

# LA PROPTech

## met la data au service du monde de l'immobilier

**Rencontre avec Stéphane Ellia, Président du Groupe Euro Conseil.** Il revient pour nous sur le positionnement de son groupe et plus particulièrement sur sa solution Immoshoot qui révolutionne le monde de l'immobilier commercial et qui a pour ambition de devenir le waze de l'immobilier.



**Stéphane Ellia**

**Nous entendons de plus en plus parler de la PropTech. De quoi s'agit-il concrètement et quelles perspectives ouvre-t-elle sur le marché de l'immobilier ?**

À l'instar de nombreux secteurs d'activité, la donnée est devenue essentielle dans les métiers de l'immobilier. Pour le sourcing, la signature d'un acte, les processus de développement, la promotion immobilière, les réhabilitations, de nombreuses informations sont échangées, collectées, archivées et constamment actualisées. Alors qu'ils doivent organiser leurs données en interne, les acteurs du monde de l'immobilier doivent également s'inscrire dans une veille permanente pour se tenir constamment informés pour capter la data qui

provient du marché et de la législation en vigueur. Par exemple, dans le domaine de l'immobilier de commerce, il est nécessaire de connaître toutes les valeurs de zones, rue par rue, ville par ville, et pays par pays sur les environnements cibles. Il faut aussi les actualiser, les comparer, les archiver et pouvoir les croiser avec celles portant sur la boutique elle-même, les surfaces, l'immeuble, le bail, les charges actualisées, les assemblées générales, le règlement de copropriété ainsi que l'historique des travaux sur l'immeuble. Le broker doit ainsi collecter les informations des notaires, des experts, des assets et property managers et des architectes afin de qualifier son processus devant conduire au closing.

La PropTech doit pouvoir permettre d'accélérer les échanges entre les acteurs et de simplifier le traitement et la collecte des informations. Six milliards de dollars ont été investis dans le monde entier dans le marché de la PropTech depuis 2011, dont 70 % au cours des deux années précédentes. 2017 a, d'ailleurs, été une année particulièrement fructueuse.

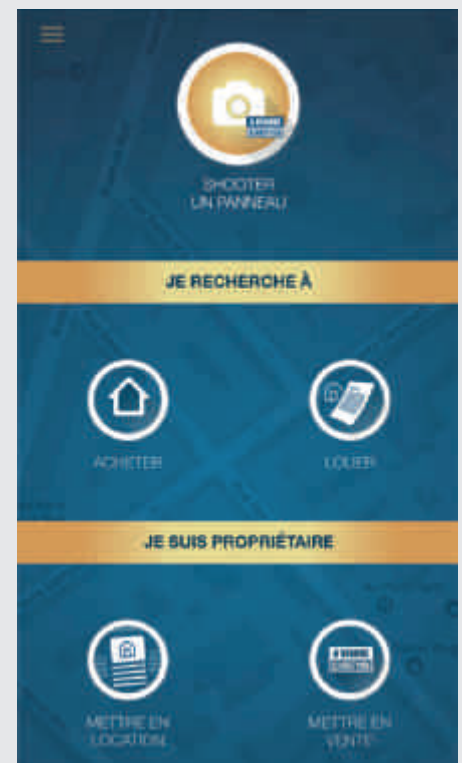
Sur ce marché, nous avons opté pour le slogan "Les Immeubles Vous Parlent", car nous pensons qu'il est temps de se connecter à son environnement et d'avoir l'exhaustivité des informations pour optimiser et accélérer la prise de décision.

**Dans ce cadre, comment vous positionnez-vous ?**

J'opère sur le marché du "real estate" depuis plus de 20 ans. J'ai fondé Erell, Groupe Euro

Conseil en 2011 en immobilier de commerce. Nous travaillons avec plus de 500 groupes leader de la distribution du luxe au mass market. Nous couvrons un large panel d'activité qui va de la restauration, de l'alimentation au textile, en passant par la décoration, les services, l'optique, la téléphonie ou encore la pharmacie...

Nous disposons d'une base de données de plus de 1 000 produits sur les 10 premières villes de



France et les 20 arrondissements parisiens. Nous avons aussi accès à des données similaires venant de nos bureaux partenaires à Londres, Bruxelles, Milan et Madrid. Nous pouvons ainsi proposer des plans de déploiement de boutiques à nos clients sur l'Europe entière.

