

Les régies à l'ère de la communication

Béatrice Grange
Administratrice de
Grange Cie SA



En 1879, lors de la création de la Société des Régisseurs de Genève, les quelques régies genevoises fondatrices - dont la régie Grange faisait partie - se sont alliées pour passer des annonces communes dans la presse de l'époque.

Depuis plus de 130 ans, le besoin des régies de présenter leur offre en location ou en vente n'a fait que croître et cela d'autant plus que le nombre d'acteurs immobiliers a considérablement augmenté à Genève.

Le graphisme des annonces a aussi beaucoup évolué. On a vu les

régies se différencier par des couleurs et des logos plus travaillés permettant de les distinguer visuellement.

Sur Internet

Depuis une vingtaine d'années, Internet est venu concurrencer la presse écrite et est devenu le moyen le plus utilisé pour présenter l'offre des régies. Sa facilité d'accès par un très grand nombre et les outils mis à disposition des utilisateurs pour obtenir des informations rapides en a fait le moyen de communication le plus efficace.

En ce qui concerne la publicité institutionnelle faite par les agences immobilières, elle est restée pendant longtemps très discrète. Ce n'est que depuis quelques années que les régies ont commencé à vou-

loir communiquer sur leurs spécificités, leur histoire ou leurs prestations propres. Elles n'ont pas échappé au besoin de se démarquer les unes des autres dans un marché devenu très concurrentiel.

Ainsi on a pu voir des publicités de régies plus colorées et plus abouties s'afficher sur des échafaudages ou dans la presse.

Des images émotionnelles

La régie Grange Cie avec sa campagne mettant en avant des nids d'oiseaux a souhaité utiliser des images plus émotionnelles que celles dont on avait l'habitude dans le domaine immobilier et pouvant faire appel à l'imaginaire du public.

Cette nécessité de communiquer au sein des régies a même amené celles-ci à créer de nouveaux postes

consacrés uniquement à la communication. Plusieurs régies de la place ont ouvert des services internes de communication.

Avec Marie-Thérèse Porchet

Enfin, la communication a été exploitée récemment par l'association patronale des régies genevoises, l'USPI Genève, par le biais d'affiches sur les trams et par des spots radios utilisant l'humour décalé de Marie-Thérèse Porchet afin de présenter au grand public tous les efforts menés en matière de réglementation de la profession et d'écologie.

Les spots peuvent tous être écoutés sur le site de l'USPI Genève. Allez les écouter, ils sont drôles et percutants!