

# ETUDES COVID

**LOT 4 - Déclinaison du volet spécifique aux branches professionnelles de services de proximité de type BtoC & BtoB**

**Branche de la Promotion immobilière**

2021



**MINISTÈRE  
DU TRAVAIL,  
DE L'EMPLOI  
ET DE L'INSERTION**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

*Financé par le Plan d'investissement  
dans les compétences*

**PCO EP**



**BRANCHE  
Promotion  
Immobilière**



# Sommaire

1

RAPPEL DES  
OBJECTIFS ET DE LA  
DÉMARCHE

2

ÉTAT DES LIEUX DE  
LA SITUATION  
ÉCONOMIQUE ET  
SOCIALE

3

STRATÉGIES MISES  
EN ŒUVRE FACE À  
LA CRISE

4

IMPACTS MÉTIERS,  
COMPÉTENCES ET  
MOBILITÉS

5

PRINCIPAUX ENJEUX  
BRANCHE ET  
PROPOSITION  
D' ACTIONS  
OPÉRATIONNELLES

# 1.

## Rappel des objectifs et de la démarche

# RAPPEL DES OBJECTIFS ET DE LA DÉMARCHE

*3 principaux objectifs au cœur de cette démarche*



**Évaluer les impacts constatés et anticipés de la crise au niveau national, par secteur et par territoire en matière d'emploi et les besoins en compétences associés**



**Identifier les secteurs en capacité de reprendre leur activité et anticiper les besoins en emplois et en compétences**



**Proposer aux partenaires sociaux des pistes d'actions opérationnelles pour accompagner les entreprises et les salariés de la branche et faire face à cette crise**

# RAPPEL DES OBJECTIFS ET DE LA DÉMARCHE

## *Trois grandes étapes de réalisation*

---

1

Préparation des questionnaires d'enquête ou d'audit

Revue bibliographique

Collecte des données sectorielles

2

Réalisation des enquêtes / audits terrain

Dépouillement et analyse des résultats et identification des enjeux branche

Formalisation des conclusions et consolidation des résultats niveau branche

3

Partage des résultats

Identification des principaux leviers d'action branche et transverses

Proposition d'un plan d'action branche et transverse

# RAPPEL DES OBJECTIFS ET DE LA DÉMARCHE

## Profil des répondants à l'enquête

### Profil type de l'entreprise



En moyenne, entre 20 et 15 répondants par question.

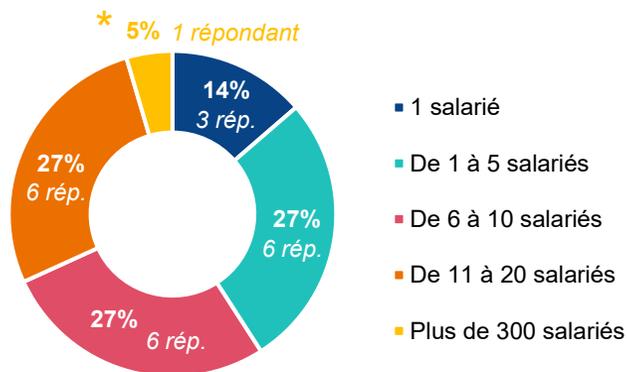


Des répondants issus à 71% de TPE (vs. 35% dans la branche)

8

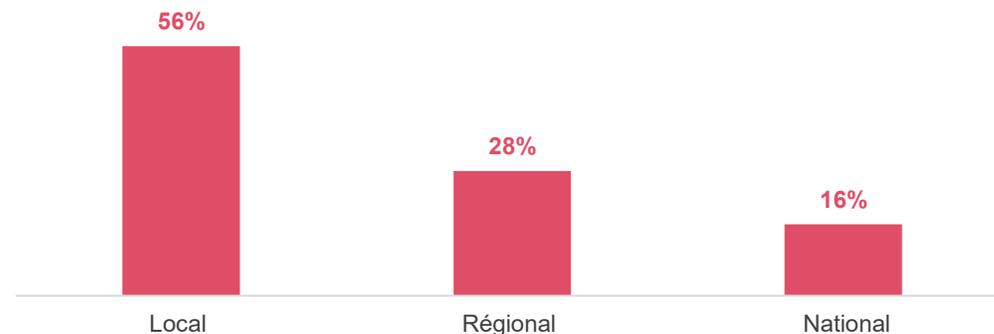
**salariés en moyenne au 31/12/19**

Moyenne effectuée en excluant l'unique entreprise représentant plus de 300 salariés (≈ 320 salariés)



Une présence des répondants sur l'ensemble du territoire français

### Marché de l'entreprise



**85%**  
des entreprises sont positionnées sur de la vente d'immobilier résidentiel particulier

**45%**  
des entreprises ont vendu moins de 50 lots à des particuliers



Dans le cas de la promotion immobilière, le sondage n'a pas permis d'obtenir des résultats représentatifs de la branche. Le cabinet a donc mené une analyse documentaire élargie (basée sur les éléments quantitatifs sur le secteur disponibles en ligne) et des entretiens complémentaires avec des entreprises du secteur.



# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Synthèse de l'état des lieux



**30 050** salariés au 31  
décembre 2020



**36,6 Mds €**  
de CA en 2020

Sources : Rapport de  
branche FPI

1

Le premier confinement a eu comme effet d'allonger les délais d'obtention de permis de construire et de mettre à l'arrêt les chantiers de construction (- 9,5% de permis de construire pour les logements autorisés et - 9% de mises en chantier de logements). La branche connaît aussi une pénurie conjoncturelle de certains matériaux qui augmente les délais d'achèvement des programmes à terme.

2

La branche de la promotion immobilière est caractérisée par une pénurie d'offres structurelle (vs. un besoin croissant en logements), conduisant à une inflation des prix : + 3% sur un an selon l'INSEE, avec un mètre carré moyen à 4 900€ en moyenne (villes > 45 000 habitants). La rareté du foncier (associée à l'augmentation des recours et la remise en question des permis délivrés) et le contexte d'élections municipales au printemps 2020 (avec l'avènement de mairies vertes, pouvant être moins enclines à délivrer des permis de construire) contribuent à réduire la production de projets immobiliers. Ce facteur a un impact plus important que le Covid sur la branche.

3

Le T2-2021 est caractérisé par un élan d'optimisme de la part des promoteurs : on observe un écart de 4,2% en faveur des anticipations positives de demande de logements neufs (vs. -12,15% en 2020, -16,4% en 2019 et 13,4% en 2018). 3 facteurs expliquent ce rebond : une politique monétaire accommodante, un attachement des Français à l'immobilier qui le considèrent comme une valeur refuge et des dispositifs fiscaux avantageux.

4

La promotion immobilière est touchée par des évolutions constantes en matière de réglementation (PLU, RE 2020) qui viennent élever les coûts de production, et par conséquent les prix de vente.

5

La branche de la promotion immobilière connaît des changements technologiques majeurs qui se sont mis en place avant la crise et développés plus largement en 2020 (BIM, impression 3D, nouveaux matériaux de construction...).

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Sociodémographie de la branche professionnelle (1/2)



29 000  
salariés



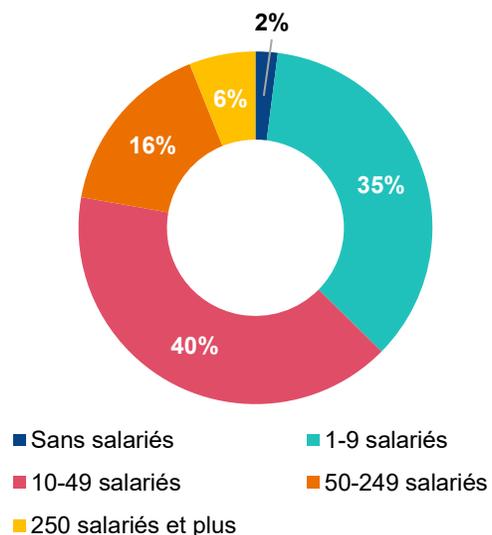
2 750  
entreprises

+ 17% entreprises entre 2011 et 2018  
+ 26 % de salariés entre 2011 et 2019

Sources : AcoSS 2019 (effectifs), INSEE, Sirene 2018 (établissements)

