

L'IA générative, nouveau partenaire du secteur immobilier



16 Janvier 2025

Vue d'ensemble de l'IA générative dans l'immobilier

L'intelligence artificielle (IA) générative fait sa place dans le secteur de l'immobilier. Grâce à des règles prédéfinies et à un entraînement avec des données historiques, l'IA traditionnelle excelle dans des tâches comme la reconnaissance d'images et la détection de fraudes. Toutefois, l'IA générative, une sous-composante de l'IA, utilise l'apprentissage profond pour multiplier les possibilités et générer du nouveau contenu comme du texte, des images et des vidéos, ce qui la rend plus polyvalente et capable de comprendre des modèles complexes. Lentement mais sûrement, les parties prenantes du secteur explorent des moyens de créer de la valeur, d'accroître l'efficacité et d'améliorer l'expérience client grâce aux solutions d'IA générative. Comme c'est le cas au sein d'autres secteurs qui jettent les bases en matière d'IA, il faut tenir compte des stratégies d'investissement, des obstacles à la mise en œuvre, des préoccupations en matière de sécurité et d'éthique, ainsi que des répercussions sur la main-d'œuvre.

Les observations qui suivent sont fondées sur le sondage qu'a mené KPMG au Canada en 2024 pour évaluer l'adoption de l'IA générative dans le marché immobilier canadien. L'intérêt pour cette technologie transformatrice est évident, puisque 59 % des répondants l'ont déjà adoptée dans une certaine mesure. Parmi ceux qui n'ont pas encore adopté l'IA générative, 97 % prévoient le faire dans un avenir rapproché.

100 % des répondants au sondage affirment que l'IA générative est d'une grande importance quant à leur avantage concurrentiel et à leur part de marché (60 % : « extrêmement importante » / 40 % : « très importante »).

Les cas d'utilisation de l'IA générative

Les cas d'utilisation de l'IA générative varient dans la communauté immobilière. Par exemple, les gestionnaires d'immeubles utilisent cette technologie pour améliorer l'expérience client au moyen de robots conversationnels, de portails pour les locataires, de visites virtuelles et d'outils interactifs de gestion immobilière avancés. Cependant, moins d'équipes en contact avec la clientèle se tournent vers l'IA générative pour surveiller et analyser les activités immobilières, optimiser les portefeuilles ainsi qu'accélérer et améliorer les principaux processus (administration des politiques, analyse des contrats, gestion des contrats de location, etc.), entre autres activités génératrices de valeur.

« L'IA générative permet d'interagir avec les données ainsi que de les recueillir et de les contrôler d'une manière plus significative et plus conviviale. Dans le secteur de l'immobilier, nous constatons que les sociétés utilisent cette technologie pour établir de meilleurs liens avec leurs locataires, améliorer l'administration des politiques, effectuer des analyses de contrats plus approfondies et évaluer les baux en matière d'expositions et de concentrations, entre autres activités génératrices de valeur. »

Chris Hough, Partenaire en conseil en management, IA et solutions digitales, KPMG au Canada

Principaux avantages perçus de l'IA générative dans le secteur immobilier

- 01 Création de gains d'efficacité et augmentation de la productivité
- 02 Développement de services plus personnalisés
- 03 Augmentation de la rentabilité
- 04 Amélioration des compétences de la main-d'œuvre

Du côté de la construction, les équipes de projet explorent des solutions d'IA générative pour mieux comprendre et contrôler les coûts liés au matériel, la planification, la coordination des parties prenantes et d'autres activités administratives importantes.

Avec tous les projets d'immobilisations que nous voyons en ce moment, qu'il s'agisse d'améliorations locatives, de rénovations ou de reconfiguration, il existe des occasions de tirer parti de l'IA générative. Par exemple, cette technologie permet de créer des agents conversationnels pour soutenir vos clients et répondre à leurs questions, ce qui contribuera non seulement à l'amélioration de votre relation client, mais aussi à une réduction des coûts associés au soutien à la clientèle.

