

Internet et le marché immobilier

Résumé

Le marché de l'immobilier est vaste et ses acteurs sont nombreux, l'INSEE recense quelques 226935 entreprises dans ce secteur. Les acteurs traditionnels sont les notaires, les entreprises de promotion immobilière, les marchands de biens. Mais émergent de nouveaux intervenants qui sont surtout présents sur Internet.

Cette présence est due au développement des Technologies de l'Information et de la Communication et d'Internet. Le consommateur étant demandeur et mieux équipé pour accéder aux nouvelles technologies, ces entreprises se sont développées pour proposer une nouvelle offre de services.

Il en ressort un marché diffus où tous les acteurs tentent de se faire une place. L'objectif est ainsi, pour les entreprises traditionnelles, de s'adapter, tandis que les nouveaux concurrents ne cessent d'évoluer pour coller au maximum aux attentes des consommateurs.

Ces mutations ne se font donc pas sans heurts pour le consommateur qui n'est pas toujours à l'aise et bien protégé sur ce marché.

Plan

Introduction **p4**

Le marché de l'immobilier **p5**

1. Quelques données
2. Les acteurs en place
3. l'émergence de nouveaux type d'acteurs

Internet : quel impact sur le marché traditionnel de l'immobilier ?

1. Le développement des TIC et de l'Internet **p6**
2. Une nouvelle donne pour les acteurs
3. Un marché diffus et pas toujours optimal

La réponse stratégique des différents acteurs **p9**

1. Adaptation
2. Evolution
3. Limites juridiques

Conclusion **p11**

Bibliographie **p12**

Introduction

Le marché de l'immobilier est un marché traditionnel réparti entre de nombreux acteurs. Ceux-ci se partagent le marché surtout localement. Mais récemment une nouvelle génération de professionnels a vu le jour. L'émergence des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et d'Internet a modifié les règles du jeu, les consommateurs sont attirés par les consultations et la recherche de biens en ligne, c'est ainsi que de nouveaux acteurs émergent pour s'adapter aux nouvelles exigences des consommateurs. Un nouveau marché plus diffus apparaît où les concurrents sont nationaux. Chaque acteur va devoir ainsi s'adapter et trouver une réponse stratégique à ces mutations. La place est donc chère pour le marché sur Internet car elle demande de la réactivité et une innovation permanente.

Le marché de l'immobilier

Très vaste et fortement développé, le marché de l'immobilier est très flou. Quelques données sur ce marché vont permettre de mettre en avant les principaux acteurs et pointer les dernières évolutions de la concurrence.

1. Quelques données sur le marché français.

Selon l'INSEE les activités immobilières sont une classe à laquelle appartiennent les secteurs de la promotion et gestion immobilière avec ceux de la location immobilière. Pour 2005 les chiffres étaient de 226935 entreprises dans cette classe, générant un chiffre d'affaire de 86.595.476 Keuros.

C'est un marché très diversifié, mais majoritairement occupé par des professionnels, 60% des transactions se font par le biais de professionnels (tns-sofres). Le reste des transactions est effectuée de particulier à particulier.

Le marché immobilier est fortement concurrentiel, les entreprises sont de natures très variées mais très présentes localement.

2. Les acteurs en place

De nombreux acteurs sont présents sur le marché de l'immobilier, on y retrouve classiquement les notaires, ils sont au nombre de 8299 en France et plus de 50% de leur activité est dans l'immobilier (www.notaires.fr). Les entreprises de promotion immobilière (Bouygues immobilier, 4M) sont environ 9587 pour un chiffre d'affaire de 14823 Meuros, elles ont pour activité la construction et la réhabilitation. Sont aussi présents les marchands de biens, au nombre de 13837, ils réalisent un CA de 6844 M euros par le biais de l'achat et la revente de biens immobiliers. Les agences immobilières et administrateurs de biens sont 33794 en France et génèrent un CA de 8095 M euros en estimant et en gérant des transactions. En grand acteur on retrouve aussi les entreprises de location immobilière au nombre de 14920.

Ces acteurs du marché de l'immobilier sont considérés comme des acteurs traditionnels, mais en parallèle on observe l'émergence de nouveaux concurrents.

