

# Ancré dans son territoire

## Le Havre en fierté, l'information en vérité.



<b>Annonceur :</b>  Paris Normandie
<b>Prestataire :</b>  Création visuelle : Paris Normandie Création du logo : Agence JMG
<b>Période :</b>  Début : 17 oct.25 Fin : Toujours en cours

## Contexte & Problématique

### Le contexte :

Le Havre Paris Normandie a souhaité renforcer son identité visuelle et son ancrage territorial à travers une refonte de son logo et une campagne de communication associée. L'enjeu était de créer une identité moderne, inclusive et fédératrice, tout en célébrant les valeurs de fierté locale et d'authenticité. La campagne devait marquer les esprits et confirmer le positionnement de notre titre comme le média de référence de la région havraise, tout en renforçant la crédibilité et la visibilité du média Paris Normandie.

### Les problématiques :

Comment traduire visuellement et émotionnellement l'ancrage territorial du Havre pour Paris Normandie, tout en modernisant son image et en renforçant la confiance dans l'information locale ? Comment garder le lien avec la marque mère "Paris Normandie" en la rendant plus visible et installer la marque Le Havre Paris Normandie ? Comment créer une campagne qui parle à la fois aux habitants, aux entreprises et aux institutions, tout en restant cohérente avec les valeurs de l'entreprise et du groupe Rossel.

### Objectifs & Cibles

## Les objectifs :

**Principal :** Lancer le nouveau logo "Le Havre Paris Normandie" en créant un sentiment de fierté et d'appartenance chez les habitants et les parties prenantes.

### Secondaires :

- Renforcer la notoriété du média de référence au Havre.
- Engager les publics locaux et digitaux autour d'une identité visuelle forte et moderne.
- Créer une campagne déclinable sur tous les supports (print, digital, vidéo, réseaux sociaux).

## Les cibles :

**Cible principale :** Les habitants du Havre et de Normandie, les abonnés de Paris Normandie (âge : 25-65 ans).

**Cibles secondaires :** Les entreprises locales, les institutions, les influenceurs régionaux.

# "Ancré dans son territoire"

## Le défi : un double enjeu

- **Mettre en lumière le nouveau logo "Le Havre Paris Normandie"** en créant une campagne visuelle et narrative qui le place au cœur de l'identité havraise.
- **Créer une campagne forte et impactante**, capable de fédérer les publics autour des valeurs de fierté locale et de modernité, tout en renforçant la crédibilité de notre média.

**En résumé :** faire du logo bien plus qu'un simple élément graphique : un symbole d'appartenance, de dynamisme et d'authenticité, tout en garantissant une visibilité maximale à travers des supports variés et innovants.



## Pourquoi ce concept est innovant ?

"Ancré dans son territoire" incarne l'idée que Le Havre, comme Paris Normandie, est profondément lié à son territoire. La campagne de communication met en scène des visuels symboliques (containers, architecture, paysages) pour illustrer cette ancrage, tout en jouant sur des couleurs vives et dynamiques qui reflètent la modernité et l'énergie de la ville.



### Approche visuelle unique :

Utilisation de supports concrets (containers, monuments, paysages) pour symboliser l'ancrage territorial.



### Message clair et fédérateur :

"Le Havre en fierté, l'information en vérité" résume à la fois l'identité de la ville, la mission de Paris Normandie et les valeurs de notre titre.



### Déclinaison multicanale :

La campagne est conçue pour être adaptée à tous les supports (print, digital, cinéma, radio, réseaux sociaux), garantissant une cohérence et une visibilité maximales.

Canaux :



Print :

Encarts dans Paris Normandie (journal et suppléments).



Digital :

Bannières web, réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn), site internet.



Radio :

Spot radio de 30 secondes en cours de diffusion



Vidéo :

Création de vidéos courtes pour les réseaux sociaux et le cinéma



Hors-médias :

- Dévoilement officiel du logo lors de la Transat Café L'Or 2025. Un événement emblématique Havrais qui a permis de mettre en lumière notre nouvelle identité
- Organisation de l'exposition "Fierté(s) havraise(s)" : Une immersion visuelle, s'appuyant sur les contenus de nos journalistes pour célébrer l'attachement au territoire



Impact & Retombées :



Objectif atteint :

La campagne a renforcé la fierté locale et la notoriété du médias au Havre. Nous avons notamment pu le mesurer lors du lancement du nouveau logo à l'occasion de la Transat' Café L'Or.



Réussite notable :

Engagement fort sur les réseaux sociaux, avec des partages et des commentaires positifs.



Pérennité :

La campagne a posé les bases d'une identité visuelle durable pour Le Havre Paris Normandie.

Bien que les retombées en termes de visibilité pure soient parfois difficiles à quantifier précisément, le succès de la campagne a été clairement mesuré lors d'événements locaux et à travers les retours terrain. **Les réactions ont été unanimement positives**, comme en témoigne ce retour d'un lecteur anonyme, via notre outil d'enquêtes et d'avis clients (Satisfactory) :

“ La refonte du HAVRE presse a donné un "coup de neuf" bien orchestré, bravo ! ”

Pour aller plus loin...

[CLIQUEZ-ICI](#)