des organismes de formation traditionnels.

Synthèse du bilan d'(in)adéquation entre l'offre et les besoins de formation identifiés

THÉMATIQUE NUMÉRIQUE (PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE)	BILAN D'(IN) ADÉQUATION
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	😊
😊 Offre de formation satisfaisante	☹️ Offre de formation à renforcer
☹️ Offre de formation insatisfaisante	

Branche de l'immobilier :

une étude pour préparer l'avenir

Réalisée à l'initiative des représentants paritaires de la branche de l'immobilier, l'étude sur les impacts des transitions numériques dans les emplois et compétences du secteur (voir en p. 19) met en évidence d'importants enjeux de formation. Thierry Cheminant, membre de la CPNE-FP Immobilier, Conseiller formation près le Président FNAIM, et Bruno Guiton, Président de la CPNE-FP Immobilier, Délégué syndical CFTC, commentent avec nous cette étude et ses enseignements.

Qu'est-ce qui a motivé l'élaboration de cette étude ?

Thierry Cheminant : Après avoir analysé les effets de la transition écologique et énergétique dans l'immobilier en 2024, nous avons voulu étudier la digitalisation déjà bien engagée dans notre secteur, mais aussi faire un point sur l'essor de l'IA.

Bruno Guiton : Vécue au quotidien par les salariés, la digitalisation est plus ou moins bien ressentie. Il faut être au clair sur ses risques et ses bénéfices.

Comment avez-vous travaillé avec Opco EP ?

T. C. : Financée par Opco EP, l'étude s'inscrivait dans notre plan annuel de branche. Les relations ont été excellentes tout au long du projet.

B. G. : Concrètement, deux cabinets de conseil ont travaillé à nos côtés pendant un an, avec une méthodologie rigoureuse et de nombreux livrables réussis.

Qu'avez-vous appris sur vos adhérents et sur les transitions numériques ? T. C. : Les entreprises de la branche de l'immobilier sont sensibilisées aux enjeux du numérique et de l'IA, même si beaucoup sont « suiveuses ». Les réseaux de franchise s'approprient plus facilement le sujet, à la différence des

indépendants. L'envie de formation est présente, mais la question du financement reste essentielle. Globalement, le numérique est moins une menace qu'une opportunité pour renforcer la relation humaine.

Comment vivez-vous l'essor de l'IA et accompagnez-vous les entreprises adhérentes ?

T. C. : L'IA devient une sorte d'assistant personnel, en nous aidant à reconnaître automatiquement les factures ou à rédiger des annonces immobilières, par exemple. À la FNAIM, un fonds d'investissement dédié aux nouvelles technologies a été créé. Il suit l'évolution du marché et facilite la mise en relation de nos adhérents avec des prestataires spécialisés en IA.

Avec les résultats d'une telle étude, quelles actions comptez-vous déployer ?

T. C. : Nous approfondirons notre analyse de l'évolution des emplois et des compétences. De nouveaux métiers arrivent. La transition numérique continue ! La formation (obligatoire depuis 2015) doit suivre, même si les entreprises non syndiquées sont plus difficiles à sensibiliser.

B. G. : Nous voulons que les salariés s'approprient les résultats de l'étude... que nous n'hésiterons pas à réactualiser. Le numérique doit devenir un fil rouge pour nos futurs travaux ! ■



CONTRIBUTEURS



Guillaume LAURENT,
Responsable du Département
observation et évaluation
chez Opco EP

Après un master d'études socio-économiques à l'Université de Caen Normandie, Guillaume Laurent a été Chargé d'études au Crefor, puis Chargé de mission et Responsable de l'Observatoire régional emploi-formation (Oref) en Pays de la Loire avant de rejoindre Opco EP en 2021. Il y assure le pilotage stratégique, budgétaire et opérationnel des activités d'observation, de gestion des données et d'évaluation. Avec son équipe, il développe et optimise des dispositifs d'analyse et d'appui aux politiques publiques, notamment sur les enjeux de transition professionnelle, d'alternance, de certification, de mixité professionnelle et d'innovation en matière d'offre de services. Il collabore au quotidien avec des acteurs institutionnels majeurs tels que France compétences, France Stratégie et le Céreq.



