



## « Agir pour le logement »

### La FNAIM lance sa nouvelle campagne de communication multimédia

10 février 2014

*Une campagne de communication de 8 mois, déclinée à la télévision, en presse, en radio et sur le web, sur l'engagement des professionnels de l'immobilier auprès des consommateurs*

Il est parfaitement possible de défendre une profession tout en répondant aux attentes et aux préoccupations de la population vis-à-vis de l'immobilier : la Fédération Nationale de l'Immobilier (FNAIM) est au service de tous. Avec sa nouvelle campagne de communication sur le thème « Agir pour tous », la FNAIM réaffirme son positionnement :

> Principal interlocuteur des Pouvoirs Publics et des consommateurs, elle est également source d'informations privilégiée sur les thématiques liées à l'immobilier, au logement, à la réglementation du marché et du secteur, à la ville et l'habitat sous toutes ses formes.

> Porte-voix des professionnels ET des consommateurs auprès des Pouvoirs Publics, elle porte l'engagement d'une réelle qualité de services, aussi bien vis-à-vis de ses adhérents que de la part des professionnels vis-à-vis de leurs clients.

#### La FNAIM au service des consommateurs

Dans sa déclinaison à destination du grand public, la campagne FNAIM « Agir pour le logement » apporte de l'information pertinente, sous la forme de programmes courts télévisés diffusés sur France 2, afin de faire mieux connaître les métiers et les services de professionnels compétents et expérimentés.

Cette série de 21 programmes courts se caractérise par son approche pédagogique, et non publicitaire. C'est pourquoi leur contenu a été validé par la chaîne publique et le CSA comme relevant d'une démarche d'intérêt général et de service public.

**Principe.** Chaque film se compose d'une question et de sa réponse, autour de grands thèmes :

- la propriété : l'estimation d'un bien, la vente, l'achat, les diagnostics immobiliers, louer ou acheter, investir dans l'immobilier, fiscalité du propriétaire, garantir ses loyers
- la location : préparer son dossier, l'état des lieux, les charges locatives, l'entretien et les travaux, les difficultés de paiement
- la copropriété : les droits et obligations des copropriétaires, le rôle du syndic
- les professionnels de l'immobilier : l'agent immobilier, le syndic, l'expert en évaluation immobilière, l'administrateur de biens

**Programmation.** Ces 21 programmes courts seront diffusés sur France 2 à partir de mars 2014. Un fil twitter doublera ce programme vers les leaders d'opinion.

## La FNAIM au service de l'intérêt général

Précurseur dans ses préconisations de formation et de déontologie, son action a trouvé son prolongement dans la nouvelle loi ALUR : obligation de formation et de détention d'une carte professionnelle, engagement sur l'éthique et la déontologie, capacité à délivrer un conseil à forte valeur ajoutée (fiscalité, diagnostic, estimation, analyse du marché local, etc.).

Par sa nouvelle signature « Agir pour le logement », la première fédération du secteur immobilier a le souhait de révéler à ses publics (adhérents, clients finaux, partenaires, pouvoirs publics, leaders d'opinion) son utilité sociale. Depuis sa création, outre sa mission de défense et de valorisation des professions de l'immobilier, la Fédération a toujours eu la volonté de peser sur les débats du secteur de l'immobilier et du logement.

Par le capital accumulé de savoir-faire, d'expériences et d'informations, la Fédération concilie objectifs économiques et sociaux. Seul syndicat en capacité de dialoguer avec les Pouvoirs Publics car dégagé de toute arrière-pensée économique, la FNAIM peut et doit jouer un rôle moteur dans la réforme des politiques de l'immobilier et du logement.

## La FNAIM au service de ses adhérents

La campagne de communication 2014 de la FNAIM se développe aussi en direction de ses adhérents, sous la forme de spots radio diffusés sur France Info. Le fil rouge est de valoriser le professionnel comme « la meilleure des protections pour le consommateur ». Elle comprend deux volets :

> **Business to Business**, tourné vers les professionnels, les leaders d'opinion et, in fine, le grand public :

- « Le logement, c'est tellement important que je ne dois pas me tromper dans les conseils que je donne à mes clients ».
- « Je n'oublie jamais que le logement représente la premier poste de dépenses des Français ».

