

Digital Real Estate Summit

6 février 2020

Synthèse

I. Trends & Technologies - Nicolas Henchoz (Directeur, EPFL+ECAL Lab)

A. *L'accélération de l'innovation*

Actuellement, il y a beaucoup de productions technologiques ; mais cela ne fonctionne pas toujours.

En effet, pour qu'il y ait une innovation, il faut une invention et il faut que cette invention soit adoptée par l'utilisateur.

L'innovation n'existe pas en tant que telle → elle doit être adoptée par l'utilisateur pour exister.

B. *L'impact des pratiques artistiques*

Le domaine artistique a son rôle à jouer dans l'innovation : les artistes ont la capacité d'anticiper les besoins et de traduire cela dans des usages et des services.

Exemple : Bauhaus : architecture qui a modifié la qualité du construit → cela a entraîné un changement radical qui a changé la société.

C. *Quelques définitions*

- Design d'ingénierie : conception des systèmes.
- Design de produit : expression d'une fonction, incluant des dimensions culturelles et émotionnelles.
- Design d'expérience utilisateur : conception de l'expérience globale du point de vue de l'utilisateur.
- Recherche en design : création en design d'expérience utilisateur, produit ou service, en déterminant des principes de création et en comprenant les facteurs d'adoption.
- Design-thinking : processus d'idéation en pensant « utilisateur » et en impliquant d'autres acteurs (team building).
- Résidences d'artistes : le but est d'ouvrir des perspectives, avec un regard critique → inviter des artistes à explorer le potentiel de contextes nouveaux.

Centre de recherches en design de l'EPFL : buts :

- Transformer la performance en expérience utilisateur ;
- Créer des solutions de rupture ;

- Prototyper ;
- Comprendre l'impact ;
- Transférer, transmettre.

D. Exemples

1. Les services en ligne

Le futur du numérique ce sont les personnes âgées. Ces personnes souhaitent quelque chose d'utile. Ce n'est pas une question de capacité, mais une question d'utilité dans la vie réelle.

Il est important de comprendre les facteurs d'adoption, de comprendre l'idée et la notion de simplicité. Il faut que ce soit inclusif et durable.

Exemples d'impacts :

- Ensembles d'habitations protégées ;
- Dynamique sociale des nouveaux quartiers ;
- Services numériques aux habitants ;
- Information dans l'espace public.

2. Dispositifs immersifs & patrimoines

Il est important de prendre le passé dans son ensemble (patrimoines).

Il faut tirer un avantage du numérique, et ne pas essayer de refaire le monde.

Exemples d'impacts :

- Espaces immersifs individuels ;
- Espaces immersifs publics ;
- Dynamisation des lieux publics ;
- Valorisation des patrimoines numérisés ;
- Nouvelle approche du rôle de l'écran dans l'espace construit.

3. Bien-être

Exemples d'impacts :

- Apport du digital aux espaces dédiés au bien-être ;
- Evolution de la perception des lieux médicaux ;
- Réduction du stress dans les environnements densifiés.

Conclusions

Les principes en matière de *Trends & Technologies* sont les suivants :

Innovation = invention + adoption
--

Adoption = utilisateur (sens, contexte, perception)

Return Of Investment = impact X durabilité

Durabilité = connaissance des facteurs d'adoption

En résumé :

- Il faut innover en pensant à l'adoption ;
- Il faut prendre en compte l'utilisateur et son contexte réel ;
- Il faut créer des solutions dans la durée ;
- Il faut comprendre les facteurs clés de l'adoption.

II. Place de l'humain dans la numérisation – Samira Marquis (Fondatrice & Directrice, Makers ID)

Toute entreprise doit, au cours de sa vie, s'adapter et revoir sa stratégie suite aux crises (financières et autres) et aux changements (numériques et autres).

Ce travail est compliqué pour la direction, car cela consiste à démonter tout ce qui a été construit → destruction de la confiance d'une entreprise.

Makers ID a deux objectifs :

- Accompagner les entreprises dans les virages stratégiques ;
- Soutenir le développement des compétences.

Il n'y a pas de fatalité dans le changement : nous avons une grande capacité de changement (= résilience) ; l'humain est programmé pour le changement.

Le changement dans l'organisation d'une entreprise peut bien se passer si celui-ci est organisé et s'il s'agit d'une démarche inclusive et anticipée.

La réussite du changement dépend de la capacité de la direction, de la gestion de ses propres angoisses, et de sa volonté d'emporter et d'intégrer toute l'entreprise.

La transformation des business modèles est devenue un leitmotiv.

La digitalisation n'est pas une fin en soi, mais un moyen pour répondre à une stratégie de compétitivité et de pérennité.