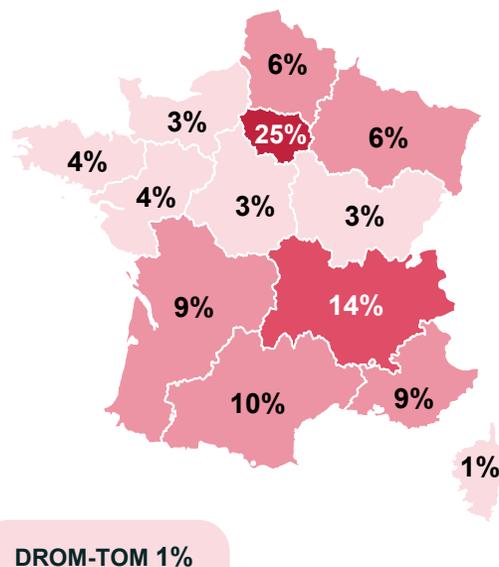
### Taille des entreprises

Source : INSEE Dads 2017 (entreprises)



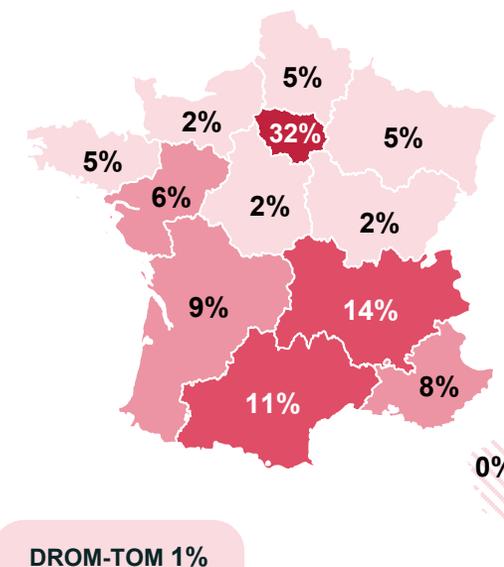
### Répartition du nombre d'entreprises par région

Sources : INSEE, Sirene, 2018



### Répartition du nombre de salariés par région

Sources : AcoSS, 2019



# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Sociodémographie de la branche professionnelle (2/2)



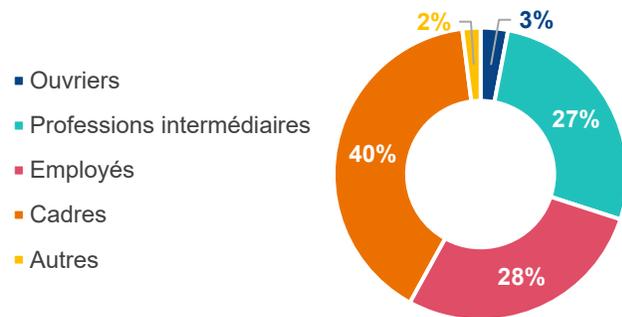
**50% de femmes**  
Source INSEE, DADS, 2017



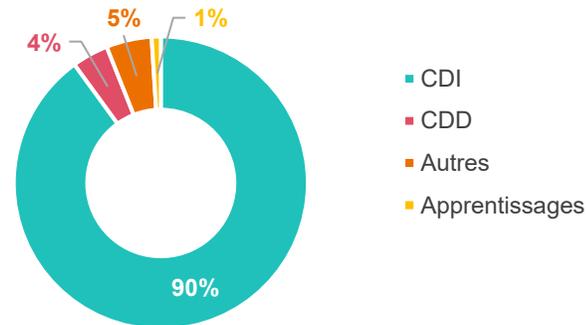
**91% de contrats à temps complet**  
Source INSEE, DADS, 2017

### Répartition des effectifs salariés par CSP et contrats

Source INSEE, DADS, 2017



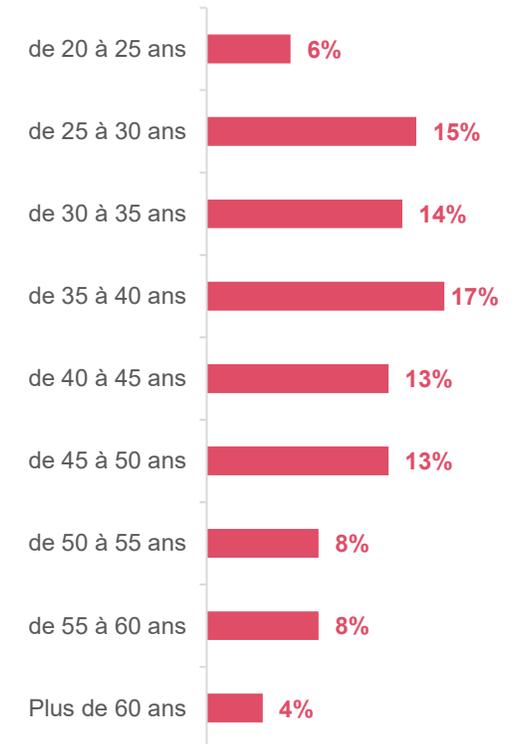
**Près de 4 salariés sur 10 sont cadres**  
contre 1,6 salariés sur 10 toutes branches confondues



**Près de 9 salariés sur 10 sont en CDI**  
contre 8 salariés sur 10 toutes branches confondues

### Pyramide des âges de la branche

Source : INSEE, DADS, 2017

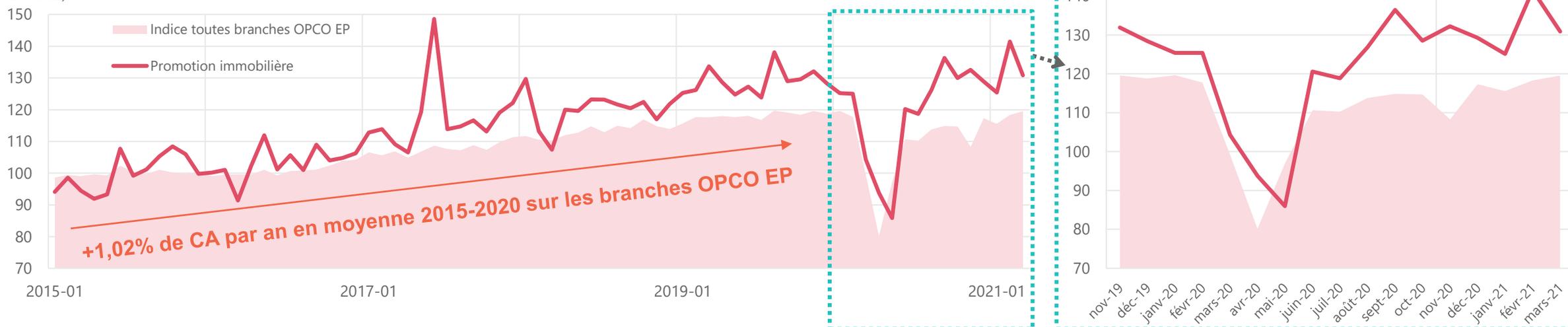


# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Impact de la crise sur l'activité de la branche jusqu'à début 2021

### Evolution du chiffre d'affaires (CA) des branches de l'OPCO EP et de la branche promotion immobilière à partir d'un indice de base 100 au T1 2015

ESANE, traitement KYU



#### La promotion immobilière tire l'indice du CA des branches de l'OPCO EP à la hausse \*

Depuis avril 2016, l'indice de la branche promotion immobilière est supérieur de 8 points en moyenne à celui toutes branches confondues.

Depuis juin 2020 (mois de la reprise à la hausse du CA du secteur), l'indice de CA de la branche a cru s'établissant à 131 points en mars 2021 (niveau

#### similaire à novembre 2019)

La crise sanitaire a eu un effet temporaire (et quelque peu à rebours) sur l'indice de la promotion immobilière au T2 2020. La reprise en V de l'activité se traduit par un retour au niveau d'avant crise dès août 2020. Néanmoins, des baisses d'indice de CA s'observent dans la branche au T4 2020 et dès début 2021. Ces dates sont celles des deuxième et troisième confinements, ce qui tend à confirmer une corrélation forte et négative entre ces phénomènes et le CA de la branche.

\* Les indices exposés sont à considérer dans leur tendance d'évolution. En effet, ils résultent de modélisations reconstruisant la branche à partir des données du CA INSEE, les données ESANE n'étant pas parues. Sur cette modélisation, on suppose que si 66% des salariés du code 4410D sont dans la branche 1512, alors 66% du CA 4410D va dans la branche 1512.