Maximilien DUBOIS,
Chef de projets observation
chez Opco EP

Travaillant au sein du Service observation d'Opco EP, Maximilien Dubois est en charge de produire et de piloter des études qualitatives et quantitatives dans le champ de l'emploi et de la formation, au service, entre autres, des branches professionnelles. Diplômé du master « métiers des études et du conseil » de l'université Montpellier 1, il mène des travaux qui portent principalement sur l'impact des transitions sur les emplois et les besoins en compétences. Il a notamment occupé des fonctions de Chargé d'études et de Chef de projets dans des institutions contribuant au développement territorial (Agence d'urbanisme de Nantes, GIP Emploi Roissy, ANCT). Il collabore régulièrement avec des acteurs institutionnels comme l'Insee ou France Stratégie.



Stéphane GAERTNER,
Directeur du Bureau
de Strasbourg de Katalyse

Stéphane Gaertner travaille chez Katalyse depuis 18 ans. Après un début de parcours à Lyon, il développe en 2012 le Bureau de Strasbourg, qu'il dirige depuis. Il intervient auprès des PME et ETI (conseil en stratégie et organisation), des collectivités publiques (développement économique des territoires) et des organismes professionnels, comme les Opco. Il pilote de nombreuses missions pour Opco EP, notamment sur l'emploi et les compétences : analyses prospectives, impacts du numérique, de l'IA et de la transition écologique, référentiels de compétences, cartographies métiers ou encore certifications. Il accompagne également organismes et entreprises sur leur stratégie et feuille de route, en s'appuyant sur les équipes Katalyse réparties sur tout le territoire.

QUELQUES
CHIFFRES CLÉS
SUR L'ÉTUDE

TRANSITION NUMÉRIQUE DANS LA BRANCHE DE L'IMMOBILIER:

enseignements clés de l'étude
menée par Opco EP

LE NUMÉRIQUE: UNE OPPORTUNITÉ POUR LA BRANCHE DE L'IMMOBILIER

Les entreprises de la branche de l'immobilier associent largement le numérique à un levier de développement et de simplification.



+ de 60%

des structures envisagent d'investir davantage dans les outils d'IA à court ou moyen terme.

Source: Enquête en ligne, 135 répondants.

+ de 39%

des entreprises prévoient d'investir dans les outils numériques (hors IA) dans les trois prochaines années.

Source: Enquête en ligne, 162 répondants.

LES 4 PROFILS D'ENTREPRISES

1

MOTEURS



Les grandes entreprises dotées d'une stratégie numérique claire et ambitieuse. Elles investissent massivement dans le numérique pour maximiser leur compétitivité.

2

INGÉNIEUX



Les PME engagées malgré des moyens limités. Elles expérimentent activement des solutions numériques pour rester compétitives.

3

SUIVEURS



Les entreprises attentistes, qui préfèrent observer les premiers résultats avant d'investir dans la transition numérique.

4

INDIFFÉRENTS



Les entreprises réticentes au changement dont la pérennité est menacée sans évolution. Elles sont peu enclines à adopter des solutions numériques.

QUELQUES
CHIFFRES CLÉS
SUR L'ÉTUDE

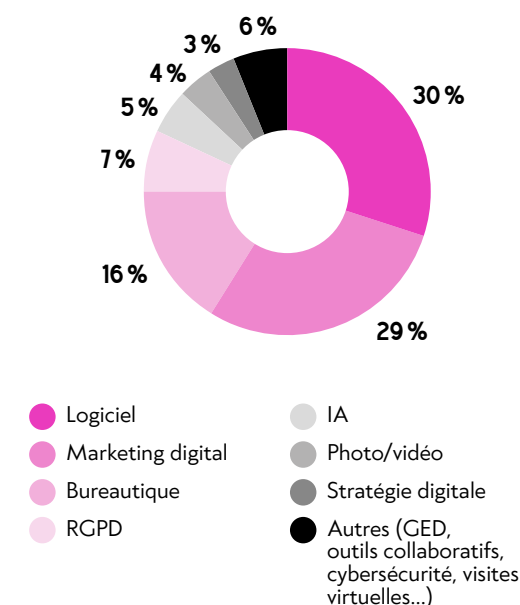
LES PRIORITÉS D'ACTION POUR LA TRANSITION NUMÉRIQUE DANS L'IMMOBILIER

La transition numérique dans l'immobilier repose avant tout sur l'amélioration de la visibilité en ligne et la gestion optimisée des processus internes. Voici le **top 3 des actions engagées ou envisagées** par les entreprises de la branche Immobilier.