Jusqu'à aujourd'hui :

- Le « Swiss Made » consiste en la maîtrise et la protection du savoir-faire. C'est un modèle centré sur le produit : développement, fabrication, vente et distribution.
- Le leadership consiste en la capacité à déléguer, à contrôler et à prendre des décisions. Les systèmes informatiques permettent de planifier.
- Ce modèle a fait ses preuves : excellence suisse qui garantit notre compétitivité. Nous avons une conjoncture et une situation privilégiée.
- On construit avec des gens et on vend à des clients.

Actuellement, la société est hyper-médiatisée → nouveau paradigme :

- Plus d'autonomie aux équipes sur le terrain ;
- Spécialisation.

4 types de mutation :

- Technologique :
 - 4^{ème} révolution industrielle ;
 - Emergence et accélération des nouvelles technologies ;
 - Organisation en réseaux (*business model* ouverts et plus d'intermédiaires) ;
 - Suppose des investissements technologiques et des compétences ;
 - Chantiers de transformation et de digitalisation des entreprises ;
 - Investissements massifs dans la gestion des données ;
 - Déploiement des nouvelles technologies pour communiquer directement avec le client ;
 - Acquisition de talents et de compétences dans le digital ;
 - Fracture numérique entre les grands groupes et les PME.
- Economique :
 - Concurrence entre domaine établi et acteurs inconnus ;
 - Concurrence entre plateformes digitales et entreprises installées ;
 - Economie de plateforme vs. entreprises traditionnelles = nouvelle concurrence (Uber, Airbnb) ;
 - Nouveau mode de coopération nécessaire et mises en place pour les entreprises traditionnelles ;
 - Les plateformes poussent les entreprises à améliorer les services et les compétences : travail sur des matériaux moins coûteux, mise en commun de

forces chez les sous-traitants pour intégrer le digital et rentabiliser les investissements.

- Géographique :

- « *From global to local* » : chercher des solutions locales pour proposer des solutions adaptées ;
- Personnalisation géographique en fonction de l'offre ;
- Plus on personnalise, plus il aura de choix, plus on standardise les processus internes ;
- Beaucoup de questions sur l'humain : comment standardiser tout en maintenant l'excellence des services ?

- Compétences et métiers :

- Accès aux compétences ;
- Taux de chômage très bas ; plus d'1/3 des employeurs suisses ont de la peine à repourvoir les postes ;
- Adaptation lente des formations et de RH aux changements numériques ;
- La question de l'employabilité et de la requalification des collaborateurs est centrale ;
- Ex : gestion des équipes décentralisées : il faut travailler autrement et manager différemment ;
- Approche différence des compétences : changement des compétences requises et des exigences → notamment importance des *soft skills*.

Arrivée d'une nouvelle génération : pratiques RH et management à adapter : plus de flexibilité, moins de paperasse, moins de lourdeurs administratives → ce sont de nouveaux paradigmes.

L'entreprise de demain doit s'adapter aux besoins des clients : standardisation et automatisation des processus de travail.

Au niveau des compétences, ce ne sera pas de compétences par métiers et par silos, mais plutôt une communauté de pratiques : *soft skills* et développement de l'autonomie des collaborateurs. Rôle de coach et de coordination des opérations du management.

Il ne faut pas avoir peur du changement, et intégrer les nouvelles technologies dans l'agenda des investissements.

La stratégie doit être claire, le rythme digeste et acceptable, et les collaborateurs doivent être intégrés. 3 phases dans la mise en place de la stratégie :

1. Analyse ;
2. Diagnostic ;
3. Accompagnement.

Conclusions

Transformation digitale d'une entreprise : les clés d'un virage réussi :

1. Une stratégie : compétitivité et pérennité de l'entreprise
2. Un *business model* : centré sur le client et ses besoins
3. Une organisation : agile, intégrant les technologies digitales dans les processus de travail

Investir dans les compétences et l'accompagnement du changement, à tous les échelons de l'entreprise, pour une technologie au service du lien et de l'humain

III. Blockchain – Cyrus Fazel (Fondateur & CEO, SwissBorg)

Est-ce que la blockchain est l'avenir de l'immobilier ?

La blockchain est un registre décentralisé que tout le monde peut consulter et que personne ne peut effacer, ce qui crée de la confiance.

La blockchain permet un droit de propriété. Permet, par exemple, d'envoyer de l'argent à l'étranger, dans n'importe quel pays.

Smart contracts : permet à deux tiers de pré-établir une transaction qui sera exécutée par la blockchain. Exemple : si le portefeuille d'actifs crypto n'est pas consulté pendant x années, alors les actifs seront envoyés directement à des trustees (sans que cela ne nécessite une action spécifique de la part des parties) → cela permet de coder et de pré-programmer certaines actions.

