Groupe
National
Immobilier

DOSSIER DE PRESSE · OCTOBRE 2026

« Gardez votre nom. Gagnez une marque nationale. »

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

Salon RENT · 4 et 5 novembre 2026 · Paris, Pavillon 6, stand E83



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

ÉDITO

Grandir ensemble, sans se renier

« Depuis près de 20 ans, nous accompagnons des agences indépendantes qui souhaitent grandir sans se renier. Avec la licence de marque, nous leur offrons les deux à la fois : rejoindre une marque commune, tout en conservant ce qui fait leur singularité, leur nom, leur identité, leurs équipes et leurs méthodes. Notre modèle n'uniformise pas : nous sommes un collectif de professionnels de l'immobilier réunis par une marque commune.

Dorian Delchambre, fondateur et dirigeant du Groupe National Immobilier



À l'heure où le marché se concentre et où la réglementation se renforce, les agences indépendantes ont besoin d'un collectif. Année après année, le Groupe National Immobilier a construit à leurs côtés des outils, des solutions et un accompagnement adaptés à leur métier. La licence de marque est l'aboutissement de cette démarche : donner à l'indépendant la visibilité et les moyens d'une marque nationale, sans lui demander d'abandonner ce qui fait sa singularité.

REPÈRES

Le Groupe National Immobilier en bref

+450

plus de 450 agences partenaires en France (septembre 2026)

20 ans

aux côtés des agences immobilières indépendantes, depuis 2007

2026

lancement officiel de la licence de marque au salon RENT

Le lancement intervient alors que le groupe s'apprête à fêter ses 20 ans, en janvier 2027 : une étape qui ancre sa légitimité auprès des agences indépendantes et son ambition de croissance.

AMBITION

Devenir, d'ici cinq ans, le réseau national de référence pour les agences immobilières indépendantes.



LE CONTEXTE

Une agence indépendante seule est plus exposée

Des milliers d'agences indépendantes portent en France une expertise locale précieuse, mais affrontent seules une pression croissante : concurrence des grands réseaux et des mandataires, coûts technologiques, exigences de visibilité digitale et cadre réglementaire qui se renforce.

L'obligation de consentement préalable pour le démarchage téléphonique, en vigueur depuis le 11 août 2026, illustre ce mouvement : la prospection téléphonique sans accord du particulier devient risquée juridiquement. Pour un indépendant isolé, le juridique, la technologie et le marketing coûtent cher et se gèrent seul. À plusieurs, la logique s'inverse : on trouve plus de solutions, à moindre coût. C'est toute la force de la mutualisation.

> *« 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, sans oublier la technologie et la conformité. Notre rôle, c'est de porter tout cela collectivement pour que le professionnel se concentre sur son métier : la relation humaine et la transaction.*
>
> **Dorian Delchambre**

LA LICENCE DE MARQUE

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

Au salon RENT 2026, le Groupe National Immobilier officialise le lancement de sa licence de marque. Le principe est simple : une agence indépendante conserve son nom, son histoire, son équipe et sa politique commerciale, et y adosse la signature nationale « Groupe National Immobilier ».

La licence n'efface rien : elle ajoute la marque nationale à celle de l'agence. Le nom de l'agence reste en premier sur sa vitrine et ses annonces, et Groupe National Immobilier vient le signer en co-branding. Le client retrouve son agence de confiance et découvre qu'elle s'appuie sur un collectif national.

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).

L'agence
Son nom, son territoire, sa relation client

La licence
Le lien qui relie l'agence à la marque nationale

La marque nationale
Visibilité, confiance, moyens collectifs

POUR L'AGENCE

Ce que la licence change pour une agence

01
Visibilité nationale
Une communication nationale, une charte et des outils marketing professionnels, et la signature d'une marque présente partout en France.

02
Accompagnement
Formation, support marketing, animation et échanges entre membres et partenaires du Groupe National Immobilier.

03
Pilotage et développement
Des outils d'aide au pilotage de l'activité et au développement du business entre agences : suivi des objectifs, partage des biens lorsque le mandat l'autorise, affaires conclues entre agences du réseau.