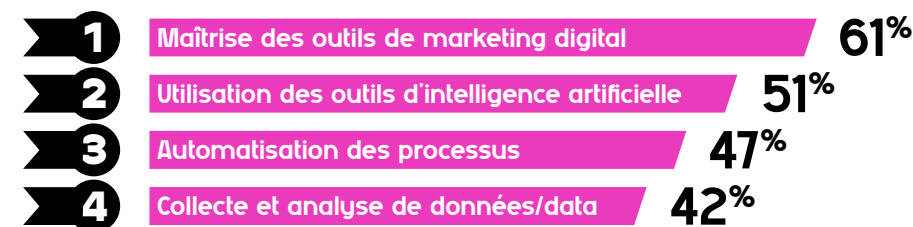
LES LEVIERS POUR L'ADOPTION DU NUMÉRIQUE DANS LA BRANCHE IMMOBILIER

Thématiques des formations dispensées dans le cadre du plan de développement des compétences.



Source: Opco EP, 2023.

LES COMPÉTENCES À DÉVELOPPER POUR RÉUSSIR LA TRANSITION NUMÉRIQUE



Enquête en ligne, 104 répondants estimant qu'il s'agit d'un besoin majeur.

Les entreprises plus efficaces avec l'IA!

PROXIMITÉ EN ACTIONS

Dans les Hauts-de-France, l'entreprise industrielle *Bardahl* a généralisé la rédaction de comptes-rendus avec l'outil Leexi, grâce à l'accompagnement d'Opco EP. Dans un futur proche, l'opérateur de compétences pourra également financer la formation à d'autres outils qui feront gagner davantage de temps ou optimiseront la production.



Hauts-de-France



Fondée à Roubaix en 1954, la SADAPS (Société anonyme des additifs et produits spécialisés) Bardahl fabrique des lubrifiants et additifs pour les machines : véhicules, avions, tracteurs, lignes de fabrication et de conditionnement... Dès son arrivée, en 2022, dans cette entreprise de 350 salariés, le Directeur commercial de la branche Industrie Christophe Girodon a voulu former ses collaborateurs à Leexi, un assistant IA de prise de notes et de rédaction de synthèses. Cette démarche a été soutenue en amont par un accompagnement Opco EP via le dispositif PCRH⁽¹⁾. Sur les conseils de Valérie Wagner, conseillère Opco EP, et dans ce contexte de réorganisation commerciale, les pratiques internes ont pu être modernisées.

« On avait de plus en plus de visios et beaucoup de comptes-rendus à écrire à l'issue de celles-ci! C'était très chronophage », se souvient Christophe Girodon. Grâce à Leexi, les messages échangés pendant la réunion sont automatiquement formalisés. Cela facilite ensuite le déroulement des plans d'action. Mais l'utilisation de l'IA, chez Bardahl, ne s'arrête pas à Leexi : « Les jeunes commerciaux utilisent fréquemment ChatGPT pour préparer les mails qu'ils envoient aux clients. Ceux-ci sont parfaitement adaptés et rédigés sans fautes. L'IA ne remplace pas totalement l'humain puisque le collaborateur réfléchit à son prompt avant de le soumettre à la machine. Même si certains étaient réticents au départ, bien des métiers de l'entreprise ont fini par s'y mettre, qu'il s'agisse des coordinatrices, des chefs de marché ou des commerciaux », se félicite le dirigeant.

