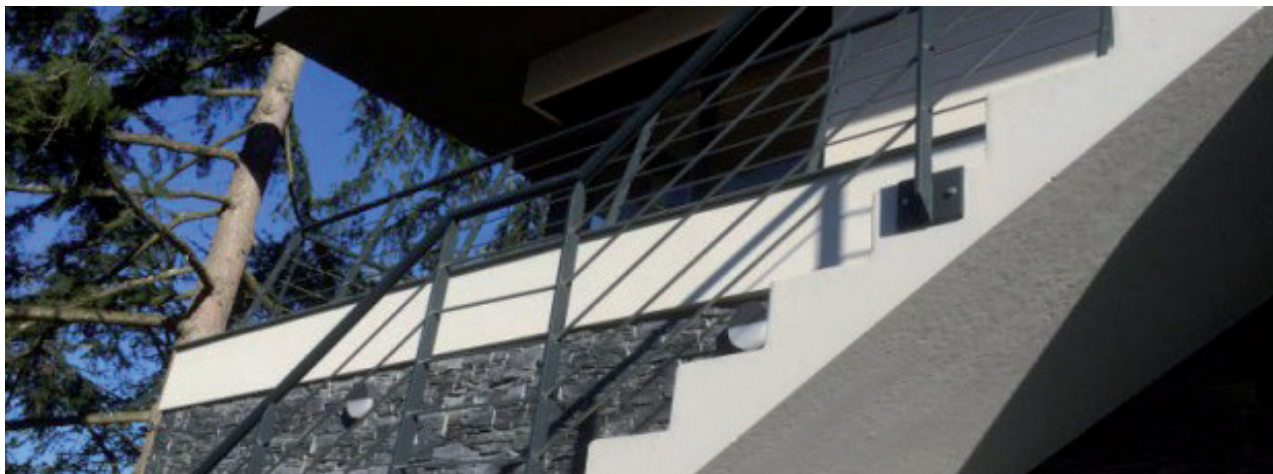


LE CONSTRUCTEUR DE MAISON INDIVIDUELLE DOIT-IL AVOIR PEUR DU DIGITAL ?

A l'heure de la digitalisation de nos sociétés, les métiers doivent évoluer et celui de constructeur de maison individuelle n'est pas épargné. Son salut : devenir concepteur et promoteur de ses produits, pour faire face aux nouveaux modes de vie et de consommation. S'adapter sinon mourir, le cri d'alarme est lancé.



Même si le pire est derrière lui, le secteur de la maison individuelle n'en a pas fini de souffrir dans les années à venir. La remontée des ventes en 2015, dans le cadre d'une embellie générale de la construction neuve, ne doit en effet pas cacher la réalité d'un marché qui doit s'adapter à l'évolution des modes de vie et de consommation.

C'est en substance le message qu'ont souhaité faire passer les constructeurs, réunis lors de la 10e convention de La Maison Abordable, en janvier dernier, qui promeut l'accession à prix raisonné. Conscients des changements des métiers de l'immobilier et des comportements des acquéreurs, les professionnels n'ont qu'une solution : s'adapter. Et aller au-delà de leur rôle de constructeur, en devant concepteur et promoteur à la fois.

Du Cmiste au Ccpiste

« *La diversification du métier de Cmiste est en route* », a annoncé, en préambule, Christian Louis-Victor, président d'honneur de l'association, et ex-président de l'Union des Maisons Françaises. Avant de marteler : « *Il faut s'acclimater, s'adapter aux évolutions de la société, des politiques... Certes, cela peut empêcher l'entreprise de se développer pendant un temps, mais c'est s'adapter ou crever !* ». Et pour continuer à prospérer, le métier de Cmiste devient donc mixte : constructeur, aménageur et avoir une vision de la promotion.

« *Ce nouveau métier nous invite à rencontrer les ministères, les élus locaux, les aménageurs publics et privés, les bailleurs sociaux, les promoteurs, les géomètres, les notaires, les architectes, les industriels du bâtiment et les entreprises : tout ceci dans un seul objectif, réduire les coûts de construction afin de rendre les logements abordables* », plaide Pascal Navaud, président de La Maison Abordable. La concertation entre les acteurs devient indispensable, voire incontournable. Car l'enjeu est la mixité des logements et des programmes immobiliers, la densité douce. « *On construit la ville sur la ville* », ajoute-t-il. Sans compter les impératifs énergétiques et architecturaux... et ce toujours au meilleur prix.

« S'auto-uberiser »

Des contraintes qui peuvent devenir des atouts si elles sont bien maîtrisées. « *On se prépare à l'uberisation de notre métier, en s'uberisant nous-mêmes afin de protéger nos métiers et nos artisans* », affirme Pascal Navaud. L'optimisation des coûts trouvera aussi son salut dans des méthodes nouvelles. « *On ne pourra pas être Ccpiste [constructeur, concepteur, promoteur, ndlr] sans s'intéresser au BIM* », prévient-il.

Et justement, face au numérique et à la digitalisation, « *il ne faut pas paniquer !* », s'amuse Thibaut Brousse, directeur associé de l'agence digital 50 A et expert de longue date pour l'ex-Union des maisons françaises. « *Tout n'est pas à remettre en question, mais si l'on ne bouge pas, c'est la mort* », assène-t-il. Le passage d'une économie de masse à une économie numérique implique un changement de paradigme, mais puise sa ressource dans la transmission d'information. « *La communication d'aujourd'hui est sur ce que l'on fait ! Il faut être authentique, pédagogue, sincère et transparent* », argumente Thibaut Brousse.

Penser « expérience client »

Le partage de l'information, la clé pour réussir ? « *Oui*, répond l'expert. *C'est la recette adoptée par les plateformes type Uber : le data et l'open source sont leurs armes* ». Les communautés d'individus ne cessent de se multiplier et attendent toujours plus d'informations en libre accès. Et le secteur de l'immobilier, et de la maison individuelle en particulier, n'échappe pas à cette tendance. Ainsi, l'on a pu voir récemment l'émergence de sites de locations entre particuliers, de plateformes de cohabitation ou de co-living, des forums sur l'auto-construction, le succès du crowdfunding immobilier...

Bref, autant de nouveaux utilisateurs qu'il faut désormais attirer et séduire. Car la concurrence est rude en la matière, les clients rivalisent même parfois avec les professionnels. « *Il faut donc penser 'expérience client' et ne pas se cacher, à l'avenir, derrière le simple contrat de constructeur* », conclut Thibaut Brousse.