04
Mutualisation des coûts
Achats groupés, outils et plateformes digitales mutualisés, campagnes nationales : des moyens qu'une agence isolée ne peut pas financer seule.

05
Cellule de recrutement
Une cellule dédiée qui recrute directement pour le compte des agences, pour les aider à renforcer leurs équipes.

06
Un modèle léger et lisible
Ni droit d'entrée, ni pourcentage sur le chiffre d'affaires : 299 € HT par mois et 149 € HT par vente. Un abonnement fixe et prévisible, une redevance qui n'intervient qu'une fois la vente réalisée.

LE MODÈLE

Pourquoi c'est différent

Le nom de l'agence reste en premier

C'est le principe même de la licence : l'agence garde son nom, son indépendance juridique et commerciale, et sa relation client.

Les pratiques de l'agence sont conservées

Le groupe conseille, il n'impose pas. Les agences construisent le collectif ensemble, sans cahier des charges descendant.

Un périmètre limité

La licence applique une règle de densité d'une agence licenciée pour 10 000 habitants par commune, assortie d'un droit de préférence, sans exclusivité territoriale. Cette règle s'appliquera à l'issue de la période de déploiement de 2027.

Une signature adossée à des engagements

Chaque agence licenciée adhère aux valeurs de la marque et signe le Code de déontologie, qui fixe un socle commun de pratiques au service des clients.



OUTILS ET PLATEFORMES DIGITALES

Des outils mutualisés au service des agences

Le Groupe National Immobilier met à disposition de ses agences des outils et plateformes digitales mutualisés et innovants, qui intègrent notamment l'intelligence artificielle aux outils métier.

Piloter l'activité

- Objectifs de l'agence et des conseillers ; l'outil propose les actions à mener pour les atteindre
- Suivi des mandats, des relances et de l'historique
- Estimations, rapprochements et préparation des rendez-vous vendeurs

Partager les biens

- Lorsque le mandat l'autorise, un bien peut être présenté aux autres agences du réseau
- Plus d'acquéreurs potentiels pour chaque bien
- L'agence garde la maîtrise de ses données

Gagner en efficacité

- Géolocalisation des biens, gestion des visites et des offres
- Des outils qui s'intègrent à l'environnement informatique de l'agence
- Plus de temps pour la relation client et la transaction



POUR LES PARTICULIERS

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.

LES VALEURS

Un collectif qui fait réussir les indépendants

Confiance

« Une confiance qui s'est construite dans la durée. »

Près de 20 ans d'accompagnement, des professionnels reconnus sur leur territoire, une indépendance préservée.

Expertise locale

« Votre secteur, nous le connaissons rue par rue. »

La connaissance du marché, l'ancrage dans le territoire et un conseil adapté à chaque projet de vie.

Collectif

« Plus fortes ensemble. »

La mutualisation, le partage entre pairs et le respect des singularités de chaque agence.

> *Nous voulons permettre à des agences qui ont déjà leur identité, leur expérience et leur savoir-faire de se rassembler sous une même marque, sans perdre ce qui fait leur valeur.*
>
> **Dorian Delchambre**



LE DIRIGEANT

Dorian Delchambre

Fondateur et dirigeant du Groupe National Immobilier

Entrepreneur de l'immobilier, Dorian Delchambre a forgé son expérience sur le terrain avant de diriger plusieurs agences immobilières. En 2007, il fonde avec son grand-père le Groupe National Immobilier, un groupement participatif pensé pour fédérer et accompagner les agences immobilières indépendantes, qui réunit aujourd'hui plus de 450 agences partenaires. Il cofonde ensuite une société dédiée aux innovations numériques (PropTech), pour les intégrer au quotidien des agents immobiliers.

Sa vision du métier allie performance technologique et proximité humaine. Convaincu qu'il n'existe plus de profil type, il défend une profession décloisonnée, enrichie par le recrutement de profils atypiques aux parcours variés.

Il échange volontiers sur son parcours, la licence de marque, les défis des agences indépendantes, l'ouverture du métier à de nouveaux profils et ce qu'il souhaite construire avec les agences dans une dynamique collective.

