



## Vue d'ensemble du commerce électronique

# Services immobiliers

Avril 2002

La présente vue d'ensemble du commerce électronique examine les données de Statistique Canada portant sur les entreprises qui s'occupent de la vente, de la location, de la location à bail et de l'évaluation de biens immobiliers ou de leur gestion pour le compte de tiers, ou qui agissent à titre d'intermédiaires pour la vente ou la location de biens immobiliers. Les promoteurs immobiliers et les locataires de bâtiments non résidentiels sont regroupés dans un sous-ensemble. L'échantillon étant trop petit, les données sur les promoteurs ne peuvent être traitées séparément. Les commentaires qualitatifs de l'industrie ont été utilisés pour faire état du segment de la promotion immobilière dans le texte qui suit.

### Vue d'ensemble du commerce électronique

Certaines sociétés immobilières utilisent Internet pour fournir à leurs clients de l'information sur le marché. En raison du coût élevé et du caractère unique des produits et puisque les transactions relèvent du domaine des services, une relation personnelle est nécessaire pour établir un climat de confiance. Ainsi que l'illustre le figure A, seulement 5 p. 100 des entreprises vendent leurs services dans Internet.

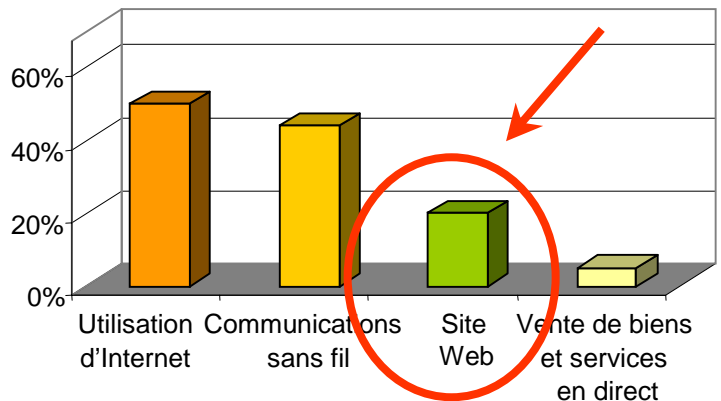
### Point de mire sur le commerce électronique

Pour utiliser Internet comme outil d'approvisionnement ou d'achat, il faut posséder un site Web. Le figure A démontre que cela n'est pas pratique courante, puisque seulement 50 p. 100 des sociétés immobilières ont accès à Internet et seulement 20 p. 100 ont un site Web. La nécessité de communications à l'extérieur du bureau est manifeste, du fait que 44 p. 100 d'entre elles utilisent des appareils sans fil, tel qu'indiqué dans la figure A.

Le figure B précise que près de 31 p. 100 des sociétés immobilières utilisent Internet pour collaborer avec leurs fournisseurs, 29 p. 100 l'utilisent pour avoir accès aux bases de données des fournisseurs alors que seulement 14 p. 100 des entreprises accèdent aux bases de données des clients. L'on suppose qu'il s'agit surtout pour communiquer de l'information par courriel plutôt que pour faire des transactions.

Les promoteurs immobiliers n'ont pas besoin de ce niveau d'accès. L'offre de services requiert davantage un contact personnel que l'offre de produits, de même que la fonction de transaction immobilière.

**Figure A - Services immobiliers : Activités dans Internet**  
Enquête sur le commerce électronique 2000, Statistique Canada

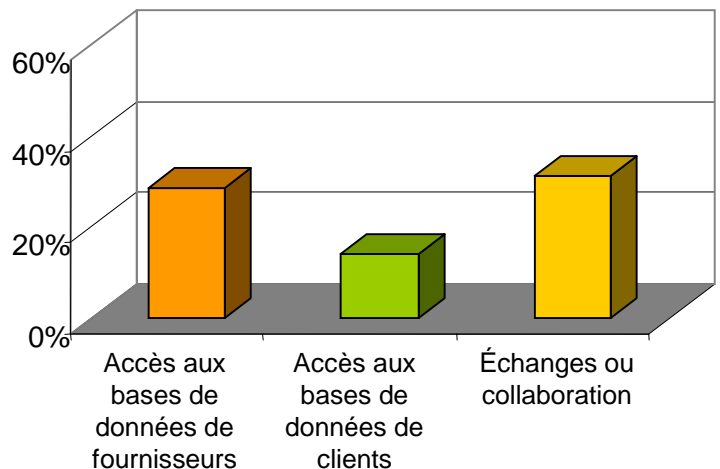


*Le cybercommerce dans le domaine des services immobiliers ne vise pas à remplacer le rôle des agences, mais à améliorer leur niveau de service. « Les véritables gagnants du match immobilier en ligne seront les agences immobilières traditionnelles, qui trouveront le moyen d'utiliser le Web pour stimuler leurs affaires hors ligne. »*

*- Media Metrix 2*

**Figure B - Activités de collaboration dans Internet**

Enquête sur le commerce électronique 2000, Statistique Canada



*La collaboration avec les partenaires et l'accès aux bases de données de fournisseurs dans Internet sont susceptibles de permettre au secteur immobilier d'offrir davantage d'information à jour, plus rapidement, à leurs clients.*

Le commerce électronique dans le secteur immobilier a fait et continue de faire l'objet de beaucoup d'expérimentation. Le figure C démontre la présence d'une certaine interactivité. Au sein des sociétés immobilières, un éventail de services personnalisés sont offerts dans le cadre de contacts personnels alors que la plupart des outils Web sont axés sur l'achat de produits. L'on rapporte que les promoteurs acquièrent des biens hors ligne également, en raison de l'absence d'économies évidentes.