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

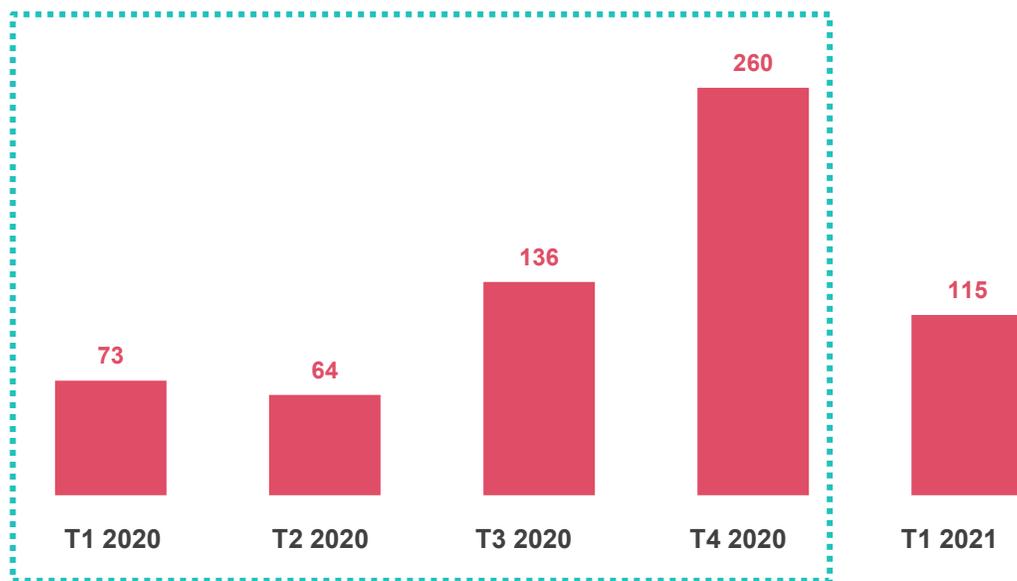
## Impact de la crise sur la création et la disparition des entreprises dans la branche

+29% de créations d'entreprises entre 2019 et 2020

-6% de radiations d'entreprises entre 2019 et 2020

### Différentiel entre les créations et les radiations d'entreprises \*

Données Infogreffe – traitement KYU



\*

Attention les créations/radiations/différentiels prennent en compte toutes les structures enregistrées à l'Infogreffe (y compris les entreprises unipersonnelles et autres...), ce qui peut expliquer ces chiffres très élevés.

% évolution des créations

% évolution des radiations

Branche de la promotion immobilière	% évolution des créations		% évolution des radiations	
	2018/2019	2019/2020	2018/2019	2019/2020
	+ 16%	+ 29%	+ 13%	- 6%

### Une croissance du nombre d'entreprises dans la branche de la promotion immobilière

- Le nombre d'entreprises a augmenté pendant l'année 2020, malgré une décélération du solde de création au T2 2020 (confinement strict). Cette période a été suivie d'un fort rebond au T3 et surtout au T4 2020.
- Cette croissance élevée provient d'une forte diminution des radiations en 2020 par rapport à 2019 (respectivement -6% vs 13%).

### Un nombre d'entreprises qui devrait continuer à croître en 2021

- Au T1 2021, le différentiel d'entreprises est supérieur de 58% à ce qu'il était au T1 2020 et les deux premiers mois du T2 2021 (avril et mai) affiche un différentiel à hauteur de 122, soit 91% de plus qu'au T2 2020.

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Éléments spécifiques à la branche – Promotion immobilière – Immobilier résidentiel (1/3)

**Nombre de logements et nombre de logements mis en construction (collectifs) en France** Données SDES, SOeS, estimations Sit@del2 / logements collectifs ou en résidence



### Une diminution drastique des permis délivrés et des mises en chantier en 2020

- En raison de la mise à l'arrêt des services publics pendant le confinement de mars à mai 2020 et d'une année d'élections municipales (avec l'arrivée de mairies écologistes), les permis de construire délivrés pour les logements collectifs ont diminué de -6% entre 2020 et 2019 et des remises en question de permis délivrés ont été observées ces derniers mois. Depuis le pic de 2017 (296K logements autorisés sur l'année), les volumes de permis de construire diminuent constamment (283K en 2018, 266K en 2019 et 224K en 2020).
- En parallèle, le nombre de logements collectifs ou en résidence neufs mis en chantier en 2020 a fortement baissé (-5% vs. 2019), ce qui est dû à la mise à l'arrêt de chantiers lors du 1<sup>er</sup> confinement, à des lancements plus tardifs et à la commercialisation plus complexe des lots qui bloque le démarrage des travaux.
- Les évolutions constantes en matière de réglementation (PLU, RE2020) viennent

complexifier les produits, renchérir les coûts et raréfier le foncier disponible.

- Alors qu'ils sont en mesure de produire et que la demande des particuliers est forte, les professionnels du secteur connaissent une crise de l'offre (due à un faible octroi de permis de construire), dont ils ne voient pas la fin.

### Une bonne capacité d'adaptation des promoteurs qui a permis une reprise rapide

- Les méthodes de travail déjà bien digitalisées des promoteurs (outils numériques pré-collaboratifs déployés (BIM, impression 3D...) et l'organisation du travail en réseau ont permis la continuité de l'activité lors du 1<sup>er</sup> confinement (mise en place rapide et efficace du télétravail), puis d'impulser une reprise rapide de la mise en chantier, dont la solidité est à observer dans le temps.

**Étant donné le délai de production des logements neufs une fois le permis accepté (3 ans) et la pénurie d'offres suite à la crise, les conséquences pourront être un report de la demande vers les logements anciens, au moins à court-terme.**

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Eléments spécifiques à la branche – Promotion immobilière – Immobilier résidentiel (2/3)

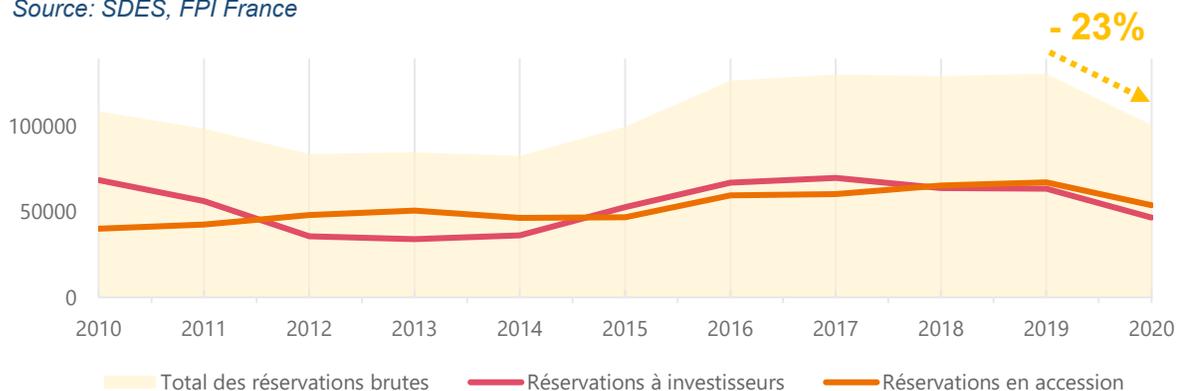
**Demande de logements neufs** Source: INSEE Enquête trimestrielle d'opinion dans la promotion immobilière – Ecart entre le pourcentage de réponses « en hausse » et le pourcentage de réponses « en baisse »



L'enquête trimestrielle n'a pas été réalisée au T2 2020 à cause du confinement strict.

## Evolution des réservations brutes de logements par destination

Source: SDES, FPI France



## L'incertitude liée à la crise a diminué la demande de logements neufs en 2020

- Avant la crise sanitaire, les promoteurs s'attendaient à une baisse de la demande (écart en % entre les réponses en « hausse » et en « baisse » de - 8,6%). Le pessimisme des promoteurs s'est accentué suite aux confinements successifs, jusqu'à atteindre - 19,2% au T1 2021 (plus bas niveau depuis le T1 2019). Parallèlement, les ventes en 2019 ont diminué de 23% par rapport à 2019, face à l'incertitude concernant les effets de la crise sanitaire sur la situation économique.

## Un rebond de la demande au premier trimestre 2021

- Le T2 2021 est caractérisé par un regain d'optimisme de la part des promoteurs : on observe un écart de 4,7% en faveur des anticipations positives de demande de logements neufs qui illustre l'anticipation d'un effet de rattrapage (la moyenne des cinq dernières années étant de -12%).
- La reprise est caractérisée par une hausse (+ 57%) de la demande des investisseurs institutionnels (ventes en bloc) pour revenir au même niveau que le T1 2019 (source : SDES). Le nombre moyen de réservations brutes repart également à la hausse en 2021 (en moyenne, 30,9K/trimestre en 2021, vs. 25,3K en 2020 et 32,8K en 2019) (source : SDES).
- La crise a en revanche diminué les autorisations de logements collectifs. On observe une diminution de 23% des logements collectifs autorisés (cumul sur un an) entre le T1 2021 et le T1 2020 et de -26% par rapport au T1 2019 (source : SDES).
- 3 facteurs expliquent ce rebond de la demande : une politique monétaire post-COVID accommodante, l'immobilier vu comme valeur refuge, des dispositifs fiscaux avantageux (Pinel).