Notre maison est leader sur la niche parisienne du value-added que nous définissons comme le "360 retail expérience".

Nous avons participé à de nombreux projets de grande envergure à l'échelle de quartier entier où le besoin de commerces innovants se faisait de plus en plus ressentir : les docks de Marseille, l'Avenue de la République, Paris rue du Verbotis, la gare du sud à Nice...

L'implication, l'engagement et la construction d'une relation long terme avec nos clients, qui sont aujourd'hui devenus nos partenaires, sont au cœur de notre culture. À cela s'ajoute le digital qui est un axe stratégique qui nous a permis de structurer des outils et de développer des progiciels afin de répondre à nos besoins spécifiques.

Ainsi, nous avons adapté le CRM Salesforce à notre organisation et nous avons créé un outil de gestion commerciale et de gestion des opportunités transverses à nos 4 métiers : la

finance immobilière, le retail brokerage, le pop-up événementiel et l'art, ainsi que le digital. Notre volonté est d'être proactifs et d'anticiper les besoins afin d'ouvrir de nouvelles perspectives pour notre activité aussi bien en France qu'à une échelle internationale.

Pour renforcer notre crédibilité, nous avons ainsi fait le choix de créer une structure d'amorçage de solutions destinées à la PropTech en fonds propre : Quantum Equity.

Parce que nous sommes sur des délais de mise sur le marché qui restent longs, nous voulons pouvoir assumer tous les aspects structurels et financiers de la conception afin de pouvoir proposer des livrables pertinents aussi bien aux investisseurs qu'à nos clients B2B et B2C. C'est dans la continuité de cette approche qu'Immoshoot a vu le jour.

À l'origine, Immoshoot avait pour vocation de répondre à un besoin interne, notamment la prospection et le traitement d'importants volumes d'informations provenant du terrain afin de les transformer en opportunités.

**Dites-nous-en donc plus sur votre appli Immoshoot.**

Immoshoot est avant tout un outil professionnel que nous avons mis à disposition du grand public. En un shoot, l'utilisateur a accès à tout ce dont il a besoin. Cela lui épargne donc la prise de notes ou de photos.

Malgré son apparence d'appli ludique, Immoshoot dispose de nombreuses fonctionnalités qui en font une solution experte de traitement des données avec une véritable valeur ajoutée : elle permet de gagner en réactivité et d'améliorer l'efficacité des équipes. En effet, c'est aussi un outil de management positif.

Notre appli dispose d'un système de shoot et de géolocalisation optimisée développés avec les protocoles Microsoft.

Nous utilisons la solution depuis plus de 15 mois et elle s'est avérée être une aide indispensable qui contribue, d'ailleurs, au succès du groupe. Immoshoot peut être utilisée par les brokers, les promoteurs, les investisseurs, les développeurs d'enseignes, les experts, les avocats conseils aussi bien au niveau national qu'à une échelle mondiale. Elle permet d'accélérer les transformations et de créer de la valeur ajoutée.

Parce qu'elle a vocation à être un vecteur de

lien entre les différentes parties prenantes, partenaires, collaborateurs, mais aussi avec les quartiers, l'ambition d'Immoshoot est de s'imposer comme le premier portail immobilier communautaire de quartier renseigné par et pour ses habitants, un waze de l'immobilier !

**Et pour conclure, vos principaux enjeux ?**

Réunir tous les acteurs professionnels afin de leur faire comprendre que notre outil est un accélérateur d'échanges et non une mise en concurrence. En parallèle, il s'agit aussi de stimuler l'acquisition de l'app par le grand public pour en faire un outil indispensable pour le particulier qui souhaite vendre ou bien qui recherche un bien.

En effet, notre solution Immoshoot possède la spécificité d'avoir une interface application et web ; une dimension B2B et B2C, locale et internationale, collaborative-communautaire et exclusive, car personnalisable à souhait. Elle est aussi stable, mais évolutive en terme de services. Notre principal enjeu est donc de la rendre rapidement indispensable.

Enfin, Immoshoot doit pouvoir aussi promouvoir le zéro papier, la zéro perte d'information et le zéro délai. ✕