Deuxième vague d'adopteurs

Les acteurs du secteur immobilier canadien voient le potentiel de l'IA générative, mais ils prennent plus de temps à l'adopter que ceux d'autres secteurs. Pour beaucoup, cette réticence est due à une peur de l'inconnu et à un désir d'attendre de voir la performance des solutions d'IA générative chez leurs pairs.

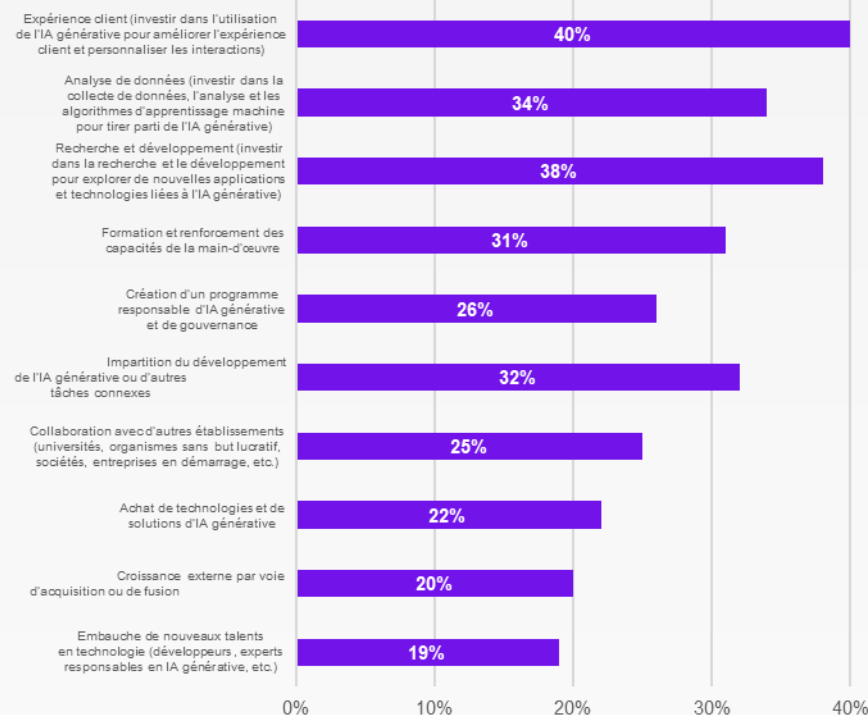
« La question la plus importante à laquelle les sociétés immobilières dont face est de savoir si elles doivent développer ou acheter. Les dirigeants hésitent souvent entre l'achat d'une application d'IA générative ou la création d'un outil personnalisé adapté à leurs besoins particuliers, car chaque option présente ses avantages et ses inconvénients. L'évolution rapide de cette technologie entraîne de l'incertitude et de l'hésitation, ce qui rend les entreprises réticentes à l'adopter immédiatement. Elles préfèrent voir ce que font leurs pairs avant de prendre une décision. »

Idriss Benjelloun, directeur, Données et intelligence artificielle, KPMG au Canada

Accent mis sur l'expérience client

Le secteur immobilier canadien reconnaît le potentiel de l'IA pour générer des avantages dans divers aspects des activités. Pour réaliser ces avantages, la majorité des entreprises concentrent leurs investissements dans l'IA générative sur l'amélioration de l'expérience client, et explorent le plein potentiel de cette technologie au moyen de davantage de recherche et de développement.