La délivrance de permis de construire est donc l'enjeu majeur du secteur.

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Eléments spécifiques à la branche – Promotion immobilière – Immobilier résidentiel (3/3)

**Prix moyens des terrains** Source: INSEE Enquête trimestrielle d'opinion dans la promotion immobilière – Ecart entre le pourcentage de réponses « en hausse » et le pourcentage de réponses « en baisse »



L'enquête trimestrielle n'a pas été réalisée au T2 2020 à cause du confinement strict.

**Prix moyens des logements neufs** Source: INSEE Enquête trimestrielle d'opinion dans la promotion immobilière – Ecart entre le pourcentage de réponses « en hausse » et le pourcentage de réponses « en baisse »



**L'optimisme des promoteurs concernant l'augmentation des prix des terrains atteint un niveau record (vs. les 15 dernières années) au T2 2021.**

- Concernant les terrains, les promoteurs anticipent une hausse des prix moyens dans les prochaines semaines. Leur optimisme dépasse même le niveau avant crise dès le T2 2021 (39,7% vs. 38,5% T1 2020 et 25,7% au T2 2019).
- La faible disponibilité du foncier explique en partie cette hausse des prix.

**Des prix des logements neufs en constante augmentation**

- Le marché de logements neufs a subi, lors de la crise sanitaire, un choc d'offre négatif. En parallèle, la demande de logements neufs (collectif et individuels), n'a pas été aussi élevée depuis 2007 selon les promoteurs (source: Enquête trimestrielle de conjoncture dans la promotion immobilière, INSEE).
- Cet excès de demande contribue à l'augmentation des prix : 4 900 €/ m2 en juin 2021 et + 2% au cours des 12 derniers mois (dans les villes de plus de 45 000 habitants), selon le laboratoire de l'immobilier. Ce dynamisme est particulièrement visible hors marché francilien (+ 4,1% d'augmentation des prix entre T1 2021 et T1 2020) vs. l'Île-de-France (+ 0,4%).

**Globalement les estimations concernant la demande de logements neufs sont bonnes pour les prochains trimestres. En revanche, la relance de l'offre semble timide, particulièrement pour les logements collectifs. Les prochains mois seront charnières pour la promotion immobilière, notamment du côté de la relance des permis de construire.**

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Eléments spécifiques à la branche – Promotion immobilière – Coût de construction

Evolution de l'indice des prix de la construction neuve et des coûts des matériaux de construction *Données INSEE*



### L'inflation des prix des logements neufs pourrait être accentuée par une augmentation des coûts de construction (prix de production et coût des matériaux)

- La tendance de l'indice des prix de production avant la crise sanitaire était légèrement croissante (+ 0,6 point d'indice par trimestre). Depuis le T3 2020, l'indice marque une accélération : + 0,7 point au T3 2020, + 1,9 point au T4 2020 et + 1,7 point au T1 2021. La crise sanitaire a eu un effet sur la réduction des flux commerciaux à l'échelle mondiale, par conséquent le coût des matériaux marque une forte hausse au T1 2021 (+ 3,7 points au T1 2021, vs. une moyenne de long-terme de + 0,6 point d'indice par trimestre).

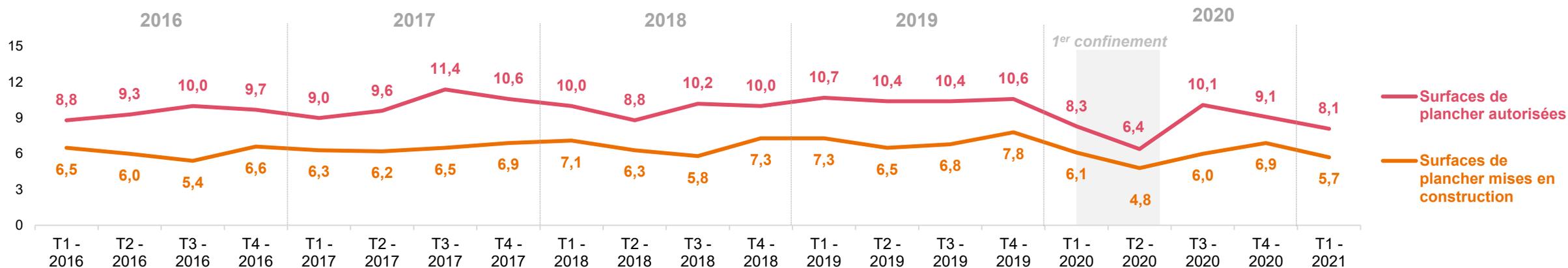
### Aujourd'hui, il semblerait que la hausse drastique des coûts des matériaux soit compensée par une croissance assez contenue des coûts salariaux (les prix de production de construction neuve incluent les coûts des matériaux et les coûts salariaux)

- Augmentation de l'indice des prix de production à hauteur de 1,7 point au T1 2021 vs. hausse des coûts des matériaux de 3,7 points au T1 2021.
- L'analyse des prochains trimestres permettra d'évaluer la durabilité de cette pénurie d'offres et ses conséquences sur les prix des logements neufs.

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Eléments spécifiques à la branche – Promotion immobilière – Locaux non résidentiels

### Surfaces de plancher autorisées et commencées en France Données INSEE, en million de m<sup>2</sup>



#### Point marché

Si la demande de logements neufs est élevée, l'activité future de ce segment de marché est dépendante de l'offre d'où une certaine incertitude. En revanche, l'activité de l'immobilier commercial et de bureaux accuse une baisse significative (demande et offre).

L'avenir de ce sous-secteur reste flou et est conditionné par un retour du « shopping » et aux évolutions à long terme (plus difficiles à anticiper) des modes de travail présents (réunions à distance, télétravail...).

#### Une reprise plus lente de l'immobilier non résidentiel par rapport au résidentiel

- Le secteur de la promotion immobilière de locaux non résidentiels a connu une baisse de -38,2% de ses surfaces de plancher autorisées en avril 2020, suivi d'une reprise de 45,5% en juin 2020. Annuellement, la surface de plancher autorisée a diminué de 9% entre 2020 et 2019.
- Parallèlement, le premier mois de confinement a marqué une baisse de -52% des surfaces de plancher commencées puis une reprise de 67% en juin 2020. Annuellement, on observe une diminution de l'ordre de 16% des surfaces de plancher commencées entre 2020 et 2019.
- À l'inverse de la promotion immobilière résidentielle, les données ne nous permettent pas d'observer un rattrapage des mois de fermeture (absence d'effet de rebond au T1 2021 pour combler les pertes dues à la crise). La tendance est la même qu'avant crise, avec un déficit des surfaces de plancher commencées à hauteur de - 4 624 765 m<sup>2</sup> (différentiel entre les surfaces de plancher autorisées et les surfaces de plancher mises en construction).

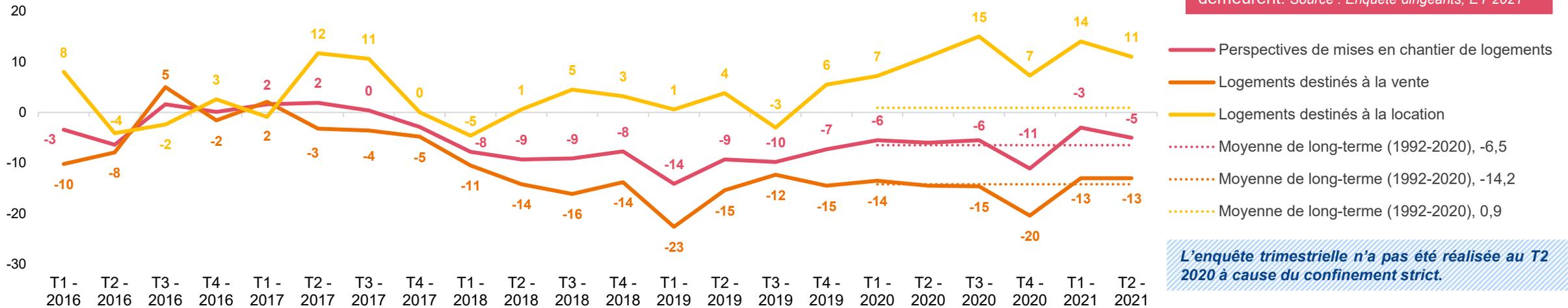
# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Projection des entreprises concernant l'évolution de leur chiffre d'affaires

69 %

des entreprises de la promotion immobilière étaient optimistes sur les perspectives économiques de leur secteur en avril-mai 2021 (vs. 45% en octobre-novembre 2020), même si des incertitudes demeurent. Source : Enquête dirigeants, EY 2021

**Perspectives d'activité à court-terme** Source: INSEE Enquête trimestrielle d'opinion dans la promotion immobilière – Ecart entre le pourcentage de réponses « en hausse » et le pourcentage de réponses « en baisse »



L'enquête trimestrielle n'a pas été réalisée au T2 2020 à cause du confinement strict.