3. Les nouveaux acteurs

Le marché de l'immobilier a toujours connu le système du particulier à particulier, il permet d'éviter les coûts de transaction et frais divers demandés par les agences ou notaires. C'est par ce biais que sont nées les revues d'annonces mettant en relation directement les particuliers et permettant un regroupement de l'information, « De particulier à particulier ». Ces revues sont ainsi venues concurrencer les acteurs déjà présents. Depuis qu'Internet s'est développé un nombre important d'acteurs a suivi le pas. Des agences en lignes, comme le site agencedirecte.com, des moteurs de recherche d'annonces, seloger.com, des sites de services aux professionnels ou aux particuliers, evaluation-immo.com, des sites d'annonces en ligne. Un panel très diversifié d'acteurs plus ou moins identifiables et plus ou moins développés. L'exemple de seloger.com, pure player et leader dans le domaines des annonces sur le net présente une progression de son chiffre d'affaire semestriel de 60.1%, pour un taux de pénétration de plus de 40% (idfmedias.fr pour 2007).

Le marché de l'immobilier, déjà très diversifié, voit apparaître de nouveaux concurrents et intermédiaires. Cette évolution n'est possible que pour certaines raisons et en particulier celles liées à l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication. L'élément déclencheur étant Internet.

Internet : quel impact sur le marché traditionnel de l'immobilier ?

Ces dernières années se sont développées ce que l'on a appelé les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). Ces changements ont donc bouleversé les acteurs en place du marché de l'immobilier et permis de voir émerger des concurrents. C'est ainsi que le marché en lui-même va muter.

1. Le développement des TIC et d'Internet.

La notion de TIC est le constat des fortes avancées en matière d'informatique, d'Internet et des télécommunications et de leurs interactions. Le développement des bases de données, de la rapidité de traitement, la transmission quasi instantanée des informations, a permis à tous les acteurs d'accéder à l'information plus rapidement et de manière plus précise. Chaque entreprise immobilière a sa base de données, l'informatique a permis de les stocker, Internet de les transmettre. Ainsi les différentes agences d'un réseau se relient entre elles pour partager leur information. Les externalités de réseaux apparaissent et permettent aux entreprises immobilières d'élargir leur offre, de diminuer leurs coûts de recherche et de profiter des avantages des réseaux auxquels elles appartiennent. Les entreprises indépendantes se placent chez des intermédiaires et sont plus visibles par le consommateur.

Le tableau suivant présente les différences dues aux TIC et à l'usage d'Internet pour les entreprises du secteur et les consommateurs (et professionnels).

		Marché traditionnel	Internet
Atouts	Entreprises	- Concurrence locale - Prix moyens plus élevés	- Offre globale - Couverture importante
	Consommateur	- Proximité - Offre pertinente	- Information plus complète - Coûts de transaction plus faibles - Intermédiaires moins nombreux
Faiblesses	Entreprise	- Offre limitée et locale	- Concurrence importante - Veille concurrentielle - Evolution rapide
	Consommateur	- Information imparfaite - Coût élevé de la recherche d'information - Offre essentiellement locale	- Validité de l'information - Disponibilité des professionnels

2. Une nouvelle donne pour les acteurs.

Le marché de l'immobilier est donc bouleversé, Hervé Parent, dans un article de Juin 2005, précise : « En cinq ans, Internet est devenu incontournable pour acheter ou louer un logement. Aujourd'hui, 80 % des recherches passent par ce biais et il génère plus de 30 % du chiffre d'affaires des agents immobiliers (Ipsos-FNAIM). » C'est donc la preuve qu'il existe une réelle demande des consommateurs.

Apparaissent ainsi des nouveaux opérateurs sur les marchés dont le métier est essentiellement basé sur ces réseaux. Ils agrègent l'information et la proposent au consommateur, ils filtrent les bases et amènent plus rapidement le consommateur à ce qu'il recherche.

En parallèle se créent des agences en ligne, elles tentent de concurrencer les agences traditionnelles en proposant des services à distance et des coûts plus faibles.

3. Un marché diffus mais pas toujours optimal.

Les TIC permettent donc à de nouvelles entreprises de se positionner sur un secteur apparemment saturé. « La recherche d'un logement s'effectue de plus en plus sur Internet. Entre 2005 et 2007, l'audience des sites de l'immobilier a attiré 17.3% des internautes, selon une étude de Médiamétrie » cite le *Figaro* du 25 Septembre 2007. Mais face à ce croissant intérêt de l'immobilier en ligne, tous les opérateurs tentent de se positionner, il en va ainsi d'un flou pour le consommateur entre les sites « agrégateurs » d'annonces, comme sitimmo.com, les sites des réseaux traditionnels, fnaim.fr, les prestataires virtuels, agencedirecte.com, ...

Le constat est donc fait que les TIC et l'essor d'Internet ont un impact conséquent sur le marché de l'immobilier. Les acteurs traditionnels s'adaptent et se mettent en phase avec les évolutions permanentes de leurs concurrents sur Internet.

