

iad reforça a sua liderança e apresenta nova identidade de marca

A iad reforça a sua posição de liderança no mercado europeu de mediação imobiliária ao apresentar uma nova identidade de marca que reflete a vitalidade da sua comunidade de profissionais imobiliários e a visão de um imobiliário mais colaborativo, moderno e humano.

A iad, a maior rede europeia de consultores imobiliários independentes, entra numa nova fase da sua história ao apresentar a sua nova identidade de marca. Este passo ousado reflete o espírito pioneiro desta comunidade colaborativa única de empreendedores, que há dezassete anos é impulsionada por um modelo visionário que está a reinventar as regras do setor imobiliário.

Um ADN fortemente empreendedor: a força de uma comunidade unida

Desde a sua criação, a 1 de maio de 2008, a iad colocou a inovação, o apoio, a formação e o sucesso coletivo, ancorado no empreendedorismo, no centro do seu modelo. Muito mais do que uma rede imobiliária, é hoje a principal comunidade de consultores independentes, com mais de 18.000 profissionais em todo o mundo. No exercício fiscal de 2024/2025, que terminou a 30 de junho de 2025, o grupo voltou a demonstrar a robustez e o valor de futuro do seu modelo, que alia o fator humano, a tecnologia e a liberdade empreendedora, atingindo um volume de negócios consolidado de 520 milhões de euros.

Desde que chegou a Portugal, há precisamente dez anos, a iad Portugal alcançou 65 mil imóveis angariados, mais de 14 mil transações concluídas com sucesso e 111 milhões de euros de volume de negócios.

“Na iad, procuramos mais do que simples vendedores de casas. Procuramos construtores de projetos de vida, e abrir caminho para uma nova era no imobiliário em Portugal: flexível, inovadora, digital e colaborativa. O que nos distingue é o facto de darmos a cada um dos nossos consultores todos meios para desenvolverem o seu próprio negócio, contando com o apoio de um ecossistema sólido, inspirador e ambicioso”, sublinha Alfredo Valente, CEO da iad Portugal.

Uma identidade visual clara e unificadora, que revela a marca sem a reinventar

Para transmitir a sua ambição e desenvolver a marca sem romper com o legado que a tornou bem-sucedida, a iad confiou a reformulação da sua identidade gráfica e campanha criativa à agência Little Stories, subsidiária do grupo AUSTRALIEGAD, especializada em comunicação visual corporativa.

O resultado é um logótipo mais legível e distintivo, apoiado por um azul vibrante associado a “Real Estate (imobiliário, em português)”. Uma identidade que expressa simultaneamente proximidade com os clientes e a vitalidade de uma comunidade de empreendedores sempre em movimento.

“Com esta nova identidade, não procurámos romper com o passado nem reinventar a iad, mas sim inspirar-nos no ADN da marca para revelar o que nos move há 17 anos, refletindo quem somos verdadeiramente em 2025. Uma marca viva, inclusiva e resolutamente voltada para o futuro, que exprime a nossa visão do setor imobiliário baseada na liberdade empreendedora e na força de uma comunidade unida que quebra barreiras. O nosso objetivo é claro: construir uma unidade duradoura, incorporando toda a energia e o dinamismo colaborativo dos nossos empreendedores”, explica Clément Delpirou, Presidente do grupo iad.

Este manifesto de união ganhará vida a 27 de outubro de 2025, através de uma campanha a nível nacional.

“Hoje, a nossa ambição é inspirar, transmitir o nosso conhecimento e abrir caminho para todos os que sonham em fazer negócios de forma diferente. Com a iad, somos independentes, mas nunca estamos sozinhos”, conclui Alfredo Valente.

Sobre a iad:

Criada em 2008, a iad é uma rede imobiliária exclusivamente constituída por consultores independentes cuja atividade é a comercialização de imóveis da rede. O ADN da iad assenta em 4 pilares: imobiliário, empreendedorismo, comunidade e internacional. Com sede em Paris, a iad é hoje a maior rede europeia de consultores imobiliários independentes, com mais de 18.000 consultores e um volume de negócios de 520 milhões de euros (ano fiscal 2024-25).

A iad conquistou um lugar no pódio dos unicórnios franceses, depois de ter garantido em 2021 um investimento de mais de 300 milhões de euros da gigante Insight Partners, um player global de investimentos em tecnológicas, que já apostou em empresas como Twitter e Vinted. Além de França e Portugal, o grupo iad está também presente em Espanha, Itália, Alemanha, México, Reino Unido e EUA (mais precisamente, no estado da Flórida).

Para mais informações contactar:

Ana Brito | ATREVIA: adebrito@atrevia.com | 920 503 722

Andreia Ramos | ATREVIA: aramos@atrevia.com | 913 052 912