### Des perspectives de mises en chantier de logements inférieures à la moyenne de long-terme au T4 2020, suivi d'un rebond d'optimisme en 2021

- En raison des nombreuses **contraintes conjoncturelles et structurelles** (allongement des délais administratifs, rareté du foncier constructible, réglementation plus stricte, arrivée des partis écologistes dans les métropoles françaises...), les promoteurs sont pessimistes sur les perspectives de mises en chantier futures (**écart en % de -11 au T4-2020 vs -6,5 de moyenne de long-terme**).
- En revanche, au T2 2021 (-5) **les perspectives des promoteurs se rapprochent de la moyenne long terme (-6,5)**.

### Une possible réorientation stratégique des promoteurs à l'échelle globale pour faire face à la conjoncture

- Suite au déficit d'offre induit par la crise et aux perspectives ternes de mises en chantier, il est possible que **les promoteurs changent leur stratégie** pour développer **des activités d'exploitation immobilière**. En effet, en maintenant durablement l'offre (comme pour faire face à demande croissante), le prix de leur construction augmentera, tout en percevant en parallèle des revenus issus de la location (écart en % de -13 pour les logements destinés à la vente vs -14,2 de moyenne de long-terme et 11 pour les logements destinés à la location vs 0,9 de moyenne de long-terme).

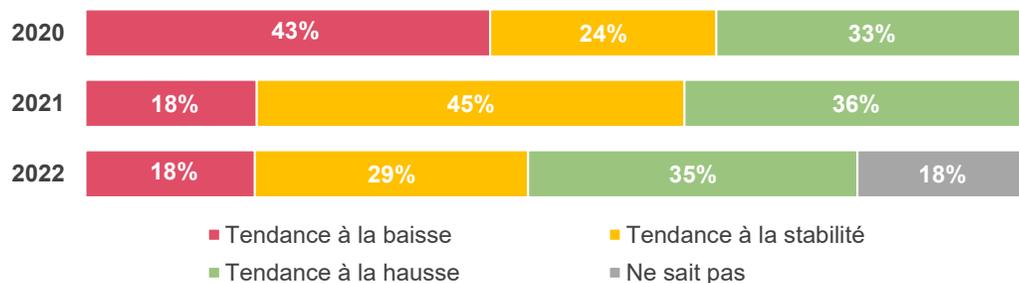
# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Projection des entreprises concernant l'évolution de leur chiffre d'affaires et de leurs effectifs

### Evolution anticipée du chiffre d'affaires (CA) des entreprises de la branche par rapport à 2019

Questionnaire KYU/OPCO EP – 20 réponses pour 2020, 21 réponses pour 2021 et 16 réponses pour 2022

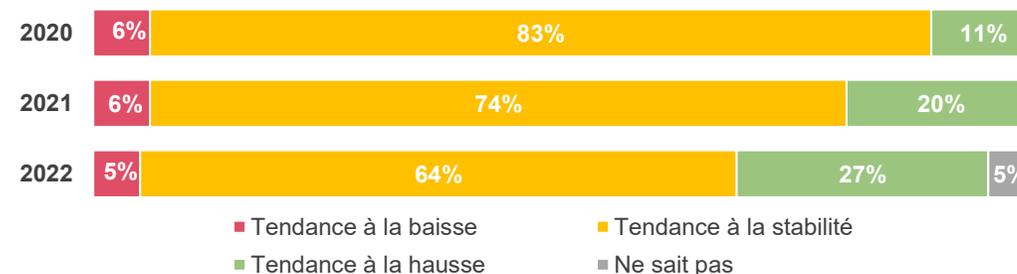
Lecture : En 2020, 33 % des entreprises affirment un CA en hausse



### Evolution des effectifs des entreprises de la branche par rapport au 31/12/19

Rapport de branche promotion immobilière

Lecture : En 2020, 83 % des entreprises affirment que leurs effectifs sont stables



#### Une baisse conséquente du CA en 2020 suite aux diverses restrictions sanitaires, qui pourrait être suivie d'une reprise des activités dès 2021

- Cependant, 19% des entreprises interrogées dans le sondage (environ 20 répondants) anticipent une baisse de CA en 2021, contre 45% en 2020. Par ailleurs, on observe que la part des entreprises qui prédisent une hausse de CA en 2021 et en 2022 reste stable (respectivement 36% et 35%).
- Dans les faits, on assiste à une baisse de CA de 15% en 2020 (36,6 Mds€ en 2020, vs. 43,1 Mds€ en 2019). Cette baisse d'activité s'observe sur toutes les activités de la branche, hormis les ventes en bloc (+ 9%) (source : rapport de branche FPI 2020).
- En 2022, l'incertitude est très importante (19% des répondants ne se positionnent pas). Elle est notamment due aux changements réglementaires réguliers, mais aussi à la difficulté de prévoir les évolutions d'un marché parfois changeant.

#### Des effectifs stables en 2020 et 2021 malgré la conjoncture

- Seulement 6% des entreprises sondées ont réduit leur effectif en 2020, et 6% souhaitent continuer à les diminuer en 2021. Pendant la crise, 11% des entreprises sondées ont augmenté leur effectif et 20% anticipent de les augmenter en 2021.
- Dans les faits, on assiste à une baisse des effectifs de 3% en 2020 (31 450 en 2020, 32 400 en 2019) (source : rapport de branche FPI 2020).
- En 2022, les entreprises sondées prévoient pour 27% d'entre elles d'augmenter leurs effectifs (vs. 11% en 2020 et 20% en 2021). Cette hausse d'effectifs devrait être portée par les services centraux et les métiers du montage et du suivi de programme selon le rapport de branche FPI.

# ÉTAT DES LIEUX DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## Principaux facteurs d'évolution de la branche et impact de la crise sur ceux-ci

GRANDS FACTEURS D'ÉVOLUTIONS IDENTIFIÉS	IMPACTS DE LONG TERME SUR LES ENTREPRISES, LEURS STRATÉGIE ET ORGANISATION INTERNE	COVID-19	CONSÉQUENCES POTENTIELLES DE LA CRISE SANITAIRE
 <b>Evolutions sociétales et de consommation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une nouvelle demande pour les logements neufs individuels</li><li>• Des taux d'intérêt très faibles</li><li>• Des dispositifs fiscaux avantageux</li><li>• L'essor du télétravail et du commerce en ligne</li></ul>	Accélération 	Les confinements successifs ont contribué à changer le mode de consommation et habitudes des français : essor du télétravail et besoin d'espace et d'extérieur. Cela pourrait contribuer à une diminution de la demande de bureaux ainsi qu'une expansion de la demande aux territoires éloignés des centres urbains.
 <b>Evolutions des politiques d'aménagement du territoire</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Développement des offres de transport</li><li>• Modification des PLU pour répondre à la nouvelle demande de logements (post-crise et post élections municipales)</li><li>• Pénurie chronique de permis de construire et délais administratifs de délivrance en hausse</li></ul>	Accélération 	Le développement de la demande dans des territoires moins denses et une plus grande facilité à exploiter des terrains moins coûteux à l'extérieur des centres urbains. Les permis de construire sont quant à eux de plus en plus difficiles à obtenir (délais en hausse, délivrance plus restrictive, notamment dans un contexte où des mairies de métropoles (Lyon, Strasbourg, Bordeaux, etc....) ne s'affiche plus « batisseuses »), ce qui pourrait freiner le développement de la branche, alors que la demande reste dynamique.
 <b>Evolutions technologiques</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Building information modeling (BIM)</li><li>• Impression 3D (maquettes ou logements témoins)</li><li>• Numérisation des services d'urbanisme en Mairie</li><li>• Nouveaux matériaux de construction pour répondre aux critères environnementaux</li></ul>	Accélération 	Le recours aux outils numériques pour la réalisation d'un projet de promotion contribue à ouvrir ce secteur à de nouvelles méthodes de production durables. Le télétravail pourrait se développer (3/4 des entreprises anticipent plus de télétravail dans les prochaines années selon l'enquête dirigeants EY 2021). <i>Attention, ces outils numériques ont été développés avant la crise sanitaire.</i>
 <b>Evolutions de la concurrence</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Un secteur résilient et attractif (reprise rapide et forte)</li><li>• Une pénurie d'offres de logements sur les territoires les plus urbains</li></ul>	Accélération 	L'immobilier neuf résidentiel est devenu un investissement de plus en plus attractif en France. Les profits élevés et les bonnes perspectives devraient peut-être inciter de nouveaux acteurs à intégrer ce marché.
 <b>Evolutions réglementaires, fiscales et bancaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• RE 2020 mise en application en 01/2022</li><li>• Banques plus exigeantes sur la solidité des dossiers de prêts</li></ul>	Impact faible 	Les logements neufs répondent mieux aux critères environnementaux (vs. les anciens). Les organismes publics incitent d'ailleurs les professionnels à développer une offre éco-responsable. La crise a impacté le pouvoir d'achat des ménages et l'obtention de prêts pourrait devenir plus complexe.