La blockchain est un nouveau paradigme, qui change de l'organisation traditionnelle centralisée. Dans la blockchain, il n'y a pas de différence entre les utilisateurs et les actionnaires.

Tokens economy : il y a différents types de *tokens* :

- *Utility tokens* (ex : carte de membre / licences) :
 - o Exemple : Primalbase (coworking space) : *token* qui permet d'être membre et de jouir de certaines heures de coworking. Si l'endroit évolue, le *token* peut être vendu à un marché secondaire. Le *token* permet également de voter sur certaines décisions de l'entreprise (ex : choix de l'emplacement d'un nouvel espace de coworking). Cela permet de fédérer une nouvelle communauté qui peut prendre des décisions et vendre le *token*.

- *Payment tokens* (moyens de paiement) ;
- *Asset tokens* (droit de propriété avec un actif sous-jacent et un droit de vote et de dividende y relatif) :
 - o Exemple : Brickmark : veut *tokeniser* le monde : chaque immeuble = 1 immeuble. Légalement, il n'est pas possible de *tokeniser* un immeuble ; en revanche, des actions, des obligations, des fonds peuvent devenir des *tokens*. Ainsi, l'on est propriétaire de l'action/obligation, qui elle est propriétaire de l'immeuble. En Suisse, la tokenisation de l'obligation des fonds est en cours.

Swissborg a pour but d'offrir plus de transparence, avec les services suivants (objectif final : créer un Nasdaq 2.0) :

- Application qui permet d'avoir une évaluation du bitcoin ;
- Plateforme qui permet d'acheter des cryptos et d'ouvrir des comptes.

IV. (R)évolution des leaders

A. *Christophe Hubschmid (CEO, Groupe DBS)*

La digitalisation n'est pas une finalité, mais un moyen permettant de créer de la valeur pour les clients.

Le processus de transformation digitale d'une entreprise change le rôle de chacun.

Les étapes-clés de la digitalisation sont les suivantes :

1. Base : centre des calculs / data / sécurité ;
2. Responsabilité : tout scanner (0 papier) ;
3. Mobilité du front : CRM / courtage ;
4. Humain au centre : accompagnement du changement / outils digitaux internes / → emmener les gens et les collaborateurs ;
5. Digitalisation du service des clients : offrir de la visibilité, faciliter les services (exemple : formulaires en ligne) ;
6. Repense l'agence de demain : repenser l'accueil, la vitrine ;
7. Ecosystème complet : tout régler dans le système digital.

La digitalisation permet d'être présent localement et au moment où le client a besoin des services de DBS.

B. Pierre Jacquot (CEO, Real Estate Investment Management / Edmond de Rothschild)

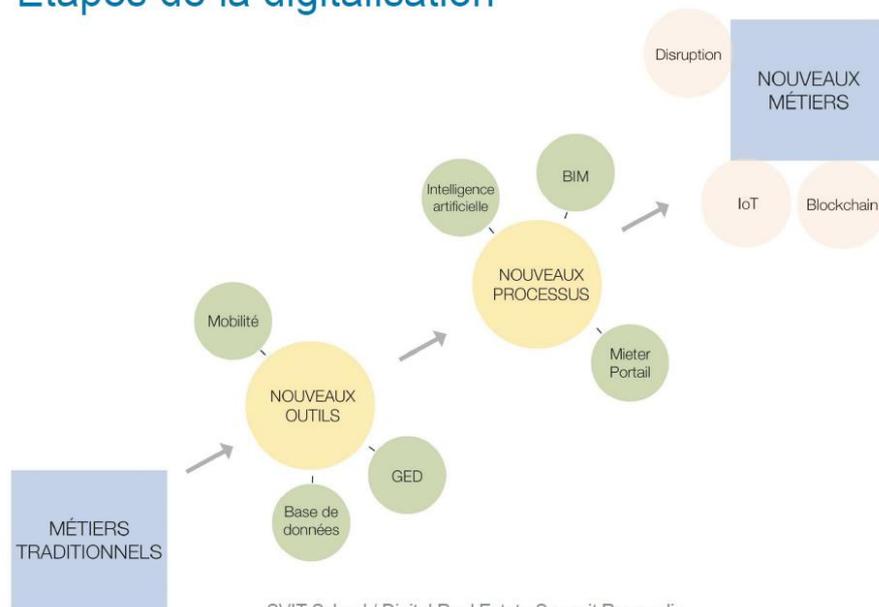
Transformation digitale :

- Où en est-on ?
- Où veut-on aller ?

