Groupe National Immobilier

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Verquières, le 14 octobre 2026

« Gardez votre nom. Gagnez une marque nationale. »

Le Groupe National Immobilier lance sa licence de marque au salon RENT 2026

Après près de 20 ans aux côtés des agences immobilières indépendantes, le Groupe National Immobilier présente sa licence de marque au salon RENT, les 4 et 5 novembre 2026 à Paris. Un modèle qui met les professionnels locaux en lumière, plutôt que de les fondre dans la masse.

+450

agences partenaires en France (septembre 2026)

20 ans

aux côtés des agences immobilières indépendantes

Depuis 2007, le Groupe National Immobilier accompagne des agences immobilières indépendantes partout en France. Au fil des années, il a bâti avec elles une relation de confiance et de proximité : elles sont aujourd'hui plus de 450 à faire partie du groupement. C'est à leur écoute qu'est née la licence de marque, que le groupe lance officiellement au salon RENT, rendez-vous de l'innovation immobilière. Son ambition : devenir, d'ici cinq ans, le réseau national de référence pour les agences immobilières indépendantes.

Une réponse aux besoins des agences indépendantes

Le marché se concentre, la réglementation se renforce, comme le montre l'obligation de consentement préalable pour le démarchage téléphonique en vigueur depuis le 11 août 2026, et les clients attendent des repères de confiance. Aujourd'hui, un agent immobilier ne peut plus tout faire seul : recruter, communiquer, négocier avec les fournisseurs, se former, partager ses biens, échanger avec ses pairs. Face à ces évolutions, les agences indépendantes ont exprimé une même attente : gagner en visibilité et en force collective, sans renoncer à ce qu'elles ont construit. La licence de marque est la réponse du groupe.

L'agence est le nom, la marque est la signature

Le principe est simple. L'agence licenciée conserve son nom, son équipe, ses méthodes et sa politique commerciale. Son nom reste en premier sur sa vitrine et ses annonces, et Groupe National Immobilier vient le signer en co-branding. La licence met ainsi en lumière les bâtisseurs : ces professionnels locaux qui ont construit leur agence, leur clientèle et leur réputation, et qui connaissent leur secteur rue par rue.



Exemple de co-branding en vitrine (visuel d'illustration).

Chaque agence licenciée adhère aux valeurs de la marque, la confiance, l'expertise locale et le collectif, ainsi qu'au Code de déontologie qui fixe un socle commun de pratiques au service des clients. Elle s'appuie sur l'échange entre pairs avec les agences membres et partenaires du Groupe National Immobilier et sur des outils et plateformes digitales mutualisés et innovants, qui intègrent notamment l'intelligence artificielle aux outils métier. Elle peut aussi compter sur une cellule de recrutement, qui recrute directement pour le compte des agences.

> *« Depuis près de 20 ans, nous accompagnons des agences indépendantes qui veulent grandir sans se renier. La licence de marque, c'est notre réponse à ce qu'elles nous disent : elles veulent être visibles et rassurer leurs clients, sans perdre leur nom. Nous mettons en lumière des bâtisseurs. »*
>
> **Dorian Delchambre**, fondateur et dirigeant du Groupe National Immobilier

Un modèle lisible et accessible

La licence ne demande ni droit d'entrée, ni pourcentage sur le chiffre d'affaires : un abonnement de 299 € HT par mois et une redevance de 149 € HT par vente. Un modèle léger, pensé pour ne pas peser sur les finances des agences indépendantes : l'abonnement reste fixe et prévisible, et la redevance n'intervient qu'une fois la vente réalisée.

Et pour le client ?

Pour les vendeurs, les acquéreurs et les propriétaires, la marque « Groupe National Immobilier » devient un repère. Elle signale une agence locale qui a construit son savoir-faire sur son territoire et qui le connaît de l'intérieur. Elle indique aussi que cette agence n'avance pas seule : derrière elle, tout un collectif de professionnels la soutient dans la réalisation de chaque projet immobilier. Qu'il vende, achète ou loue, le client avance sereinement, avec la force d'un réseau à ses côtés. Le client sait à qui il confie son projet. Concrètement, il :

- garde un interlocuteur de proximité, qui connaît son quartier, ses prix et ses projets ;
- s'adresse à une agence engagée et claire sur ses pratiques commerciales, avec des honoraires expliqués avant toute signature et une estimation fondée sur des éléments de marché ;
- profite de la force d'un réseau : lorsque son mandat l'autorise, son bien peut être présenté aux autres agences, et s'il change de région, une agence du collectif peut prendre le relais sur place.

Rencontrer le Groupe National Immobilier au salon RENT 2026

- **Salon RENT** · 4 et 5 novembre 2026, Paris, Pavillon 6, stand Groupe National Immobilier E83
- **Interviews** de Dorian Delchambre sur le stand, en visio ou en amont sous embargo : bit.ly/4ybnVAs
- **Accréditation presse** : paris.rent.immo/fr/content/formulaire-accreditations-presse
- **Kit presse** (dossier, visuels HD, photo du dirigeant) sur demande

À propos du Groupe National Immobilier

Créé en 2007, le Groupe National Immobilier accompagne depuis près de 20 ans des agences immobilières indépendantes partout en France. Le groupement réunit aujourd'hui plus de 450 agences partenaires. En 2026, le groupe lance sa licence de marque : chaque agence licenciée conserve son nom, ses méthodes et son indépendance, et porte la signature d'une marque nationale.

Groupe National Immobilier

Une marque nationale. Mille identités locales.

Contact presse · Julie Siniscalchi - Service marketing et communication · julie@gnimmo.com · 06 03 50 30 31 · groupenationalimmobilier.fr