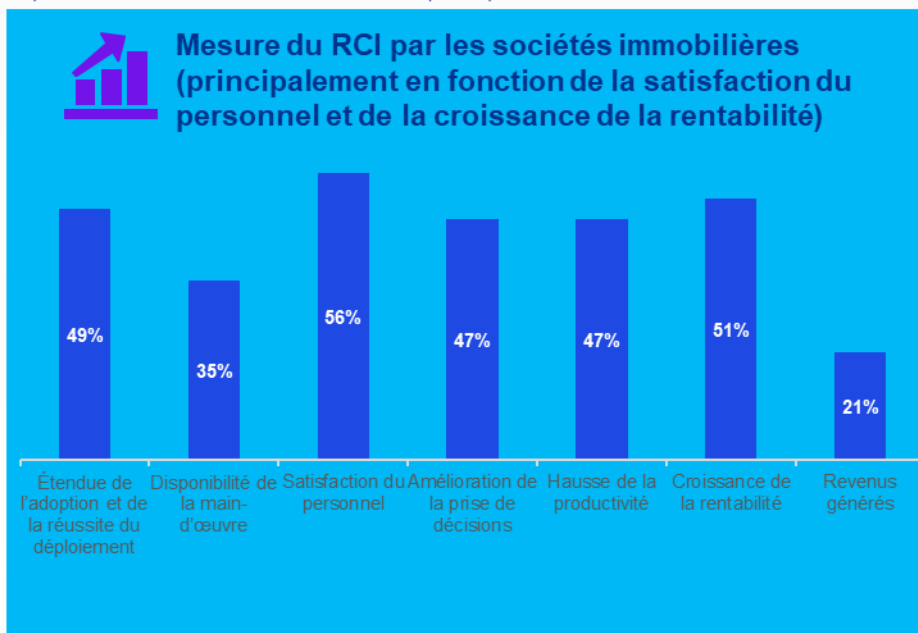
Concentration des investissements en IA générative des sociétés immobilières



48 % des répondants s'attendent à ce que les meilleures occasions découlant de leurs investissements dans l'IA générative proviennent de l'amélioration de l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement pour accroître leur bénéfice net.

Mesure du RCI

Les sociétés immobilières mesurent principalement le rendement du capital investi (RCI) en fonction de la satisfaction du personnel (56 %) et de l'amélioration de la rentabilité (51 %).



À l'instar d'autres secteurs qui en sont aux premières étapes de l'adoption de l'IA générative, les sociétés immobilières doivent déterminer où, et dans quelle mesure, cette technologie a une incidence. C'est une chose de dire, de façon anecdotique, que l'automatisation des tâches administratives ou l'amélioration de l'expérience client au moyen de solutions d'IA générative créent de la valeur, mais c'en est une autre de quantifier ces améliorations d'une manière qui fournit des données exactes liées au RCI.

Évidemment, les sociétés immobilières sont plus disposées à investir dans des améliorations qui peuvent ensuite être facturées aux locataires. Lorsque leur relation avec ces derniers devient plus tendue, comme en ce moment en raison de l'IA générative, il devient plus difficile de justifier de telles dépenses.

« L'immobilier repose sur la création de valeur. Le secteur continue d'apprendre à mettre en œuvre des solutions d'IA générative qui peuvent mener à une augmentation du flux de trésorerie et, par conséquent, de la valeur. »

Tom Rothfischer, associé, Audit, leader national, Bâtiment, immobilier et construction, KPMG au Canada

Obstacles à la mise en œuvre



38 % des répondants

Ont déclaré avoir été victimes de cyberattaques

L'intégration de l'IA générative dans le monde de l'immobilier comporte son lot de défis. Pour la plupart des entreprises, les principaux obstacles comprennent les préoccupations en matière de cybersécurité, la réticence de la main-d'œuvre quant à l'adoption de l'IA générative et les difficultés associées à l'intégration de cette technologie aux anciens systèmes.



92 % des répondants

Craignent que leur personnel ne saisisse des renseignements sensibles dans des outils publics d'IA générative.

Les préoccupations en matière de cybersécurité peuvent être attribuées à plusieurs facteurs. Par exemple, 38 % des répondants au sondage ont indiqué avoir déjà été victimes de cyberattaques, d'activités malveillantes ou de techniques d'hypertrucage utilisées pour se faire passer pour des membres du personnel ou des clients de la société. En outre, il est de plus en plus connu que les fraudeurs utilisent l'IA générative pour concevoir des attaques que les effectifs actuels ne sont pas encore en mesure de gérer.