Tour d'horizon

Tour d'horizon

Etapas de la digitalisation



Source : présentation PowerPoint de Pierre Jacquot pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

4

Il y a deux étapes dans la digitalisation :

1. Les nouveaux outils ;
2. Les nouveaux processus.

Le métier ne change pas fondamentalement (le service reste le même), mais il y a de nouveaux outils et de nouveaux processus.

Il est important de valoriser le service quand cela est nécessaire et quand il a de la valeur ajoutée.

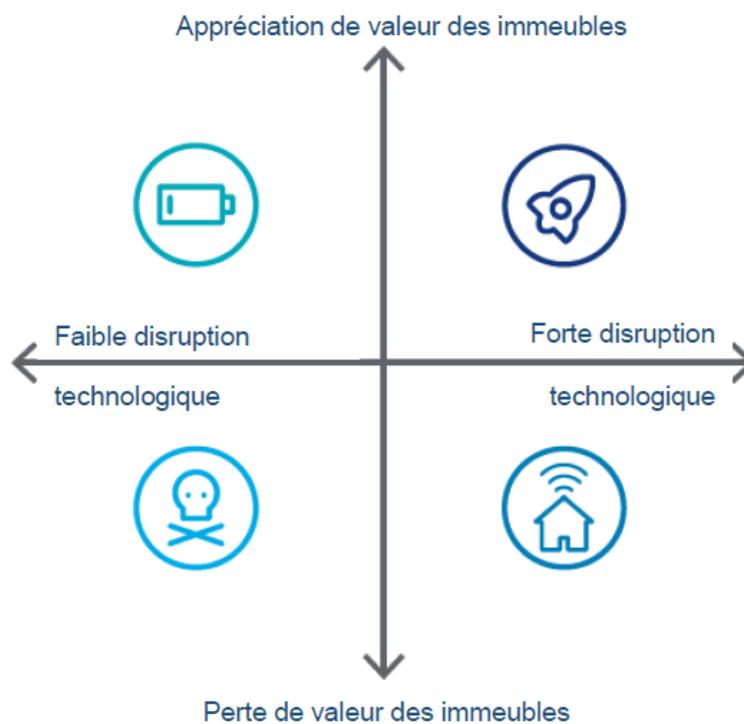
Sondages auprès de professionnels

Des sondages ont été fait auprès de certains professionnels membres du SVIT Romandie pour savoir où on en était au niveau de la digitalisation. Les résultats de ces sondages sont plutôt rassurants : la digitalisation est en cours et il n'y a pas trop de crainte à ce sujet.

Analyse prospective

Présentation d'une étude menée par Deloitte en 2018 sur le futur de l'immobilier commercial :

Future of commercial RE



The Future of Commercial Real Estate in Europe (2018) – Deloitte
Source : présentation PowerPoint de Pierre Jacquot pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

Plusieurs scénarios envisageables :

1. Paradis digital

Forte disruption technologique et forte appréciation de la valeur des immeubles.

- Développement intense des technologies
- Meilleure qualité de vie et de service
- Prise de valeur des immeubles

2. Gotham City

Forte disruption technologique et perte de valeur des immeubles.

- Standardisation des processus et des bâtiments
- Digitalisation intense au détriment de l'humain
- L'immobilier devient une commodité

3. Retour aux sources

Faible disruption technologique et appréciation de la valeur des immeubles.

- Pénétration limitée de la technologie
- Retour des critères traditionnels de confort
- Attrait pour la valeur patrimoniale et historique

4. Obsolescence 2.0

Faible disruption technologique et perte de valeur des immeubles : risque qu'une autre technologie/autre chose prenne le relais.

- Immobilier peu touché par la digitalisation
- Obsolescence progressive des immeubles sans nouveaux usagers
- Perte d'intérêts pour la classe d'actifs.

Conclusions

L'impact technologique est une logique de transition.

L'impact humain est plus durable que celui d'une machine.

Plusieurs niveaux dans la digitalisation : utilisateur final (le plus important) / propriétaires / autres acteurs de l'immobilier / collaborateurs

Les progrès technologiques doivent profiter au plus grand nombre.

Exemple : 200'000 robots travaillant chez Amazon / 750'000 employés → il faut donc environ 750'000 personnes pour faire fonctionner 200'000 robots !