Garde-fous et nouveaux cas d'usage

Florentin Guillemain, Directeur des systèmes d'information de Bardahl, est lui aussi ravi d'un tel engouement pour le numérique. « C'est toujours positif, que les collaborateurs s'approprient l'IA, même s'il faut poser des garde-fous. Pour les réunions stratégiques liées à la R&D, par exemple, mieux vaut utiliser Copilot que Leexi car on maîtrise moins ce dernier en termes de sécurité des données. » Attention, aussi, à la prolifération des retranscriptions, qui peut devenir contreproductive! « Nous les réservons aux entretiens RH et aux réunions de projet. » Toute formation à l'IA, souvent réalisée à l'extérieur de l'entreprise, nécessite une mise au point interne pour que les collaborateurs s'approprient les outils correctement. Au-delà de l'IA générative (type ChatGPT), l'intelligence artificielle continue de se diffuser chez Bardahl. Avant de former les équipes, l'entreprise imagine les cas d'usage qui pourraient la rendre plus efficace. « À l'avenir, nous aurons certainement besoin d'Opco EP pour nous aider à former des collaborateurs à la rédaction assistée par IA de fiches de sécurité, dont les éléments réglementaires sont très détaillés, continue Florentin Guillemain. Nous pourrions aussi acculturer les collaborateurs à une IA qui ferait de la maintenance prédictive ou qui optimiserait les cadences de production. Enfin, l'IA peut aider à gérer le parcours du collaborateur dans l'entreprise. » Ce ne sont pas les idées qui manquent... ■

(1) Prestation de conseil en ressources humaines.

Dans les soins esthétiques aussi, l'IA trace son chemin

À Orchies, dans le Nord, l'institut Ô Boudoir de Chloé a fait appel à Opco EP pour automatiser ses réseaux sociaux et alimenter ses comptes Instagram et Facebook. En effet, l'institut de beauté est présent en ligne et garde un lien continu avec ses clientes, notamment avant les rendez-vous pour définir l'étendue des prestations. « Notre agenda étant complet, nous avions du mal à répondre aux messages rapidement », confie Chloé Riquier, gérante de l'entreprise. Grâce à Emilie Nieborak, sa conseillère Opco EP, la community manager de l'institut a suivi une formation dont le coût a été en grande partie pris en charge par le dispositif FNE-Formation. Aujourd'hui, les réseaux sociaux fonctionnent « tout seuls », répondent aux clientes et génèrent du contenu... et cela sans une faute d'orthographe! Chloé et son équipe n'ont plus qu'à rendre belles les habitantes de la région.



FORMATION AU NUMÉRIQUE

UN ENJEU CLÉ POUR LES TPE-PME

Le baromètre Transitions & Compétences, mené par BVA pour Opco EP, a permis d'interroger près de 10 000 entreprises de proximité afin de mieux comprendre les impacts des transitions, y compris la transition numérique, auxquels elles font face quotidiennement. Voici quelques enseignements de cette étude sur le volet numérique.

BESOINS ET ATTENTES FACE À LA TRANSITION

Besoins principaux

30%

des entreprises ont sensibilisé ou formé leurs salariés au numérique

Branches professionnelles ayant la part la plus importante d'entreprises ayant mis en place des actions de sensibilisation ou de formation des salariés :

Notariat : 51 %

Immobilier : 45 %

Personnel des prestataires de services du secteur tertiaire : 42 %

Promotion immobilière : 42 %

Personnel des cabinets médicaux : 36 %

10%

seulement ont proposé une formation liée à l'IA

Les attentes des entreprises

38%

souhaitent un accompagnement personnalisé

38%

demandent des financements

29%

veulent identifier les usages possibles de l'IA dans leurs métiers

L'enjeu : passer de la prise de conscience à l'action grâce à l'appui des partenaires institutionnels comme Opco EP.

UNE PRISE DE CONSCIENCE INÉGALE, MAIS UNE MAJORITÉ VOIT LE NUMÉRIQUE COMME UNE OPPORTUNITÉ

Priorité donnée au numérique selon la taille de l'entreprise

60%

des entreprises de plus de 50 salariés considèrent la transition numérique comme prioritaire

Top 3 des branches pro qui considèrent le numérique comme prioritaire :



49%

Esthétique, cosmétique et enseignement technique et professionnel liés aux métiers de l'esthétique et de la parfumerie



47%

Prothésistes dentaires et personnels des laboratoires de prothèses dentaires



45%

Immobilier

30%

seulement des TPE de moins de 10 salariés partagent ce constat

Plus l'entreprise est grande, plus le numérique s'impose comme un levier stratégique.