# 3.

## Stratégies mises en œuvre face à la crise

# STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE FACE À LA CRISE

*Synthèse des principaux éléments qui ressortent des enquêtes, entretiens et audits*

---

1

## Principales réorientations stratégiques opérées ou à opérer pour faire face à la crise

- Digitalisation des process de vente ou de production
- Communication, prospection active de nouveaux clients ou contrats

2

## Principaux dispositifs sociaux utilisés et qui vont être utilisés pour faire face à la crise

- Recours à l'activité partielle
- Recours aux aides financières pour l'embauche d'alternants

3

## Principaux dispositifs financiers activés et qui restent à activer pour faire face à la crise

- Demande de PGE (prêt garanti par l'État)
- Mobilisation de la trésorerie

# STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE FACE À LA CRISE

## Les réorientations stratégiques et les défis

### Principaux défis de l'entreprise avant et pendant la crise

sanitaire Questionnaire KYU/OPCO EP – 25 réponses et 22 réponses

#### Avant la crise



#### Pendant la crise



### Des préoccupations changées pendant la crise sanitaire qui permettent d'identifier les problèmes structurels de la branche

- Avant la crise, la rareté du foncier a été citée par 11 entreprises (44% de l'échantillon) comme un défi pour les entreprises. Les promoteurs sont nombreux à être capables de produire davantage, mais à ne pas trouver de terrains disponibles/constructibles, en particulier sur les territoires denses en population (not. en IDF).
- Pendant la crise, l'allongement des délais administratifs est devenu la principale préoccupation des promoteurs. La crise a entraîné un arrêt des délivrances de permis de construire et des mises en chantier. Aujourd'hui, les promoteurs notent un allongement de la durée entre l'autorisation du permis de construire et le début du chantier qui est passée de 2 à 5 mois en moyenne.

### Principales réorientations stratégiques pendant la crise et pour favoriser la reprise avant fin 2021

Questionnaire KYU/OPCO EP – 22 réponses

#### Pendant la crise



#### Avant fin 2021



### Pendant la crise, la digitalisation des processus de vente ou de production est devenue la stratégie principale des promoteurs pour faire face aux confinements réussis

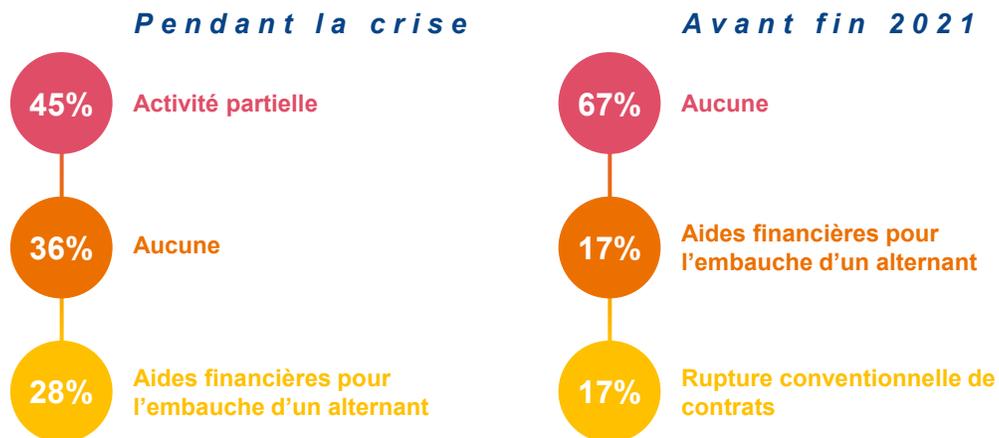
- Afin de pouvoir continuer leurs activités, la moitié des entreprises interrogées ont digitalisé leurs méthodes de travail, ce qui a permis une certaine continuité des activités et une reprise rapide dès 2021. La digitalisation reste une stratégie de développement majeure pour le secteur qui est soumis à des évolutions importantes en la matière (BIM, digitalisation des processus administratifs étatiques...).
- Aujourd'hui, les entreprises souhaitent développer de nouveaux marchés/clients pour rattraper la baisse d'activité due aux confinements.

# STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE FACE À LA CRISE

## Principales mesures sociales déployées et stratégies économiques et financières

### Principales mesures sociales mises en place pendant la crise et pour favoriser la reprise avant fin 2021

Questionnaire KYU/OPCO EP – 22 réponses et 18 réponses



Les entreprises de la branche ont eu massivement recours au chômage partiel pendant la crise. Elles reprennent désormais leurs activités sans aide de l'État

- Sur les 22 entreprises répondantes, 6 ont eu recours à l'activité partielle et aux aides financières pour l'embauche d'un alternant. Le cumul des deux leur a permis de maintenir en poste l'intégralité de leur personnel, tout en augmentant le recrutement en prévision d'un rebond de production post-crise.
- 67% des entreprises n'auront pas recours aux aides les semaines/mois à venir, en prévision d'un retour à la normale de l'activité.

### Principales stratégies économiques et financières déployées pendant la crise et à venir

Pourcentage d'entreprises – Questionnaire KYU/OPCO EP – 22 réponses et 21 réponses



Les stratégies déployées témoignent de la capacité de rebond de la branche

- Afin d'amortir le choc de la crise sanitaire, 60% des entreprises ont eu recours au PGE. La trésorerie des entreprises (dont la gestion était une priorité avant la crise pour un sondé sur 4) a également été mobilisée ces derniers mois.
- Aujourd'hui, 50% des entreprises ont repris leur activité sans ressentir le besoin de faire déployer une stratégie particulière, tandis que 40% continuent à mobiliser de la trésorerie. Cela signifie que les entreprises n'ont pas toutes retrouvé leur activité normale, mais qu'elles mobilisent davantage des moyens internes pour se relancer.

# 4.

## Impacts métiers, compétences et mobilités

# STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE FACE À LA CRISE

## Les déterminants de l'évolution des effectifs face à la crise (1/2)

**Evolutions des embauches et des départs en milliers** Rapport de branche Xerfi 2020 Promotion immobilière



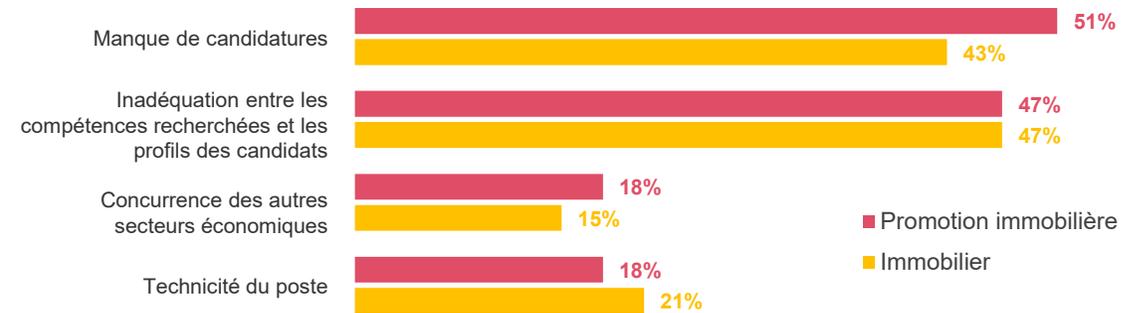
### Une chute du nombre de salariés en 2020, qui s'explique par un problème de recrutement

- A l'échelle de la promotion immobilière, 800 emplois ont été supprimés en 2020, ce qui ramène la branche à un nombre d'employés équivalent à celui de 2018.
- Ce solde négatif est néanmoins plus dû au manque d'embauches lié aux incertitudes engendrées par la crise sanitaire (5 900 recrutements en 2020 vs 7 600 en 2019), qu'à des départs (licenciements...), ceux-ci ayant été relativement faibles par rapport à 2019 (respectivement 6 600 vs. 7 200).