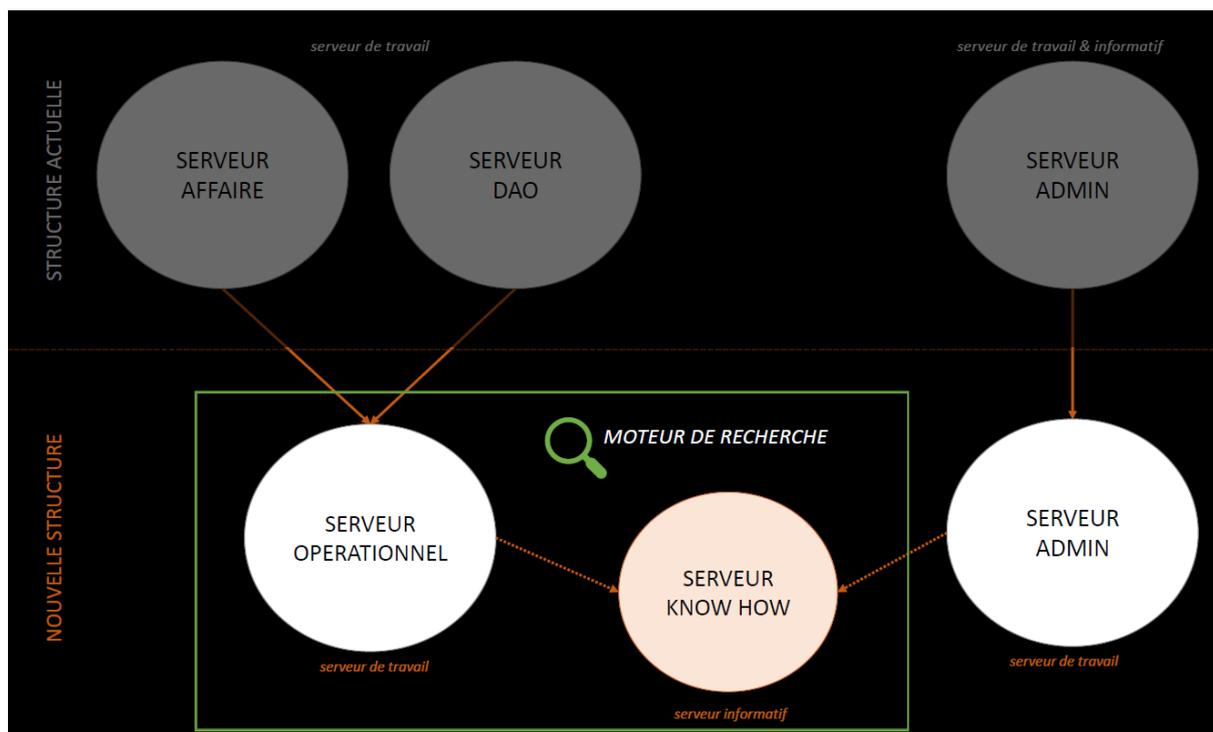
C. Marc Fischer (Architecte & Associé, CCHE)

Présentation du processus mené par CCHE en matière de transformation digitale pour trouver une solution personnalisée, qui corresponde à ses besoins.

Le plus important pour CCHE était la transmission du savoir : le know-how.

Les solutions « miracles » toutes faites n'étaient pas envisageables pour CCHE, notamment pour éviter d'être captif d'un programme. CCHE a donc cherché à développer une solution propre en interne.

Après différentes étapes de réflexion (processus engagé en 2017), la solution élaborée par CCHE consiste à mettre en place une nouvelle structure des serveurs à l'interne, chaque serveur ayant des fonctions bien définies :

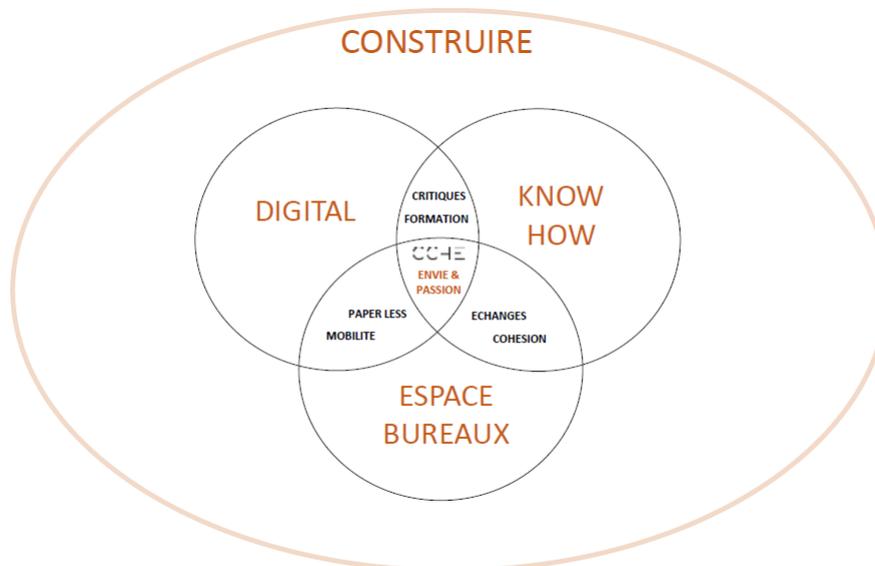


Source : présentation PowerPoint de Marc Fischer pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

Tout ce qui figure dans le serveur know-how peut être copié, mais ne peut pas être modifié. Des arborescences précises ont été créées dans chacun des serveurs.