Sources : Enquête réalisée en mix méthodologie web et téléphone entre décembre 2024 et avril 2025, à partir du fichier des entreprises relevant du champ Opco EP, enrichi d'Access Panels. 9 997 entreprises répondantes (établissements principaux) relevant du champ Opco EP. Ateliers en régions avec un total de 108 entreprises de proximité.

Le numérique : une opportunité plus qu'une contrainte

34%

des entreprises perçoivent le numérique comme une opportunité

31%

le considèrent comme une nécessité

7%

seulement le voient comme une menace

Les TPE-PME associent avant tout le numérique à un potentiel de développement et de simplification.

COMPÉTENCES NUMÉRIQUES À RENFORCER OU LES PLUS DEMANDÉES

41%

Promotion sur les réseaux sociaux

31%

Administration de site web

31%

Utilisation d'applications et de services

28%

Cybersécurité

28%

Formation à distance

Ces transformations font émerger de nouveaux besoins en compétences, notamment numériques et digitales. En effet, 21% des entreprises interrogées souhaitent former leurs salariés aux usages de l'IA.

Retrouvez l'étude complète ici!



Intelligence
artificielle :

la révolution des compétences

L'intelligence artificielle bouleverse les pratiques au travail. Les entreprises de proximité n'y font pas exception. Boulangerie, notariat, promotion immobilière, services à la personne, prestation de services... toutes les branches professionnelles sont concernées, chacune à des degrés variables selon le type d'activité et le niveau d'automatisation possible. Pour prendre la vague du changement, les salariés des entreprises de proximité doivent être formés dès maintenant, en adaptant bien sûr les enseignements aux enjeux de chaque profession. *Parfois vue comme une menace, l'IA recèle aussi beaucoup d'opportunités.*

Interview



Vincent Cattelain
conférencier, consultant
et formateur, spécialiste
de l'IA

Titulaire d'un DBA (Doctorate of Business Administration) en intelligence artificielle et business de l'Université Catholique de Lille, Vincent Cattelain est responsable du Département audit & conseil du Groupe Habitat en Région, l'opérateur immobilier social des Caisses d'Epargne et du groupe BPCE. Il est également conférencier, consultant et formateur indépendant sur les sujets liés à l'IA.



L'intelligence artificielle est là. Les entreprises doivent-elles former leurs collaborateurs à ce nouvel outil ?

Vincent Cattelain : C'est une évidence. Les salariés qui savent utiliser l'IA remplaceront ceux qui ne savent pas l'utiliser. On entre dans l'ère du « collaborateur augmenté ». Ce salarié 2.0 interagit avec des large language models (LLM⁽¹⁾), type ChatGPT, Perplexity ou Gemini. Par ailleurs, l'apprentissage de l'IA doit se doubler d'une formation aux bonnes pratiques, notamment réglementaires : dans le cadre du RGPD⁽²⁾ et de l'AI Act⁽³⁾, les outils d'intelligence artificielle sont à manier avec précaution pour éviter la dissémination de données sensibles. L'utilisation du modèle chinois DeepSeek (agent conversationnel exploitant un grand modèle de langage), par exemple, n'est pas sans risque : créé en 2022, il présente certains biais, notamment politiques, dans ses réponses. J'ajoute qu'il faut aussi former les dirigeants, pas uniquement leurs collaborateurs. Il y a un grand besoin de « stratégie augmentée » grâce à l'IA. Enfin, j'observe que de nombreux salariés utilisent l'IA sans le dire à leurs collègues, encore moins à leur hiérarchie ! C'est le shadow AI, ou IA de l'ombre. Raison de plus pour édicter des règles claires quant à son utilisation : a-t-on le droit d'utiliser l'IA au travail ? Et, si oui, comment ?

Quelles sont les différentes sortes d'IA qu'une entreprise peut utiliser ?

