



BRANCHE Promotion
Immobilière

Etude sur l'impact de la digitalisation sur les emplois et les compétences de la promotion immobilière



LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Le digital est un facteur d'évolution important pour l'ensemble de l'économie et de la société. La promotion immobilière comme tous les autres secteurs d'activité est nécessairement impactée par ces évolutions tant économiques, sociales, organisationnelles et managériales.

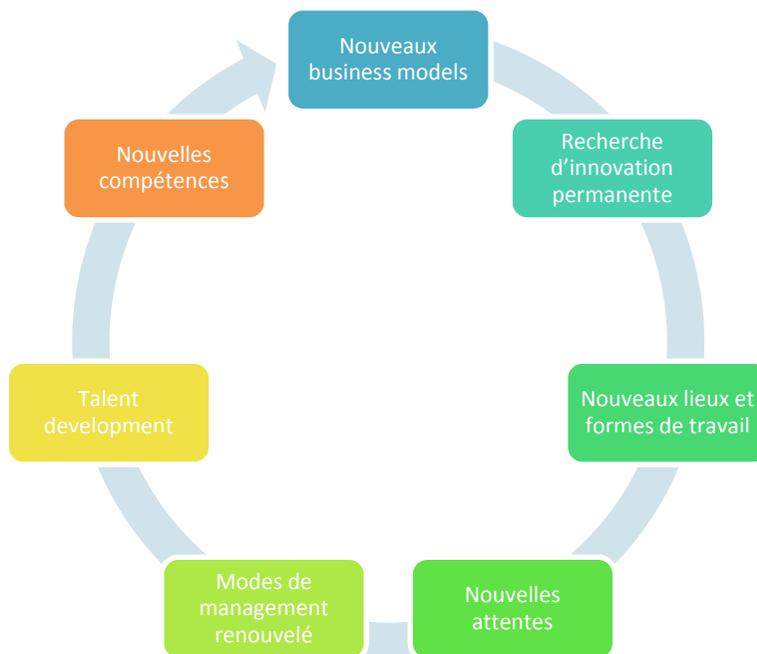
La responsabilité sociale des acteurs de la branche de la promotion immobilière est de repérer et analyser les évolutions en cours et à venir pour accompagner les évolutions des emplois et des compétences.

C'est pourquoi la FPI et les partenaires sociaux de la branche de la promotion immobilière ont décidé d'engager une démarche sur la transformation digitale des métiers de la promotion immobilière.

LE PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

La « digitalisation » n'est pas qu'un sujet technique. La digitalisation est surtout un nouveau rapport au temps et à l'espace, une nouvelle circulation des informations qui casse les silos existants.

Notre économie, nos structures, nos systèmes, nos usages sont en train de muter. Au sein des entreprises, la digitalisation impacte tout le système d'une entreprise, induit de nouveaux « business models », de nouvelles transversalités, de nouveaux modes d'information, d'échange, de création et de partage et donc l'émergence de nouvelles compétences.



LES FINALITÉS DE L'ÉTUDE

- Identifier les impacts du digital sur l'organisation et le management du travail et sur les compétences
- Mettre en mouvement les hommes et les femmes de la promotion immobilière sur le digital afin qu'il constitue une opportunité pour chacun.
- Elaborer un dispositif de formation dédié au contexte et aux enjeux de la promotion immobilière.

LA MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Le parti pris de l'étude est que la démarche porte les enjeux du digital notamment en s'appuyant sur l'implication des professionnels de la promotion immobilière et en utilisant les techniques d'intelligence collective et les outils de collaboration de l'économie digitale.

La cabinet d'innovation Okoni a été choisi pour mettre en place cette démarche.



a été choisi pour mettre en place cette

Le projet est structuré autour de 4 phases :



Explorer



Expérimenter



Modéliser



Déployer

Faire un état des lieux du digital dans la promotion immobilière. Une première exploration « documentaire » réalisée par un expert en digital sur les tendances digitales intra et extra promotion immobilière. Une exploration « terrain » par des personnes travaillant en promotion immobilière. Une synthèse sous la forme de « cahiers de tendance »

Travailler sur des scénarios prospectifs pour identifier les impacts du digital sur les modes de collaboration et sur les activités et les compétences dans le secteur de la promotion immobilière. Ateliers de co-conception réunissant des personnes travaillant en promotion immobilière et des personnes représentant les parties prenantes de la promotion.

Formaliser les éléments obtenus dans la phase d'expérimentation sous une forme permettant la diffusion de l'information auprès des professionnels de la promotion immobilière : « les cahiers d'innovation ».

Formaliser le référentiel des compétences numériques (techniques, managériales, cognitives, relationnelles, ...) de la promotion immobilière et concevoir et mettre en œuvre le dispositif de formation ad hoc.

LES DESTINATAIRES DE L'ÉTUDE



Les outils et préconisations issus de cette démarche sont à destination de l'ensemble des hommes et des femmes qui travaillent dans la promotion immobilière : opérationnels, managers, dirigeants, partenaires sociaux.

Les résultats de l'étude seront aussi exploités pour orienter la réflexion des partenaires sociaux de la branche sur les sujets liés au management du travail (aménagement du temps de travail, prévention, qualité de vie au travail,...).



LE CALENDRIER

L'étude se déroule sur 6 mois jusqu'en décembre 2016. Une communication au long cours sur l'avancée de l'étude est prévue via le site internet de la Fédération.

LES PORTEURS DE L'ÉTUDE



Cette étude est conduite dans le cadre de l'Observatoire des métiers de la branche de la Promotion immobilière en partenariat avec l'organisme paritaire collecteur agréé de la branche, Agefos PME



L'étude bénéficie du soutien financier du fonds Fact de l'Anact (Agence nationale d'amélioration des conditions de travail) dans le cadre de son appel à projets « Qualité de vie au travail et Numérique ».



L'étude est réalisée en partenariat avec la commission 2.0 de la Fédération des promoteurs immobiliers de France.

Contact : Juliette Hamelin - j.hamelin@fpifrance.fr - 01 47 05 44 36