Dans le processus de digitalisation, il est très important de pouvoir garder les collaborateurs les plus âgés, tout en boostant les plus jeunes.

Le digital est important, mais il n'est pas tout ; il est important de conserver des liens entre les collaborateurs et de permettre des échanges en direct.



Source : présentation PowerPoint de Marc Fischer pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

V. Solutions et Perspectives

A. Tayo (Gilles Martin)

Tayo est une plateforme de gestion immobilière, afin de partager l'information, communiquer efficacement et automatiser les tâches simples.

Il s'agit d'une plateforme de gestion immobilière qui permet de partager l'information, communiquer efficacement et automatiser les tâches les plus simples.

Le modèle actuel de fonctionnement des régies doit se réinventer afin de :

- Réduire les honoraires de gestion ;
- Réduire les marges de régie ;
- Augmenter la demande.

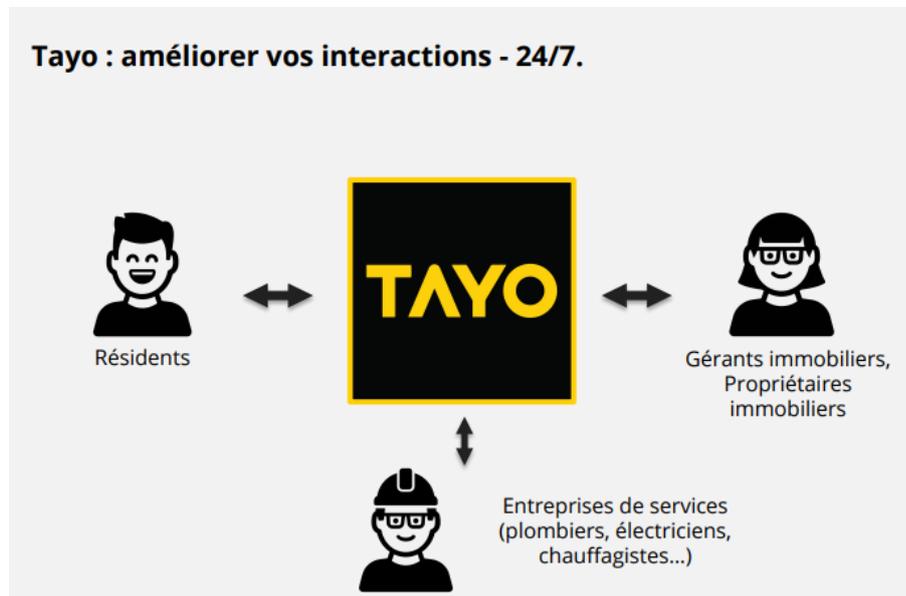
Ceci permet également de réduire le nombre d'appels, donc d'augmenter la productivité.

Suivi de la demande du côté des gérances et possibilité de traiter beaucoup plus de demandes en ligne

Réduction de la consommation de papier (ratio de 3 à 4).

Fournisseurs également connectés (1'000 connections), efficacité 24/7.

Interconnexion avec les 3 parties comme illustré ci-dessous :



Source : présentation PowerPoint de Gilles Martin pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

B. Realmatch 360 (Bertrand Mingard)

Realmatch360 permet la récolte des données liées à l'immobilier et s'adresse à tous les acheteurs du marché immobilier. « Nous savons où les gens veulent habiter ».

Realmatch360 offre pour la première fois aux professionnels de l'immobilier des données sur ce que les gens recherchent : quel type de bien, à quel endroit, de quelle superficie et à quel prix.

Généralement, l'offre et le marché sont connus, mais il est souvent plus difficile d'identifier la demande.

Les données de la demande – pourquoi ?

OFFRE	MARCHE	DEMANDE
<ul style="list-style-type: none"> • Construction • Quantité • Prix • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Liquidité - App. disponibles - Volume des transactions - Prix des transactions - etc. 	