V. C. : Il y a les outils généralistes, type LLM, évoqué précédemment. Et puis il y a l'IA développée au sein même de l'entreprise. Entraînée avec vos propres données, paramétrée sur mesure, elle répondra à des demandes très spécifiques. Elle ne vous donnera pas la recette du gâteau au chocolat, mais elle sera très performante pour prédire les pannes de vos machines ou réaliser une segmentation de votre clientèle, par exemple. Avant toute utilisation de l'IA, il est bon d'identifier les problèmes qui se posent à votre entreprise, et les cas d'usage : ce sont eux qui vous guideront ensuite dans l'utilisation de l'outil. Bien sûr, pour les PME, il est parfois plus simple de s'appuyer sur un modèle existant.

Opco EP doit-il financer des formations à l'IA, même si celle-ci évolue en permanence ?

V. C. : Les entreprises de proximité doivent y être a minima acculturées. Si l'IA évolue certes constamment, ses bases resteront. Une personne formée à Windows il y a 20 ans comprend mieux son ordinateur qu'une personne totalement novice. Apprenons aux salariés, dirigeants et alternants à prompter, c'est-à-dire à donner les bonnes instructions à la machine. Plus on comprendra le fonctionnement de l'IA, mieux on sera capable d'utiliser ses versions successives. Il faut s'inscrire dans une démarche de formation continue, comme le propose Opco EP, car l'outil change en permanence.

Toutes les entreprises de proximité n'ont pas le même usage de l'IA : doit-on former différemment le notaire et le boulanger ?

V. C. : Ces deux métiers ont peut-être des cas d'usage en commun. Résumer du texte, accompagner un brainstorming... c'est utile à tout le monde ! Mais entre le boulanger et le notaire, les enjeux ne sont pas les mêmes. Si le premier utilise l'IA pour sa comptabilité ou pour innover dans le descriptif de ses gâteaux, le danger est limité. Le notaire, en revanche,

L'intelligence artificielle au fil du temps, par Vincent Cattelain

1274 : l'érudit catalan Raymond Lulle imagine un système de combinaisons visant à démontrer la validité du christianisme en l'associant aux principes de la philosophie grecque. Son Ars Magna est une première tentative d'artificialiser la pensée humaine via la logique.

1950 : le « test de Turing », inventé par Alan Turing, mesure la capacité d'une IA à penser comme un humain. Quelqu'un converse en parallèle avec deux interlocuteurs : un autre humain et une IA. Si ce quelqu'un est incapable de faire la différence entre l'humain et la machine, le test est passé avec succès. Depuis quelques années, les ordinateurs réussissent régulièrement le test de Turing.

2000 : les puces informatiques, associées à l'essor de la data, stimulent le développement de l'IA. On parle aussi de « neurones artificiels ».

2022 : ChatGPT est lancé. Le grand public a accès à l'IA. Les LLM (large language models) se multiplient.

doit faire attention en rédigeant ses conclusions avec l'IA car le risque juridique est important. La formation doit donc être adaptée à chaque cas, comme le propose par exemple Opco EP, qui soutient les entreprises de proximité dans l'exploration de l'IA, à travers le conseil et le financement des formations, conscient de la diversité des usages et des besoins. Bien entendu, l'IA ne remplace pas non plus tous les usages : il faudra toujours façonner la pâte à pain ou être derrière le comptoir en boutique !

L'IA peut aussi avoir des hallucinations, c'est-à-dire qu'elle fournit des réponses erronées. Peut-on vraiment se fier à elle ?

V. C. : Plus le temps passe, plus les modèles s'améliorent. Quand on utilise l'IA, on l'entraîne et elle nous répond mieux. Elle avoue aussi quand elle ne sait pas. Si vous lui posez une question notariale et qu'elle n'a pas la réponse... elle vous renverra vers un notaire ! J'y vois là un autre enjeu de formation : éduquer les gens à l'IA, c'est faire en sorte qu'ils vérifient systématiquement les réponses de la machine (qui, d'ailleurs, donne de plus en plus ses références). Il faut affûter notre esprit critique, challenger notre outil. C'est l'humain qui plante le clou, pas le marteau.

