

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### ROSSEL ADVERTISING FRANCE LANCE SA NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET PRÉEMPTÉ LE TERRITOIRE DE « LA PROXIMITÉ »

Rossel Advertising France lance sa nouvelle campagne de communication et préempte un territoire d'expression fondé sur « la proximité » grâce à un fort ancrage territorial. Rossel Advertising France réaffirme ainsi sa mission auprès des annonceurs et agences médias.

Fort d'un ADN fondé sur l'hyper-proximité, d'un ancrage territorial profond et désireux de servir l'ensemble des agences conseil médias et communication du groupe - La Voix Médias, Picardie Médias Publicité, Global Est Médias, Normandie Conseil Médias - par un hub d'innovation, Rossel Advertising France redéfinit sa plateforme de marque et prend la parole à travers une nouvelle campagne de communication.

L'objectif de cette nouvelle campagne est de réaffirmer la mission première de Rossel Advertising France : être reconnu comme un acteur local innovant sur le marché publicitaire qui répond aux attentes de plus en plus complexes des annonceurs et de leurs audiences grâce à une approche sur-mesure.

Comme le précise Bénédicte Dagnac, Directrice exécutive Rossel Advertising France : « *La maîtrise de nos territoires, des usages et comportements des cibles nous permet d'offrir à l'ensemble de nos clients des solutions de communication locales, accessibles, créatives, efficaces et performantes au service de leurs objectifs et de leurs enjeux business* ».

Cette campagne qui mise sur la proximité, l'émotion et la variété des usages des « consomm-acteurs » a pour signature « **Nous sommes d'ici** ».

Elle sera déclinée dans la presse, les réseaux sociaux et appuyée par un film publicitaire.

Le film, à l'instar de la campagne, met en scène une galerie de portraits – parmi eux Daphnée, Giovanni, Kenza ... - ils sont les « consomm-acteurs » et le cœur de cible des marques. Il s'agit de gens de la « vraie vie » saisis dans des situations du quotidien où l'information des annonceurs vient naturellement à eux en fonction de leurs usages et modes de vie. Le film s'achève sur la signature de la marque « Nous sommes d'ici ».

« *L'idée est d'exprimer l'authenticité, la proximité et la complicité avec l'utilisateur final et démontrer la maîtrise des cibles locales par la parfaite connaissance de leurs usages et de leurs comportements. Pour être proche de ses annonceurs et revendiquer un conseil fondé sur des preuves tangibles, il faut commencer par être proche de ses consommateurs. On ne décrète pas une valeur, on doit l'incarner et la traduire de façon authentique et sincère, c'est toute l'essence de cette campagne* » souligne Bénédicte Dagnac.

Par ailleurs, dans un contexte d'évolution des modes d'investissements publicitaires, l'objectif pour Rossel Advertising France est d'innover pour continuer d'accompagner et conseiller les marques en soutenant le développement de leurs activités.

Comme le précise Bénédicte Dagnac - Directrice exécutive Rossel Advertising France - en citant une étude réalisée par ECI Media Management Inflation Report 2020 : « *Lorsque les investissements médias des concurrents chutent, le bruit est moindre et le coût pour atteindre ses cibles devient plus compétitif. Les entreprises qui maintiennent leurs investissements publicitaires en période de crise obtiennent donc des résultats mécaniquement supérieurs en termes de gains de part de marché.*»

Le groupe Rossel mène en effet de nombreuses études d'audiences sur la base de baromètres permettant d'actualiser régulièrement la connaissance et le parcours des usagers selon les conjonctures. Disposer de tels atouts stratégiques permet au groupe d'être un partenaire de premier plan pour les annonceurs et agences médias.

Avec cette campagne, Rossel Advertising France réaffirme sa posture de partenaire fiable, innovant, doté d'un profond ancrage local capable de générer un engagement consommateur pour soutenir au mieux les agences médias et les annonceurs.

---

### **À propos de Rossel Advertising France**

Rossel Advertising France est le centre d'innovation publicitaire du groupe Rossel La Voix. En étroite collaboration avec les 5 agences médias du groupe : La Voix Médias, Picardie Médias Publicité, Global Est Médias, Normandie Conseil Médias et Rossel Immo Conseil Médias, il développe des solutions de communication adaptées performantes et créatives. À travers des dispositifs sur mesure déployés sur plus de 22 marques médias, Rossel Advertising France anticipe et répond aux besoins des annonceurs sur les territoires des Hauts-de-France, de la Champagne-Ardenne et de la Haute-Normandie.

### **Contact presse**

Bénédicte Dagnac – Directrice Exécutive Rossel Advertising France  
contact@rosseladvertising.fr / 03 20 78 42 34