Realmatch360 offre pour la première fois aux professionnels de l'immobilier des données sur ce que les gens recherchent :

**quel type de bien, à quel endroit, de
quelle superficie et à quel prix !**

Source : présentation PowerPoint de Bertrand Mingard pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

1. Analyse détaillée dans un court délai : distribution de la demande par nombre de pièces et distribution des surfaces par nombre de pièces.
2. Vérification de la faisabilité d'un projet : permet de voir si un projet sera absorbé par le marché en fonction de la demande respective.
3. Fixation du prix d'un bien : principalement destiné aux courtiers de vente en gérance et calcul le prix de vente.
4. Indice de la demande de biens professionnels : indice suisse de la demande (recherche de biens) créé en 2014.

Realmatch360 s'adresse aux développeurs de projets, investisseurs, régies et agents immobiliers, estimateurs et consultants ainsi qu'aux banques.

L'application permet l'analyse détaillée et la vérification de projet, et finalement la fixation de prix de vente ou niveau de loyer.

Les avantages de Realmatch360 sont les suivants :

- Disposition du type de logement pour les nouvelles constructions ;
- Données de demande pour les comptes d'investissements ;
- Quick-Check pour un projet d'investissement ;
- L'optimisation de la performance (calcul des prix d'achat ou des prix de location).

C. Lineopi (Romain Bouvry)

Lineopi est un accélérateur de performances humaines et technologiques.

La start-up permet de démystifier l'accès aux services de digitalisation, afin que celui-ci soit rapide, complet et abordable.

Les processus peuvent être automatisés à 60% grâce à un déploiement des outils IT à hauteur de 17% et aux équipes activement engagées à hauteur de 19%.

Pourquoi digitaliser ? Afin d'être plus productif et d'améliorer la qualité du service :

- Digitalisation = transformation
- Phase critique = transformation
- Transfert constant, permanent

Le but est de fournir un service humain basé sur un algorithme. 80% de la collecte et l'analyse de l'information peut être digitalisée afin de se concentrer sur l'humain.

Solution digitalisée à 80% pour se focaliser sur l'humain.

Créer des synergies durables entre humains et technologie.

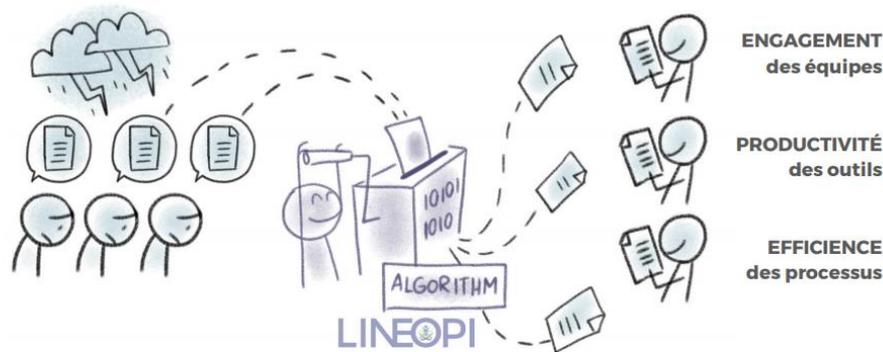
Digitalisation : but = créer les cycles

Comment faire ?

Faire participer l'équipe à la digitalisation, les inclure pour redéfinir un processus idéal.

Penser équipe et processus avant les outils.

Une méthode éprouvée...



... révolutionnée par la technologie !

Source : présentation PowerPoint de Romain Bouvry pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

« La technologie est au service de l'humain et non l'inverse. A condition qu'il sache QUOI en faire et COMMENT l'utiliser ! »

D. Foxstone (Dan Amar)

Propose du crowdfunding immobilier.

Pourquoi proposer un tel service ? Parce que l'accès à l'investissement immobilier est limité. Le but est que toute la population suisse puisse investir dans un immeuble.

→ démocratisation et digitalisation de l'investissement immobilier

Foxstone permet d'être copropriétaire d'un immeuble avec un investissement minimum de CHF 25'000.-.

Le processus est toujours le même :

- Analyse institutionnelle, technique et légale des immeubles ;
- « Découpe » de l'immeuble en parts de copropriété ;
- Inscription des personnes intéressées sur la plateforme en ligne ;
 - o Accès aux offres ;
 - o Possibilité de faire des souscriptions

- Souscriptions des personnes intéressées ;
- Contrat généré par la plateforme : à télécharger :
 - o Légalisation des signatures et des procurations en ligne par vidéo ;
 - o Envoi des procurations signées en original par pli postal
- Foxstone va signer l'acte d'achat chez le notaire avec toutes les procurations.

Tous les documents en lien avec l'immeuble sont disponibles en ligne ; les mandataires et les banques peuvent y avoir accès.

Un module de chat est également disponible si la banque a des questions.

Les assemblées générales de la copropriété sont organisées en ligne, de manière désynchronisée. Chaque copropriétaire reçoit en ligne son bulletin de vote qu'il doit remplir. Et les bulletins sont ouverts le jour de l'assemblée générale.