2/3

des entreprises de la promotion immobilière font état de difficultés de recrutement (source : rapport de branche FPI 2020)

**Les freins éventuels au recrutement** Enquête EY 2021 Promotion immobilière



### Le manque de candidatures et l'inadéquation de l'offre de travail sont les principaux freins au recrutement

- Aujourd'hui, 51% des entreprises considèrent que le manque de candidatures est la source de réduction d'embauche, à titre de comparaison la filière de l'immobilier est confrontée à ce problème à hauteur de 43%. Le vivier de profils adaptés au secteur (profils expérimentés (principalement plus de 3 ans d'expérience), issus d'écoles spécialisées et d'un niveau master ou plus pour 9 profils sur 10) n'est effectivement pas suffisant, d'où une concurrence forte au recrutement de ces profils.
- Pour ce qui est des compétences, 47% des entreprises considèrent qu'un travail sur celles-ci favoriserait le recrutement. En effet les compétences technologiques et « cœur de métier » sont particulièrement recherchées par les entreprises.

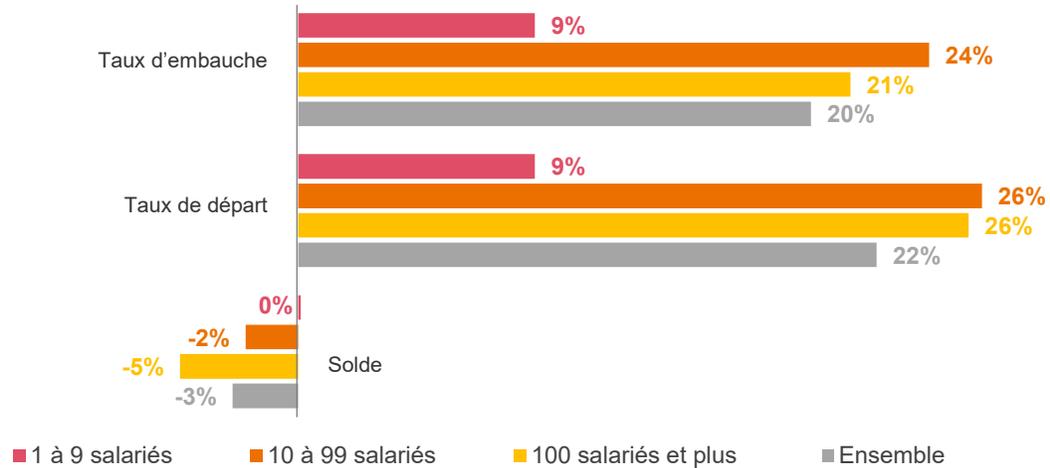
# STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE FACE À LA CRISE

## Les déterminants de l'évolution des effectifs face à la crise (2/2)

**59%** des entreprises de la promotion immobilière anticipaient un maintien de leurs effectifs dans les 12 prochains mois en avril-mai 2021 (vs. 53% en octobre-novembre 2020)  
Source : Enquête dirigeants, EY 2021

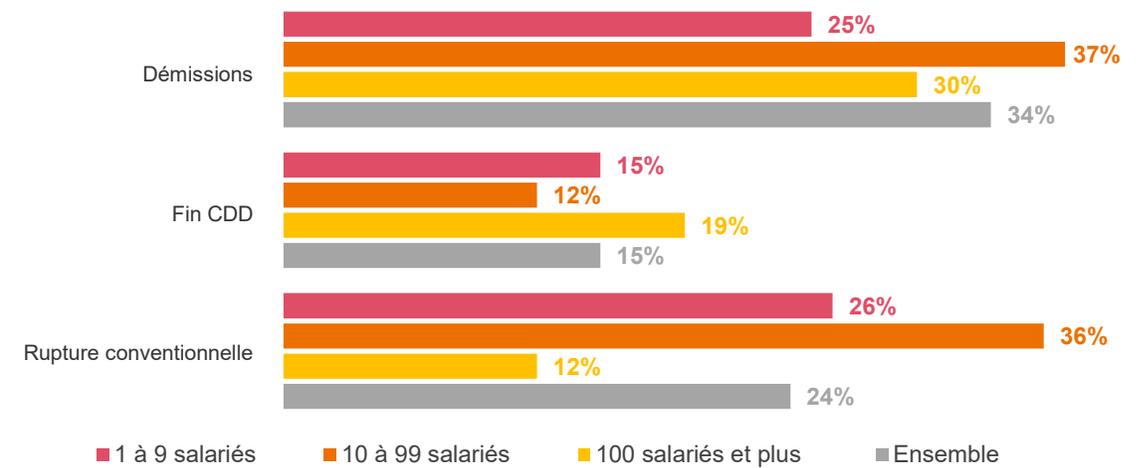
### Les évolutions d'effectifs en fonction de la taille d'entreprise

Rapport de branche Xerfi 2020 Promotion immobilière



### Les 3 principaux motifs des départs

Rapport de branche Xerfi 2020 Promotion immobilière



### Les motifs et types d'embauches

Rapport de branche Xerfi 2020 Promotion immobilière

#### Répartition des embauches

- 1 **Accroissement des effectifs**
- 2 **Remplacement de personnel**

#### Selon la nature du contrat de travail

- 64% **CDI**
- 17% **CDD**
- 15% **Contrats d'apprentissage**

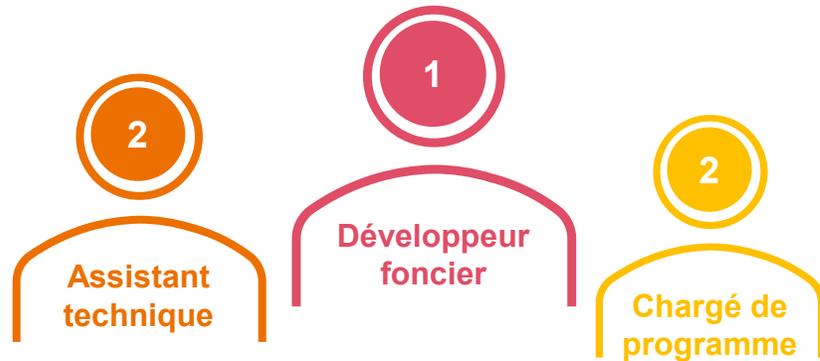
### Les grandes entreprises font chuter le nombre de salariés dans la branche en 2020

- L'évolution des effectifs des grandes entreprises a été de -5% en 2020, ce qui tire le nombre de salariés de la branche à la baisse (-3%). Dans les plus TPE, le solde des effectifs reste constant.
- Dans les grandes structures, les non-renouvellements de CDD sont plus fréquents que dans les moins de 100 salariés.

# IMPACTS MÉTIERS, COMPÉTENCES ET MOBILITÉS

## Principaux métiers impactés par la crise sanitaire

### Projection de l'évolution des effectifs par métier Questionnaire KYU/OPCO EP, 11 répondants



#### Les métiers qui seront les plus demandés en 2022 sont ceux avec une forte dimension technique

- Les entreprises pour se développer souhaitent recruter des employés capables de comprendre les contraintes réglementaires et de trouver des solutions pour produire (11 réponses pour les postes techniques).
- 9 entreprises répondantes sur 10 pensent que le métier de développeur foncier sera en croissance d'ici 2022, ce qui dénote d'un fort besoin en terrains constructibles pour les promoteurs, dans un contexte de rareté du foncier disponible et d'une difficulté à obtenir des permis de construire.

**Le déficit d'offres, couplé aux contraintes physiques et réglementaires (terrains et législation), favorise les compétences « cœur de métier »**

### Priorité de développement des compétences avec la crise Questionnaire KYU/OPCO EP, 18 répondants



#### Les compétences à développer reprennent l'ensemble des problématiques de la branche

- Afin de faire face à l'inflation normative et à la rareté du foncier, les promoteurs veulent renforcer les compétences techniques pour trouver de nouveaux terrains et faire sortir de terre de nouveaux projets. Les attentes en matière de développement commercial et de vente restent soutenues.
- Les exigences des consommateurs et les nouvelles contraintes réglementaires ont aussi accéléré les besoins en compétences numériques pour faciliter la commercialisation et l'agilité dans le montage et la gestion des projets.
- La capacité à travailler en équipe et la flexibilité des professionnels sont également des compétences recherchées par les entreprises (source : Enquête dirigeants, EY 2021).

