

La FNAIM lance sa campagne « Fier d'être entrepreneur ! » pour valoriser ses adhérents

Publié le 08 mars 2021

Réagir 0 réaction

51

[Evaluer cet article](#)

La Fédération nationale de l'immobilier dévoile cette semaine sa nouvelle campagne de communication « Fier d'être entrepreneur ». Cette campagne a pour but de mettre en lumière le talent et les parcours variés de ses adhérents, professionnels de l'immobilier, à travers quatre portraits inspirants de femmes et d'hommes passionnés, indépendants, engagés et fiers de l'être.



The advertisement features a bright yellow background. At the top left, the text 'Portrait d'une professionnelle FNAIM' is written in bold black font. To the right is a circular seal with 'FIERE D'ÊTRE' around the perimeter and 'ENTREPRENEUSE' in a black banner across the center. Below the text and seal is a row of four black and white photographs of a woman with short blonde hair, wearing a black turtleneck and a necklace. She is shown in four different poses: smiling with hands clasped, talking on a mobile phone, pointing upwards with her right hand, and pointing towards the camera with both hands. Below the photos, the text 'Retrouvez l'interview de Valérie sur' is followed by the YouTube logo and the word 'YouTube'. To the right of this text is the FNAIM logo, which is a yellow diamond shape with the letters 'FNAIM' inside.

Les indépendants : force de la FNAIM

La FNAIM souhaite par cette campagne attirer les professionnels de l'immobilier indépendants, qui constituent, au-delà de la force vive du tissu économique de l'immobilier, des maillons essentiels au sein de la fédération. « La force de notre fédération est de rassembler tous les modèles d'entreprises, réseaux, groupes, franchises et bien entendu aussi des entreprises indépendantes, qui représentent 83% de nos membres et qui constituent une richesse essentielle », rappelle Jean-Marc Torrollion, Président de la FNAIM, qui poursuit « Nous sommes

particulièrement fiers de cette campagne qui met en lumière l'énergie positive des professionnels de l'immobilier FNAIM, pour qui l'humain est au cœur de nos métiers. »

D'ailleurs, on estime à près de 30 000 le nombre d'agences immobilières en France. Une étude sur « Le marché de la transaction immobilière » publiée par Les Echos Etudes en décembre 2020 révèle que les agences indépendantes représentent les trois quarts des agences, laissant ainsi une grande place aux indépendants.

Paroles d'adhérents

Cette campagne pluri-media, réalisée en interne par une équipe pluridisciplinaire, donne la parole à quatre adhérents volontaires de la FNAIM, sélectionnés dans le cadre d'un appel à témoins lancé par la fédération sur ses réseaux et toujours en cours. Les portraits de ces indépendants sont à l'image de la diversité des profils que rassemble la fédération : deux femmes et deux hommes, de tous âges et aux expériences variées, répartis sur l'ensemble du territoire et qui représentent les différents métiers exercés au sein de la FNAIM : transaction, gestion et syndic.

Ces quatre portraits seront dévoilés tout au long de l'année, au rythme d'un portrait par trimestre dans la presse écrite et digitale professionnelle spécialisée dans l'immobilier, ainsi que sur les réseaux sociaux et les supports internes de la FNAIM. Premier dévoilé début mars, celui de Valérie Gschwind-Buttner, agent immobilier indépendant à Colmar depuis 8 ans, et qui a rejoint la FNAIM en 2012.

« Nous avons souhaité une campagne qui donne directement la parole à nos adhérents, pour qu'ils partagent leur expérience, leur parcours et les raisons de leur engagement au sein de notre fédération, explique Jean-Marc Torrollion. Les indépendants sont notre force, c'est pourquoi nous avons voulu mettre l'accent sur l'entrepreneuriat et l'aventure individuelle et collective que cela représente. »

Valoriser la force de l'engagement FNAIM auprès de la profession

Cette campagne, qui se déroulera sur l'ensemble de l'année 2021 au travers de quatre portraits se présente sur différents supports : des annonces presse dans différents médias, au format print et digital, et sur les réseaux sociaux, ainsi que des portraits et des interviews vidéos.

« Cette campagne permet de valoriser l'image des entrepreneurs immobiliers et faire connaître la FNAIM, nos actions, nos valeurs et la force de notre engagement par la voix de ceux qui ont fait le choix de nous rejoindre », précise Jean-Marc Torrollion.