COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 3 novembre 2026

EBRA MEDIAS affirme son positionnement et dévoile sa nouvelle identité de marque : « LÀ. Où l'impact devient réel. »

La régie publicitaire du Groupe EBRA franchit une nouvelle étape dans son développement en dévoilant une nouvelle identité de marque qui réaffirme sa singularité : la puissance de neuf marques médias de référence, une proximité unique avec les territoires et une expertise de communication renforcée au service de la performance des annonceurs.

« LÀ. » : une signature qui incarne la force de la proximité

Avec sa nouvelle signature « LÀ. Où l'impact devient réel. », EBRA Médias place la proximité et l'influence territoriale au cœur de sa promesse.

LÀ où l'on vit, LÀ où l'on entreprend, LÀ où l'on décide.

Un mot simple, fort et fédérateur qui traduit une conviction : pour une marque, une entreprise ou une collectivité être visible ne suffit plus. Il faut être présent là où se trouvent ses publics, là où se construisent les relations de confiance et là où se prennent les décisions.

Avec ce nouveau territoire d'expression, **EBRA Médias fait de son ancrage territorial bien plus qu'une force historique** : un véritable levier de communication pour ses annonceurs. Car la proximité ne se résume pas à une présence géographique. Elle repose aussi sur une connaissance fine des publics, de leurs attentes et des réalités économiques et sociales qui façonnent leur quotidien.

La puissance des médias, la force des territoires

Avec les neuf marques médias du Groupe EBRA* (1er Groupe de Presse Quotidienne Régionale), EBRA Médias bénéficie d'un ancrage fort dans 23 départements de l'Est et du Sud-Est de la France en s'appuyant sur une relation quotidienne avec les habitants et sur des audiences qui s'informent, échangent et vivent au rythme de leurs territoires.

Cette présence quotidienne constitue un atout majeur pour les annonceurs : associer la puissance à la pertinence locale, la crédibilité des marques médias à l'efficacité des dispositifs de communication.

EBRA Médias c'est :

- 3,4 millions de lecteurs chaque jour.
- 18,6 millions de visiteurs uniques mensuels sur nos sites et applications.
- 8,5 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux de nos marques.
- 74% de la population de 15 ans et plus de l'Est et du Sud-Est touchée chaque mois.

**L'Alsace, Les Dernières Nouvelles d'Alsace, Le Bien Public, Le Journal de Saône-et-Loire, Le Progrès, Le Dauphiné Libéré, L'Est Républicain, Le Républicain Lorrain et Vosges Matin*
Sources : ACPM OneNext 2026 S2 / Médiamétrie NetRatings Septembre 2026 (VU) / Sherpai 2026 (RS)

De la connaissance des territoires à la création d'impact

À travers cette nouvelle identité de marque, EBRA Médias réaffirme également l'évolution de son métier et de sa proposition de valeur.

Son ambition va au-delà de la commercialisation d'espaces publicitaires : **accompagner les annonceurs dans la conception et le déploiement de stratégies de communication adaptées à leurs enjeux et aux réalités des territoires.**

Print, digital, social media, vidéo, brand content, opérations spéciales, événementiel, EBRA Médias mobilise une palette de solutions complémentaires pour construire des dispositifs sur mesure.

Le lancement d'EBRA Story, le pôle OPS et brand content, début 2026, s'inscrit pleinement dans cette ambition. En réunissant conseil, créativité, production de contenus et amplification, cette offre renforce la capacité d'EBRA Médias à accompagner les marques de la conception de leurs messages jusqu'à leur diffusion auprès des publics.

« Cette nouvelle identité de marque traduit la transformation que nous avons engagée depuis janvier 2026 pour développer EBRA Médias, accompagner l'évolution de nos métiers et répondre aux nouveaux enjeux de communication de nos annonceurs.
Elle incarne notre ambition et renforce notre positionnement de partenaire stratégique : faire de notre ancrage territorial et de notre influence locale de véritables leviers de différenciation, de performance et de création de valeur pour nos clients. »

— Philippe Pignol, Directeur général EBRA Médias

Avec « LÀ. Où l'impact devient réel. », EBRA Médias affirme ainsi sa place de partenaire stratégique des annonceurs et sa conviction : c'est au plus près des territoires et des publics que la communication prend tout son sens.



A propos d'EBRA Médias

Régie publicitaire du Groupe EBRA, EBRA Médias accompagne les marques, agences et annonceurs dans la conception et le déploiement de leurs stratégies de communication à l'échelle locale et régionale. Elle s'appuie sur la puissance des médias et la proximité des marques du Groupe EBRA pour proposer des dispositifs performants et ancrés dans les territoires.

Avec une présence dans 23 départements de l'Est et du Sud-Est de la France, EBRA Médias s'appuie sur un maillage territorial dense et un ancrage local historique.

La régie développe des dispositifs de communication intégrant publicité print et digitale, data et ciblage local, vidéo et social media, brand content et opérations spéciales, ainsi que des activations événementielles et des formats innovants.

www.ebra-medias.fr

Contacts régie
Philippe Pignol - Directeur Général EBRA Médias - philippe.pignol@ebra.fr
Mélanie Donval - Directrice Marketing & Stratégie - melanie.donval@ebra.fr

Contact presse
Delphine Gayet - Directrice de la communication - delphine.gayet@ebra.fr - 07 71 76 57 41