44 % des répondants

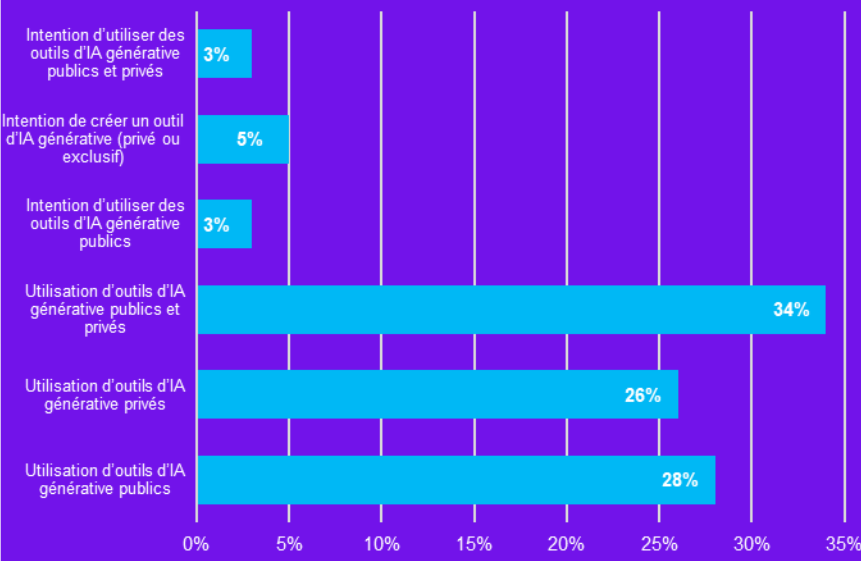
Sont extrêmement préoccupés par les risques liés à l'utilisation d'outils d'IA générative publics

Ces préoccupations en matière de cybersécurité sont également dues aux nombreuses sociétés immobilières qui utilisent des plateformes d'IA générative publiques plutôt que des solutions d'IA privées, qui offrent un meilleur contrôle de l'accès et une plus grande sécurité des données. Plus précisément, 92 % des répondants craignent que leur personnel ne saisisse des renseignements sensibles dans des outils publics d'IA générative. Parallèlement, 19 % des personnes qui utilisent cette technologie au travail ont admis avoir entré des données financières privées sur leur entreprise dans un outil d'IA générative public. Cela indique que le personnel a besoin d'une formation plus poussée et de directives continues sur l'utilisation et les pratiques exemplaires de l'IA générative (p. ex., le contenu et les requêtes qui peuvent ou non être utilisés dans les outils d'IA générative publics pour protéger l'entreprise contre les risques juridiques, financiers et d'atteinte à la réputation).

« La première mesure d'atténuation des risques liés à l'IA générative que vous pouvez mettre en place consiste à fournir aux membres du personnel une solution privée et interne, surtout pour ceux qui ne sont pas familiers avec la technologie. Cette solution d'IA générative privée peut comporter certaines limites en matière d'apprentissage, mais elle vous offrira ultimement un plus grand contrôle et une plus grande tranquillité d'esprit, car vous saurez que vos données ne se retrouvent pas dans le domaine public. Cela contribue grandement à l'accélération de l'adoption. »

Chris Hough, Partenaire en conseil en management, IA et solutions digitales, KPMG au Canada

Intégration de l'IA par les sociétés immobilières



Le manque de compétences de la main-d'œuvre constitue un autre obstacle à l'adoption. Pour une utilisation efficace et responsable des solutions d'IA générative, les équipes doivent être bien formées. Toutefois, moins de la moitié des répondants (41 %) offrent à leur personnel une formation obligatoire sur les compétences en IA générative.



93 % des répondants

Ont indiqué que l'intégration de l'IA générative aux opérations les a incités à repenser la formation et le perfectionnement de la main-d'œuvre.

75 % des répondants



Ont cerné des défis liés à la compréhension et à l'adoption de la technologie au sein de leur personnel.