La réponse stratégique des différents acteurs

Dans cette effervescence de nouveaux intervenants sur le marché de l'immobilier, les acteurs traditionnels mutent et évoluent pour offrir des services concurrents. Mais en parallèle les tendances et les évolutions sont beaucoup plus actives sur Internet. Tous les opérateurs doivent se positionner et adopter des stratégies de différenciation.

1. Adaptation

Pour contrer cette nouvelle concurrence les acteurs traditionnels s'adaptent et proposent de nouveaux modèles économiques. Les notaires se regroupent autour de bases de données communes et migrent vers des solutions de signature numérique des actes notariés dit « authentiques », ils regroupent leurs informations sur des sites communs, immonot.com. Les agences en réseaux profitent de l'opportunité d'appartenir à un groupe pour se réunir sous la bannière d'un site, arthurimmo.com. Dans cette configuration le consommateur a peu de chance de profiter d'une baisse des coûts due à une meilleure information et à une concurrence des acteurs, en effet l'offre n'est que celle du groupe. Les agences indépendantes quand à elles utilisent les sites agrégateurs pour proposer leurs offres, elle touchent ainsi un plus large public. L'exemple d'acheter-louer.fr illustre ce phénomène, en effet, leader de la presse gratuite immobilière, il se place en challenger sur Internet: « Le chiffre d'affaire semestriel s'établit à 3,8 millions d'euros en hausse de 43% et le résultat courant augmente de 167% à 112.000 euros. Sur Internet, la fréquentation du site a atteint 1 million de visiteurs uniques en août 2007 pour 140.000 annonces en ligne » déclare idfmedias.fr.

2. Evolution

La difficulté sur Internet reste la permanente et rapide évolution des technologies. Les sites d'immobilier traditionnels, affichant des listes de résultats par recherche, évoluent pour se rendre plus interactifs et plus attractifs. Si Web 2.0 est défini comme une offre de contenus interactifs, communiquant et venant jusqu'au consommateur, alors les nouvelles entreprises de l'immobilier y tendent. Elles développent en effet des technologies sur portable, comme la réceptions de sms personnalisés, proposent de plus en plus la géolocalisation de leurs biens,

permettent des visites virtuelles : « En effet, si auparavant les petites annonces étaient seulement décalquées des journaux pour être ensuite mises en ligne, aujourd'hui elles deviennent "vivantes". *"Deux grandes innovations vont se développer : les visites virtuelles et la géolocalisation"*, prédit Hervé Parent, président de la Fédération française de l'immobilier sur Internet », *Figaro.fr* (ff2i.org).

Ces changements vont se coupler à des changements de pouvoir, lesinfos.com annonçait en décembre 2006 la reprise de 34% du réseau Arthur Communication (l'optimist). Les echos.fr de février 2007 présentent un dossier : « L'offensive des banques dans le secteur immobilier ». Ce qui laisse présager une rude concurrence sur un marché prometteur comme celui d'Internet. Les initiatives se bousculent donc pour se faire une place sur le marché d'Internet : « Avec l'organisation de chats vidéo en direct avec des experts de l'immobilier, initiative lancée par enligneimmo.com, Internet s'immisce dans le conseil personnalisé aux particuliers. » (figaro.fr).

3. Les limites juridiques.

Un tel engouement ne se fait pas sans douleur, c'est ainsi qu'on constate « 75% des agences immobilières en infraction » selon la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF). Sophie Lutrand cite ainsi dans son article du 06/09/07 sur aliceadsl.lci.fr : « Selon la DGCCRF, la proportion d'infractions dans le marché immobilier a fortement augmenté notamment du fait de l'arrivée de nouveaux acteurs. *"Le marché est très tendu avec de fortes plus-values pour les professionnels, ce qui a attiré de nouveaux acteurs n'ayant pas forcément les qualifications pour ce métier"*. La DGCCRF affirme qu'elle *"maintiendra sa vigilance"* sur ces secteurs. ». Le moniteur-expert.fr déclare le 17/10/07 de la même façon : « Après le rapport de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui accuse les agences immobilières de "pratiques abusives", c'est au tour de la commission Attali de remettre en cause "le poids" des tarifs de ces agences. ». Il y a donc un risque pour le consommateur qui tend à être croissant avec la multiplication des offreurs sur le marché.

Les différents acteurs ont donc su s'adapter et évoluer pour rester compétitifs et visibles sur le marché. Les traditionnels se sont modernisés mais les nouveaux arrivants rivalisent d'innovation pour garder leur place face aux géants qui se créent.