**Obstacles**

Plusieurs obstacles entravent la pénétration du commerce électronique dans l'industrie immobilière et le sous-secteur de la promotion immobilière. Le plus grand obstacle a trait au degré d'importance de la confiance et de l'intégrité dans le processus de recherche et de transaction. Les relations personnelles sont également critiques en raison de la valeur élevée des produits immobiliers et de la nature de l'industrie, qui relève des services. En outre, certaines entreprises considèrent les renseignements exclusifs d'intérêt commercial comme un moyen d'obtenir un avantage concurrentiel.

Les plus petites entreprises trouvent que les coûts et les risques d'échecs associés à l'expérimentation du commerce électronique ne justifient pas les faibles économies envisagées, même pour la fonction moins personnelle des approvisionnements.

**Tendances futures**

Les outils de recherche Internet d'informations sur le marché immobilier et le financement serviront de plus en plus à transmettre de l'information sur le marché et des documents. Par ailleurs, les locataires potentiels peuvent afficher leurs besoins en matière de locaux dans un site Web accessible aux fournisseurs. Les services de relevé de données seront plus lents à pénétrer le marché plus petit et fragmenté du Canada, de sorte qu'il sera utile de suivre de près les percées technologiques de l'industrie américaine. La nature personnelle des négociations ralentira l'adoption des outils du commerce électronique pour assurer la bonne marche de transactions réelles dans un proche avenir.

Visitez notre site Web : <http://strategis.ic.gc.ca/isgp>

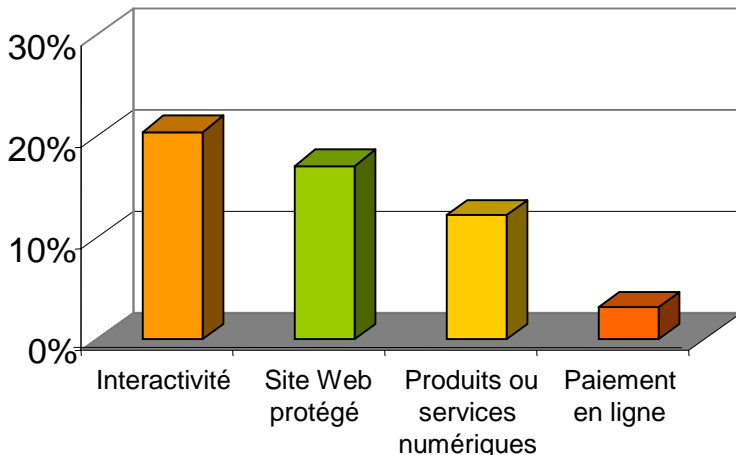
Communiquez avec nous : [sicp@ic.gc.ca](mailto:sicp@ic.gc.ca)

*Des entreprises extérieures à l'industrie traditionnelle des services immobiliers, mais dont l'actif immobilier est énorme, ont lancé des initiatives de commerce électronique. « La Banque d'Amérique, IBM et La Prudentielle, qui globalement effectuent des transactions immobilières de quelque 3 milliards de dollars US par année, ont dit qu'elles ont acquis des intérêts dans netStruxr, un portail Web visant à jumeler les acheteurs et les propriétaires de biens immobiliers commerciaux ainsi que les fournisseurs dans le domaine. »*

- E-commerce Times 3

**Figure C - Caractéristiques des Sites Web**

Enquête sur le commerce électronique 2000, Statistique Canada



*L'industrie immobilière utilise des sites Web pour faire de la publicité auprès de sa clientèle. La capacité de recherche d'applications offrant des fonctions de tri portant sur le coût, l'endroit, la superficie en mètres carrés et la catégorie de bâtiment, peut réduire le temps requis pour chercher un produit.*

**Pour obtenir une analyse plus détaillée des services d'approvisionnement et de location dans l'industrie immobilière, veuillez consulter les publications de l'Institut canadien des compagnies immobilières publiques et privées (ICCIPP) :**

- « Focus On: Technology - E - Procurement » et « Focus On: Leasing Exchanges: Competition or Cooperative ». Communiquez avec l'ICCIPP en visitant [www.cipprec.ca](http://www.cipprec.ca)

**Pour vous renseigner sur le commerce électronique et ses avantages :**

- Visitez [ebiz.facile](http://ebiz.facile) à <http://strategis.gc.ca/ebizfacile>

**Pour faire des affaires dans le Web :**

- Inscrivez votre entreprise à [www.sourcecan.com](http://www.sourcecan.com)

**Sources :**

- 1- Enquête sur le commerce électronique 2000, Statistique Canada
- 2- Rapport : Net Transforming Real Estate Biz, E-Commerce Times, 2000
- 3- Heavyweights Back Net Real Estate Hub, E-Commerce Times, 2000
- 4- Focus On: Technology - E-Procurement, ICCIPP, 2001
- 5- Focus On: Leasing Exchanges: Competition or Cooperative, ICCIPP, 2001

Publié en partenariat avec l'Institut canadien des compagnies immobilières publiques et privées. Visitez ICCIPP à [www.cipprec.ca](http://www.cipprec.ca)



Canadian Institute of Public and Private Real Estate Companies  
Institut Canadien des Compagnies Immobilières Publiques et Privées