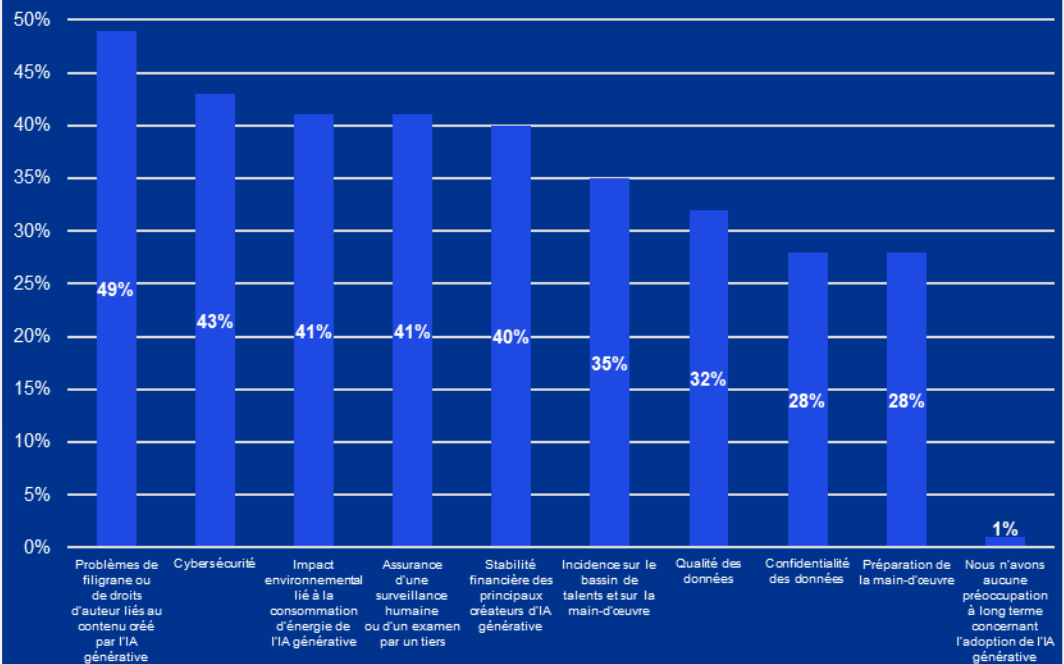
On craint également que les entreprises ne soient pas prêtes à gérer les considérations éthiques liées à l'utilisation de l'IA générative, en particulier la possibilité que le personnel en fasse un mauvais usage ou utilise les données d'une manière qui pourrait perpétuer les préjugés et les stéréotypes. Seulement 40 % des répondants sont plutôt convaincus qu'ils accordent la priorité à une approche fiable ou éthique.

Enfin, les obstacles à l'adoption de l'IA générative proviennent de l'aversion sempiternelle pour le changement, qui peut se manifester dans n'importe quel secteur.

« L'aversion pour le changement est un problème auquel nous sommes confrontés dans ce secteur, surtout lorsqu'elle est très influencée par des acteurs moins axés sur la technologie. Certaines personnes au sein du secteur ont un peu plus de difficulté à imaginer les capacités de l'IA générative dans un monde très concret, ce qui entraîne un scepticisme naturel. »

Chris Hough, Partenaire en conseil en management, IA et solutions digitales, KPMG au Canada

Préoccupations à long terme



Considérations relatives à la main-d'œuvre

La mise en œuvre de l'IA générative a donné lieu à plusieurs considérations relatives à la main-d'œuvre. Parmi celles-ci figure la perception selon laquelle l'automatisation mène au chômage alors que, historiquement, elle a plutôt redéfini les rôles et entraîné la création de nouvelles méthodes de travail.

« L'IA générative n'est pas seulement un changement technologique; c'est une évolution culturelle qui doit être appuyée par une gestion efficace du changement, le perfectionnement des talents et de la formation personnalisée. »

Idriss Benjelloun, directeur, Données et intelligence artificielle, KPMG au Canada

Malgré les préoccupations quant au remplacement de l'humain par la technologie, les solutions d'IA générative peuvent, en fait, améliorer l'expérience employé. Plus particulièrement, 87 % des dirigeants d'entreprise croient que l'IA générative contribuera à réduire le stress et l'épuisement professionnel de leur personnel. En outre, 52 % des personnes qui utilisent cette technologie au travail ont déclaré économiser de 1 à 5 heures de travail par semaine. Parmi ces personnes, 68 % ont réaffecté ce temps à des tâches stratégiques (p. ex., des activités de grande valeur et des séances de remue-méninges), et 22 % ont dit l'avoir consacré à des activités personnelles. Les entreprises peuvent orienter leur personnel vers des pratiques exemplaires auxquelles recourir dans le temps libéré grâce à l'IA générative, ce qui contribue à faciliter la mesure de la création de valeur et du RCI.