Conclusion

Le marché de l'immobilier a donc bien été bousculé par l'arrivée des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. Les acteurs traditionnels en place se sont vus concurrencer par les nouveaux arrivants que sont les agences en lignes, les sites d'annonces. Mais elles ont su réagir en utilisant elle-même ces nouvelles technologies et Internet. Elles ont ainsi pu créer des réseaux, proposer des services en ligne, rationaliser leur offre. Le marché de l'immobilier se trouve encore plus concurrentiel avec l'arrivée d'Internet. Le consommateur n'y est pas tout à fait gagnant car les rôles sur ce marché ne sont pas toujours clairement définis, les organes comme la DGCCRF veillent d'ailleurs activement au respect de la concurrence.

Bibliographie

[Fédération Française de l'Internet Immobilier](http://www.ff2i.org/) www.ff2i.org/

[Immoprix - Bienvenue](http://www.immoprix.com/) <http://www.immoprix.com/>

Les chiffres clés de l'immobilier des notaires de France : page d'accueil

[Le web révolutionne l'immobilier](http://www.lefigaro.fr/) <http://www.lefigaro.fr/>

Retrouvez toute l'actualité et conseils pour la gestion de votre patrimoine immobilier, ainsi que nos outils de simulation avec Lefigaro.fr

[MIN - Le Marché Immobilier des Notaires.](http://www.minencheres.com/) <http://www.minencheres.com/>

[Notaires de France](http://www.immobilier.notaires.fr/) <http://www.immobilier.notaires.fr/>

[SeLogger.com entre en bourse : Immobilier : SeLogger fait son entrée en bourse | Immobilier - Analyse du marché immobilier](http://www.prix-immo.com/) <http://www.prix-immo.com/>

SeLogger.com entre en bourse : Immobilier : SeLogger fait son entrée en bourse Toute l'actualité du marché immobilier en France, articles, interview et prévisions de l'évolution des prix et statistiques précises du secteur

[FFIP - Fichier Immobilier Commun de Mandat Exclusif](http://www.ffip.fr) <http://www.ffip.fr>

FFIP, Fichier Français Immobilier des Professionnels, pour une maîtrise de l'offre immobilière par la mise en commun de mandats exclusifs.

[L'immobilier sur Internet : du rêve à la réalité](http://www.cfo-news.com/) <http://www.cfo-news.com/>

[Ipsos.fr - L'outil Internet est utilisé en de multiples lieux](http://www.ipsos.fr) <http://www.ipsos.fr>

[Marche immobilier.pdf](http://www.tns-sofres.com) <http://www.tns-sofres.com>

[Notaires de France](http://www.notaires.fr) <http://www.notaires.fr>

Conseils des notaires relatifs à famille, patrimoine, immobilier et entreprise. La mission d'un notaire est de prévenir tout conflit. Recherchez un notaire dans notre annuaire

[Secteur : ALISSE](http://www.alisse.insee.fr) <http://www.alisse.insee.fr>

Guichet unique des données sur les entreprises soit seize sources statistiques et sept niveaux d'activités à détailler et à explorer. Secteur primaire, automobile, aéronautique, pharmaceutique, btp, immobilier, transport routier, comptabilité entreprise, enquête pme pmi.

[Médiamétrie](http://mediametrie.fr/) <http://mediametrie.fr/>

[Introductions : un nouvel acteur de l'immobilier sur Internet envisage une opération !](http://www.boursier.com) <http://www.boursier.com>

Actualité, information, news sur Introductions : un nouvel acteur de l'immobilier sur Internet envisage une opération ! par Boursier.com

[SitimmoPro - Actualités immobilières - Des nouveaux portails à l'automne](http://www.sitimmopro.com)

<http://www.sitimmopro.com>

Réalisation de sites web immobiliers - moteur d'annonces immobilières - hébergement de votre site immobilier - SitimmoPro réalise la création du site internet de votre agence immobilière et le référencement de votre site immobilier. Nous intégrons notre moteur de recherche d'annonces immobilières et les modules coup de cour immobilier et alerte immobilière.

[Achat maison, achat appartement, achat terrain](http://www.sitimmopro.com) <http://www.sitimmopro.com>

[L'offensive des banques dans le secteur immobilier - BANQUE IMMOBILIER](http://www.lesechos.fr)

<http://www.lesechos.fr>

L'offensive des banques dans le secteur immobilier - Finance BANQUE IMMOBILIER