Disponible pour interviews

Presse écrite, web, podcast et plateau : sur le salon RENT les 4 et 5 novembre 2026, en visio ou en amont sous embargo.

Réserver un créneau : bit.ly/4ybnVAs

POUR VOS RÉDACTIONS

Quelques angles

01 20 ans d'un groupement, le pari du co-branding, la parole d'un dirigeant.

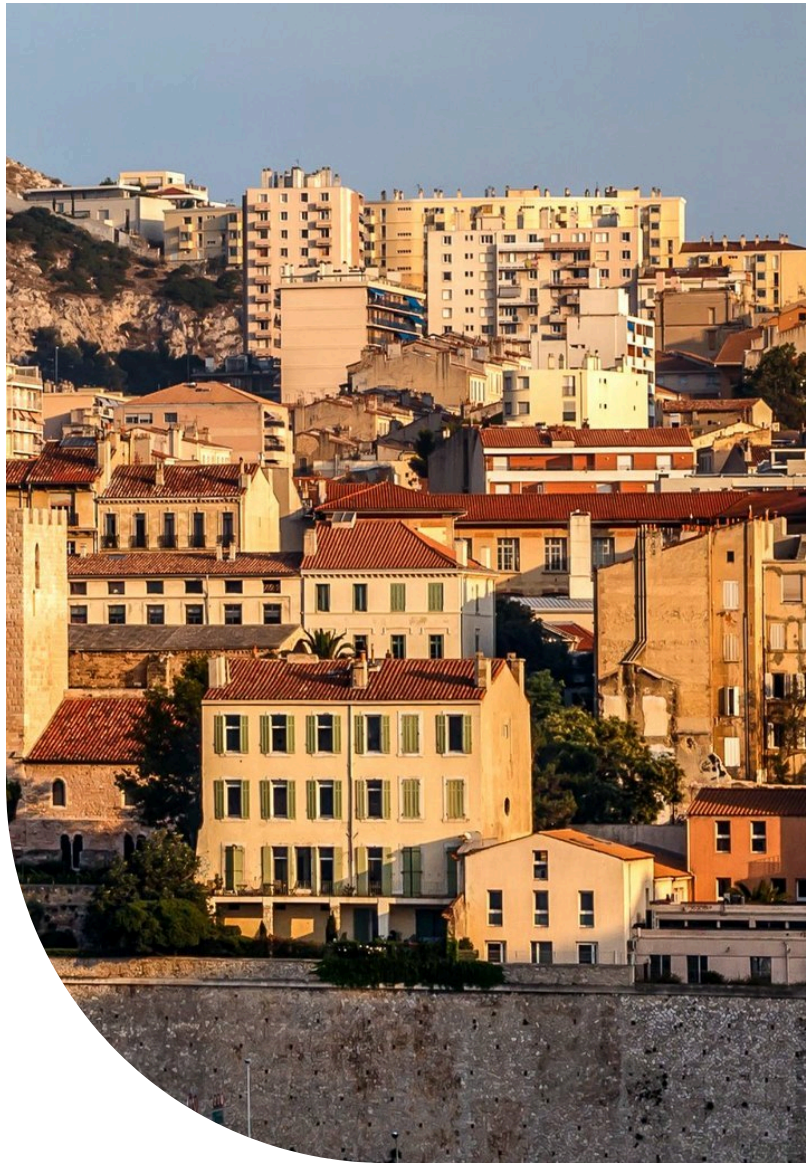
02 Un modèle alternatif qui laisse les agences indépendantes garder leur nom.

03 Consentement préalable au démarchage téléphonique : comment un collectif aide les indépendants à s'adapter.

04 Outils et plateformes digitales mutualisés : ce qu'ils changent pour les agences indépendantes.

05 L'agence indépendante face à la concentration du marché : rester seule ou s'allier ? Recrutement, communication, formation : ce qu'un agent immobilier ne peut plus faire seul.

06 Les bâtisseurs : portraits de dirigeants d'agence ancrés dans leur territoire.



INFOS PRATIQUES

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** (logos, visuels HD, photo du dirigeant) sur demande

CONTACT PRESSE

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

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.

Plus fortes ensemble.