« Les humains traitent quotidiennement une quantité toujours croissante de données. Les outils d'IA générative intégrés à votre environnement de travail, comme Copilot pour Microsoft 365, peuvent vous être extrêmement utiles pour trouver, résumer et traiter en quelques clics cette abondance d'information éparpillée.

Lorsqu'ils sont utilisés de manière optimale, ces outils peuvent également stimuler l'inspiration, réduire la charge cognitive et renforcer votre confiance en matière de prise de décision, vous permettant ainsi de consacrer plus de temps à ce qui compte vraiment. »

Idriss Benjelloun, directeur, Données et intelligence artificielle, KPMG au Canada

Principaux points à retenir

Combinée à la bonne stratégie, l'IA générative peut s'avérer un outil puissant et transformateur. L'équipe des services-conseils en IA de KPMG au Canada travaille avec des clients de tous les secteurs d'activité pour déterminer les investissements en IA générative et les plans de mise en œuvre qui correspondent le mieux à leurs objectifs d'affaires. Voici quelques points à retenir pour aider les sociétés immobilières à faire de même :



Repérez et validez des cas d'utilisation de l'IA :

Déterminez comment l'IA générative peut le plus efficacement répondre aux enjeux, aux défis et aux occasions propres à votre entreprise, et faites-en votre point de départ.



Commencez à petite échelle :

Vous n'avez pas besoin d'investir massivement dans l'IA générative. Choisissez un défi, une inefficacité ou une fonction qui, selon vous, bénéficierait de l'IA générative et testez une solution auprès d'un groupe de personnes pour en examiner le rendement.



Bâtissez la culture :

La main-d'œuvre doit être formée pour utiliser l'IA générative et les données qui y sont liées de façon éthique, efficace et sécuritaire.



Gérez les risques pour maintenir la gouvernance et la réputation de l'entreprise :

Établissez des politiques et des directives d'utilisation de l'IA générative, ainsi qu'une structure de gouvernance dont les responsabilités et les rôles sont clairement définis.



Tirez parti des connaissances d'autres secteurs :

De nombreux secteurs tirent parti du cadre d'IA de confiance de KPMG au Canada pour accélérer leur parcours d'IA sans inquiétude tout en favorisant la confiance à chaque étape. Les leçons et connaissances issues d'autres secteurs peuvent s'appliquer à l'immobilier.



Désignez des champions de l'IA générative :

Votre entreprise compte peut-être déjà des talents qui connaissent bien l'IA et qui peuvent vous aider à repérer des cas d'utilisation de l'IA générative, à cibler des solutions potentielles et à promouvoir leur mise en œuvre. Faites appel à ces spécialistes internes et collaborez avec eux pour obtenir l'adhésion de leurs pairs.

Contactez-nous

Voyez comment les services-conseils en IA de KPMG peuvent aider votre entreprise. Alors que l'IA redéfinit nos façons de travailler et de vivre, les entreprises doivent être à la fois audacieuses, rapides et responsables. KPMG au Canada peut vous guider pour la collecte, la gestion et l'utilisation des données requises. De plus, la mise en œuvre et l'adaptation de l'IA responsable nécessitent des conseils dynamiques sur l'utilisation des plateformes technologiques ainsi que sur la gestion de l'infrastructure et de la gouvernance des données. KPMG peut vous aider à déployer l'IA au sein de votre entreprise pour qu'elle demeure concurrentielle, et à favoriser un avenir durable et prospère grâce à une gamme complète de solutions.



Tom Rothfischer

Associé, Audit, leader national,
Bâtiment, immobilier et
construction
416-777-8569
trothfischer@kpmg.ca