> **Business to Consumer**, visant à toucher spécifiquement le grand public, c'est-à-dire les clients finaux de la FNAIM :

- « Pour vendre mon appartement, je compte les m<sup>2</sup> de ma terrasse ? »
- « Je suis locataire. J'ai le droit de repeindre mon salon de la couleur que je veux ? »

**Déclinaison régionale.** Il est proposé aux Chambres régionales de la Fédération de décliner la campagne nationale en utilisant tous les supports qui seront mis à disposition : annonces presse, spots radio et un spot TV dédié aux Régions, pour France 3 ou d'autres chaînes. Les programmes courts diffusés sur France 2 pourront être utilisés (après leur diffusion) sur les sites Internet et pages Facebook des Chambres, et sur les écrans au sein des agences adhérentes à la FNAIM.

**Internet et réseaux sociaux.** La page Facebook FNAIM portera la campagne nationale : les programmes courts de France 2 pourront être partagés, ce qui permettra de propager ces contenus audiovisuels. Ils seront également mis en ligne dès leur diffusion sur la chaîne YouTube de la Fédération. L'ensemble des supports : annonces presse, spots radio, programmes courts sur France 2, spot publicitaire pour France 3 . renvoie systématiquement sur [www.fnaim.fr](http://www.fnaim.fr).

### **Le calendrier de la campagne de communication FNAIM 2014**

**Février** (durée : 3 semaines). Lancement de la campagne : annonces B to B en presse professionnelle et collectivités ; spots radio sur France Info (2 spots B to B et 2 spots B to C, entre 7h30 et 8h00).

**A partir de mars** (durée : 12 semaines). Programmes courts sur France 2 après le journal de 20h, les vendredis, samedis et dimanches. Ouverture d'un fil twitter.

**Mai et juin.** Plusieurs annonces BtoC dans la presse grand public, news et télé. Ces parutions clôtureront les programmes courts et permettront de lancer la communication en région.

**A partir de juin.** Un spot sur France 3 Régions pendant 3 semaines en juin puis 3 semaines en septembre (sous réserve d'un engagement de toutes les Régions).

### **Les agences qui ont collaboré à cette campagne :**

- Bug Agency . agence conseil en communication et création de la campagne
- Mindshare . agence média
- 15 août . Société de production (programmes courts)
- Publicis Netintelligenz pour Twitter et les réseaux sociaux

### **A propos de la FNAIM**

La Fédération Nationale de l'immobilier (FNAIM) est la plus importante organisation syndicale des professionnels de l'immobilier en France. Créée en 1946, elle est présente sur l'ensemble du territoire par son maillage de Chambres départementales et régionales. Elle réunit aujourd'hui 12 000 entreprises, soit le tiers du secteur et environ 100 000 collaborateurs, exerçant les différents métiers de la transaction, de la gestion, de la location, de l'expertise, du diagnostic, etc.

La FNAIM accompagne au quotidien ses adhérents dans l'exercice de leurs activités. Elle leur dispense les formations, initiales et continues, qui différencient les professionnels FNAIM par leurs compétences et la qualité de services offerts aux particuliers. Elle veille au respect, par chacun de ses membres, de son Code d'éthique et de Déontologie, garant de la protection des droits du consommateur.

Par sa représentativité, sa connaissance des marchés immobiliers, ses compétences juridiques et techniques, la FNAIM est un interlocuteur reconnu par les Pouvoirs Publics pour la collaboration des politiques et des législations relatives au logement. Les statistiques qu'elle établit à partir des données recueillies auprès de ses adhérents et qu'elle diffuse gratuitement permettent de suivre au plus près l'évolution des marchés du logement en France. A la fois référence et partenaire, la Fédération veut faire partager une vision positive, équilibrée et sociale de l'immobilier

### **Contact Presse**

---

**Galivel& Associés È Carol Galivel / Pascale Pradère È 01 41 05 02 02**  
21-23, rue Klock - 92110 Clichy - galivel@galivel.com - [www.galivel.com](http://www.galivel.com)