Les documents pour la déclaration fiscale sont envoyés à chaque copropriétaire.

Actuellement, Foxstone a un volume de 40 millions d'investissements et 6'000 utilisateurs.

VI. So what? – Lionel Eperon (Directeur général, Direction générale de l'enseignement postobligatoire | Etat de Vaud)

Quel est le rôle de l'Etat dans la transformation digitale ?

La transition numérique est un changement de paradigme. La digitalisation fait appel à des technologies disruptives, à des nouveaux modèles d'affaires et à de nouvelles compétences.

La « sur/hyper-immédiateté » rendue possible par la digitalisation a comme risque la perte de réflexion sur les décisions stratégiques.

Le rapport humain-machine était de la science-fiction hier, mais c'est une réalité aujourd'hui.

Les enjeux sociétaux de cette transition sont fondamentaux.

Au niveau « macro » (société), la transition digitale questionne divers intérêts publics sur les plans :

- Enjeux économiques : compétitivité et compétence de la main-d'œuvre ;
- Enjeux sociaux : rupture générationnelle / rupture entre les classes sociales / positionnement de l'école ;
- Enjeux environnementaux : digitalisation ≠ rationalisation → la digitalisation consomme beaucoup ;

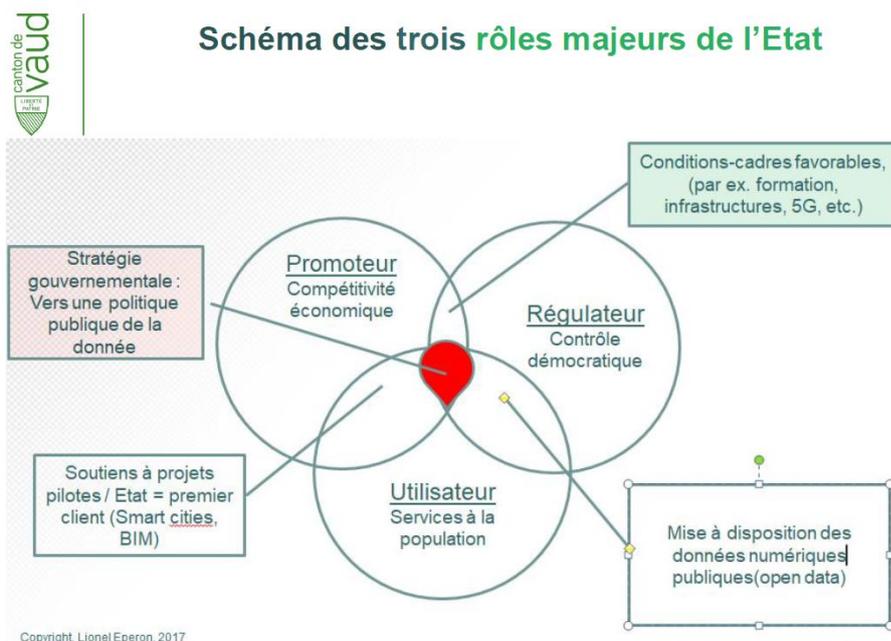
- Enjeux au niveau des infrastructures : ville/campagne ;
- Enjeux éthiques : place de l'humain / science et technologie ne sont pas neutres.

Au niveau « micro » (individu), la transition digitale questionne l'être humain quant à son ancrage sociétal :

- En termes d'employabilité numérique, mais également de citoyenneté numérique ;
- Rôle déterminant de la formation au numérique et à ses enjeux.

L'Etat a trois rôles dans la transformation digitale :

- Etat régulateur ;
- Etat promoteur ;
- Etat utilisateur



Source : présentation PowerPoint de Lionel Eperon pour le Digital Real Estate Summit Romandie 2020

La digitalisation a également des impacts sur la formation :

- Selon certaines prévisions, jusqu'à 85% des métiers qu'il y aura en 2030 sont non connus à ce jour, et jusqu'à 40% des emplois disparaîtrait.
- Il est donc important de former les jeunes au numérique : sensibiliser les jeunes à la pensée computationnelle, à savoir programmer, à savoir coder, à comprendre l'analyse des métadonnées, et sensibiliser aux risques.
- Les plans de formation devraient être prévus en fonction des besoins du terrain (analyse bottom-up). Or, un plan de formation se révisé tous les 5-10 ans, ce qui est beaucoup trop long.

- Enfin, la formation continue aura de plus en plus d'importance, vu que l'on devra certainement changer de métiers plusieurs fois dans une vie, au vu des changements de métiers dus à la digitalisation.

* * *