

## Insign accompagne le Ministère chargé du logement pour sa campagne de communication en faveur de l'accession à la propriété



Alors que le logement est une préoccupation majeure chez les Français, le secteur est traversé par une crise éloignant une grande partie d'entre eux de toute perspective d'achat. C'est dans ce contexte que le Ministère chargé du logement a annoncé deux mesures phares en début d'année, ayant pour objectif de relancer la dynamique autour de l'accession à la propriété :

- **L'élargissement du prêt à taux zéro (PTZ)** : ce prêt à taux zéro aidé par l'État, sous conditions de revenus, est un dispositif déjà existant mais qui a été désormais étendu à tous les logements neufs (qu'il s'agisse d'un projet en habitat collectif ou individuel) sur l'ensemble du territoire français jusqu'au 31 décembre 2027 ;
- **L'exonération des droits de succession pour l'achat d'un logement neuf** : cette mesure concerne l'augmentation du plafond existant, permettant désormais de faire une donation de 0 à 100 000 euros par donateur et jusqu'à 300 000 euros par bénéficiaire.

Il s'agit d'un dispositif ambitieux pour soutenir les Français et redynamiser le secteur du logement dans les territoires.

La Direction de la communication du ministère a choisi de confier à l'agence Insign la réalisation d'une campagne de communication pour accompagner la notoriété et

**l'usage de ces dispositifs.** Avec une tonalité de campagne volontairement axée sur la proximité et un parti-pris créatif décalé et humoristique autour du « sans intérêt », ce dispositif de communication 360° sera visible à compter du 5 juin 2025.

La campagne sera diffusée en affichage et radio ainsi que sur les réseaux sociaux, avec également une collaboration avec des influenceurs pour toucher une cible centrale pour le message autour du PTZ : les primo-accédants et les Français entre 25-35 ans.

Selon **Karine Sentenac, Directrice associée chez Insign** : *« Face au fort décalage que l'on constate entre la mobilisation de l'État avec ces 2 mesures phares et la frilosité des Français face à l'accession à la propriété, nous avons travaillé une campagne percutante pour attirer l'attention, surprendre et susciter l'engouement à travers un effet d'annonce inhabituel. Nous avons utilisé le principe de psychologie inversée (principe de réactance), qui nous conduit à faire le contraire de ce qui est suggéré. Nous souhaitons ainsi interpeller, et inciter chacun à s'intéresser justement à ces mesures "sans intérêt". »*

En déclinant le concept sur les réseaux sociaux, la campagne mettra en scène des « tutos sans intérêt » et des « recettes sans intérêt. »

Pour **Anaïs Lançon, Directrice de la communication du Ministère de l'Aménagement du Territoire et de la Transition Écologique** : *« Notre brief était d'avoir une campagne très "droit au but" afin d'émerger dans le flot de communication autour de l'accession à la propriété. Nous avons souhaité que cette campagne soit calée sur les mois de mai et juin qui sont traditionnellement des mois de forte hausse des transactions immobilières. Au final, une façon décalée de mieux faire connaître l'action de l'État au bénéfice des Français dans le domaine du logement. »*

\*\*\*\*\*

**Contact presse - INSIGN**

**Marianne Cruciani** - [marianne.cruciani@insign.fr](mailto:marianne.cruciani@insign.fr) - 06 63 80 68 16

\*\*\*\*\*

**À propos d'Insign** - Créé en 2010, Insign est une agence indépendante de conseil en stratégie et design qui accompagne les dirigeants dans le développement de leurs entreprises pour améliorer leur *performance et créer un impact significatif*. Insign conseille et intervient en business, marketing et design sur les leviers clés de performance - la marque, la tech et l'humain - et produit des solutions objectives et créatives. Répartie sur plusieurs sites (Paris, Lyon, Tournon-sur-Rhône, Dakar, Los Angeles, New-York) Insign est composée de 200 consultants et est détenue à 45% par ses collaborateurs avec un investisseur unique (Evolem). Les clients Insign : Ada, Agence du Service Civique, Bjorg, Cegid, Fresh, Forvis Mazars, Geopost, Hiscox, Michelin, La Marine Nationale, RAS interim, SEPHORA, SIG, Orano...