Autrefois, on formait des dactylographes. Maintenant, tout le monde sait taper sur un ordinateur. L'IA va-t-elle rendre certaines formations obsolètes ?

V. C. : Grâce à l'IA, tous les collaborateurs peuvent apprendre facilement à utiliser un tableur ou un traitement de texte. L'IA forme aux compétences de base. En revanche, pour aller plus loin, un formateur est nécessaire. L'IA est moins pédagogue qu'un humain. La formation a une réelle plus-value, notamment dans les métiers manuels. Vous pouvez apprendre en ligne à réaliser un croissant,

mais rien ne vaut l'apprentissage en cuisine, avec un boulanger qui vous transmet son savoir et la maîtrise du geste artisanal.

Pourtant, les salons de coiffure forment déjà leurs apprentis avec des outils d'IA qui reproduisent des cheveux fictifs...

V. C. : Certes. Mais ce n'est pas en apprenant à piloter sur Flight Simulator⁽⁴⁾ que vous serez autorisé à prendre les commandes d'un Airbus ! L'IA vous aide à acquérir un corpus de compétences de base. D'ici dix ou quinze ans, cela dit, elle sera peut-être capable de vous former aussi bien qu'un humain. Autrefois, les LLM n'avaient pas de mémoire. Ils oubliaient quand on fermait la boîte de dialogue. C'est moins vrai aujourd'hui. Ils se souviennent et vous accompagnent de manière personnalisée.

Comment évoluera l'IA à moyen terme ?

V. C. : Elle va sortir de l'écran et être capable de comprendre tout ce qui passe autour d'elle. L'IA dite « agentique » ne fournira pas seulement des connaissances, elle déploiera aussi des actions : ces « agents IA » seront capables de prendre des décisions et de remplir des tâches de façon quasi autonome. En trois dimensions, elle entendra le bruit ambiant, captera les flux de personnes et le fonctionnement des machines alentour. Cela suppose une capacité de calcul phénoménale. Les robots actuels sont déjà truffés d'IA.

Quel sera son impact sur l'emploi ?

V. C. : Des métiers vont inévitablement disparaître. L'IA concurrence très bien les traducteurs, par exemple. En revanche, son apport est énorme sur d'autres plans. En nous débarrassant de tâches à faible valeur ajoutée, elle nous recentre sur notre créativité. L'IA va aussi générer des emplois. Comme l'ordinateur a donné naissance aux informaticiens, elle nécessitera des métiers spécifiques : data managers, data engineers, etc. Je ne sais pas à quoi ressemblera le paysage de l'emploi et de la formation dans quelques années, mais je sais que ce sera étonnant, comme l'IA elle-même. ■

(1) Les « grands modèles de langage » sont des programmes informatiques autoapprenants capables de comprendre et de générer du texte.
(2) Règlement général sur la protection des données.
(3) La loi européenne sur l'intelligence artificielle est entrée en vigueur en août 2025.
(4) Jeu vidéo de simulation de vol.

Demains

LES CAHIERS D'OPCO EP

Recevez gratuitement notre revue *Demains*, les cahiers d'Opco EP. Chaque édition vous propose une analyse approfondie des enjeux liés à la formation professionnelle et à l'emploi, élaborée par des experts du secteur.

Une adresse unique pour vous abonner :
directiondelacommunication@opcoep.fr



SéleXion

Le catalogue de formations
qui va à l'essentiel.

selexion.opcoep.fr

Opco ep
OPÉRATEUR DE COMPÉTENCES
DES ENTREPRISES DE PROXIMITÉ



Demains, les cahiers d'Opco EP, est une revue qui allie rigueur scientifique et accessibilité, en explorant les enjeux concrets du monde de la formation.

Pour ce troisième numéro, plongez au cœur de la transformation numérique des entreprises de proximité grâce à une étude consacrée à la branche de l'immobilier, complétée par des interviews d'experts, de représentants paritaires et de chefs d'entreprise.



Chez Opco EP, nous œuvrons quotidiennement aux côtés des TPE-PME, de leurs salariés et alternants pour favoriser le développement des compétences.