# 5.

## Principaux enjeux branche et propositions d'actions

# PRINCIPAUX ENJEUX BRANCHE ET PROPOSITIONS D' ACTIONS

## Principaux enjeux pour la branche

---

### 1 ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES À FAIRE FACE AUX CONTRAINTES STRUCTURELLES CROISSANTES DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE

La promotion immobilière fait face à des défis importants, du fait d'un **déficit d'offre et de contraintes réglementaires, institutionnelles et culturelles**. Ajoutant à cela, la crise sanitaire a entraîné une pénurie de matériaux conduisant à une inflation des coûts de production.

Pour y faire face, **partager de bonnes pratiques** (en matière de relation client, de relation avec les institutionnels ou encore de réglementation), **mutualiser les forces de la branche pour trouver de nouvelles stratégies de développement** (adaptation aux marchés existants recherche de nouveaux clients/marchés/offres/activités...) **et reconstituer une offre correspondant aux besoins de demain** (surélévation d'immeubles, baux emphytéotiques, transformation d'immeubles existants...) pourrait être une solution pour permettre au secteur de relever les défis à venir.

### 2 DÉVELOPPER LA FORMATION SUR DES COMPÉTENCES PRIORITAIRES ET/OU ÉMERGENTES

La promotion immobilière a intégré ces dernières années de nombreuses compétences, en particulier dans les domaines managériaux (travail à distance...), **commercial et relationnel** (relation avec les clients/institutionnels), **technologique/numérique** (outils collaboratifs à distance, nouvelles technologies de construction, BIM, etc.) et **réglementaires** (nouvelles normes de construction, etc.).

Ces compétences, si elles sont globalement appropriées par la branche, sont en **constante évolution**, du fait d'un contexte changeant. **Identifier les axes de développement** qu'elles suivent ou devraient suivre dans les prochains mois, et **proposer des modalités flexibles d'adaptation, via la formation notamment** est un enjeu de taille pour la branche.

# PRINCIPAUX ENJEUX DE LA BRANCHE – RÉPONSE À L'ENJEU 1 (1/2)

1

## Réfléchir autour des nouveaux « business model » de la branche

### Contexte :

- Difficulté à décrocher des permis de construire ;
- Attentes clients fortes sur des projets innovants.

### Faisabilité



2

## Former les salariés de la branche à des compétences partenariales

### Contexte :

- Difficulté à décrocher des permis de construire ;
- Image de gros « pollueur » du secteur.

### Faisabilité



Actions à lancer

**Mener une réflexion autour des futurs** « business model » de la promotion immobilière : où construire ? Quoi construire (bâtiments nouant plusieurs caractéristiques habitat/commercial/loisirs, réhabilitation de bâtiment ou simplement surélévation...) ? Cette réflexion pourrait s'appuyer sur :

- **les projets présentés aux Pyramides d'Or**, pour partager ce en quoi ces dossiers sont exemplaires et les bonnes pratiques à en retenir ;
- **le développement de dispositifs CIFRE** (thèse en entreprise), afin de creuser des thématiques stratégiques (étude demande/marketing, urbanisme/ sociologie, économie/affaires publiques, bâti à haut rendement énergétique, etc.).

Actions à lancer

**Développer des formations au niveau de la branche**, afin de favoriser la convergence d'intérêts entre le secteur public et privé :

- **Enjeux politiques/écosystème** (pour en amont du projet, identifier les enjeux politiques et attentes des mairies et des territoires, anticiper et proposer des solutions adaptées aux acteurs publics pour relever le défi du logement, convaincre de la qualité des produits de l'immobilier neuf vs. l'ancien, etc.) ;
- **Economie locale/affaires publiques** (pour favoriser l'échange entre acteurs de la branche/pouvoirs publics/particuliers : compétences de médiation, de lobbying...).

**Ces formations pourraient prendre la forme de CCP**, qui viendront valoriser ces métiers dans la branche. La pertinence de la création ce ceux-ci doivent être discutée avec des RH de la branche.

**Communiquer, lors des salons comme celui des maires de France, sur les atouts de l'immobilier neuf.**

Acteurs impliqués

- Branche
- Universitaires
- Acteurs de la société civile (journalistes...)

Publics cibles

- Entreprises de la branche

Acteurs impliqués

- OPCO
- Branche

Publics cibles

- Entreprises de la branche
- Salariés
- Demandeurs d'emploi

# PRINCIPAUX ENJEUX DE LA BRANCHE – RÉPONSE À L'ENJEU 1 (2/2)

3

## Adapter les métiers et les formations aux évolutions « business »

### Contexte :

- Environnement de marché en pleine mutation et confronté à de nouvelles problématiques.

### Faisabilité



4

## Communiquer sur les dispositifs existants de soutien de l'activité

### Contexte :

- Méconnaissance des dispositifs de soutien à l'activité de la part des entreprises

### Faisabilité



Actions à lancer

**Ouvrir des webinaires pluridisciplinaires** (afin de valoriser une approche globalisante des projets qui pourra devenir un argument commercial à terme) :

- **Urbanisme/sociologie** (pour intégrer les projets dans une dimension plus large et moins centrée sur le bâtiment, que sur son environnement et son utilité finale). Ce webinaire en particulier pourrait intégrer les retours des partenaires de la branche comme l'Ecole d'urbanisme de Sciences Po Paris (chaire immobilier) ;
- **Management global** (pour améliorer la collaboration des différents métiers d'expertise de la promotion immobilière et apporter aux clients des réponses multitenants).

**Des tables rondes, dédiées principalement aux TPE/PME pourraient être organisées.**

Elles seraient notamment l'occasion pour ces **structures de se rapprocher et de mutualiser leurs forces sur des projets collaboratifs.**

Actions à lancer

**Mobiliser les délégations régionales ou territoriales de l'OPCO et des OS/OP** pour réaliser une synthèse des principales aides ou dispositifs (centrés sur le développement de l'emploi et de la formation, notamment le plan) existants au niveau national, comme local, afin de soutenir les entreprises et les salariés en difficulté, en particulier les TPE/PME.

**Les regrouper dans un guide intégrant un mode d'emploi, à diffuser largement, notamment au cours de webinaires.**

Acteurs impliqués

- OPCO
- Branche

Publics cibles

- Salariés
- Demandeurs d'emploi

Acteurs impliqués

- OPCO
- Branche

Publics cibles

- Entreprises
- Salariés

# PRINCIPAUX ENJEUX DE LA BRANCHE – RÉPONSE À L'ENJEU 2 (1/2)

1

## Adapter l'offre de formation existante

### Contexte :

- Secteur bousculé par des évolutions importantes (réglementaires, fiscales...);
- Nécessité d'adapter l'offre de formations à ces nouvelles mutations.

### Faisabilité

Difficulté 

Temporalité 

Actions à lancer

**A l'aune des transformations digitales et réglementaires constantes, la branche pourrait mener régulièrement une cartographie des compétences émergentes dans la promotion immobilière, et déterminer les compétences couvertes ou non par l'offre de certification actuelle.**

Cette cartographie pourrait conduire à :

- **Adapter au sein des formations existantes les modules liés aux compétences ciblées**, pour prendre en compte leurs évolutions ;
- **Développer au sein des formations existantes des modules spécifiques** sur ces compétences « cœur » ayant évolué ;
- **Mettre en œuvre des forums/webinaires** abordant ces compétences pour sensibiliser les entreprises de la branche à leurs changements.

Les compétences concernées pourraient être :

- **Compétences managériales** (pour répondre à l'augmentation de la collaboration à distance et aux attentes des salariés à ce sujet) ;
- **Compétences commerciales et relationnelles** (pour conserver l'intérêt des investisseurs pour les constructions neuves, malgré leur rareté et leurs prix en constante augmentation) ;
- **Compétences numériques/technologiques** (pour faire face aux nombreuses innovations dans ce domaine) ;
- **Compétences réglementaires** (pour répondre à des exigences réglementaires évolutives et anticiper les évolutions, notamment en prenant en compte les enjeux du bâtiment écoresponsable).

Acteurs impliqués

- OPCO
- Branche
- Entreprises et RH

Publics cibles

- Entreprises et RH
- Salariés
- Demandeurs d'emploi

# PRINCIPAUX ENJEUX DE LA BRANCHE – RÉPONSE À L'ENJEU 2 (2/2)



# Merci

