



## 01-PRESIDENT REGION NORMANDIE

### 08-Europe

#### Argus de l'audiovisuel

Publicité de l'ADN à Londres . . . . .	p. 3
M. Morin évoque la perte de l'humour pour la campagne de publicité londonienne . . . . .	p. 5
H. Morin dit que la campagne de pub a atteint son but . . . . .	p. 6
La campagne post-Brexit de la Normandie fait le buzz au Royaume-Uni. . . . .	p. 7
La campagne britannique du Conseil régional fait polémique. . . . .	p. 8
Campagne de publicité à Londres : interview du directeur de l'ADN . . . . .	p. 9
H. Morin indique qu'un entrepreneur britannique a pris contact pour connaître les aides à l'installation en Normandie . . . . .	p. 10

#### Express (L')

Brexit: le métro londonien censure une campagne publicitaire normande . . . . .	p. 11
---	-------

#### Figaro (Le)

Londres censure une publicité à la gloire de la Normandie . . . . .	p. 13
Les Britanniques n'apprécient pas l'humour normand . . . . .	p. 15

#### Gazette des Communes (La)

Le métro londonien refuse une publicité pour la région Normandie . . . . .	p. 16
--	-------

#### Lettre ECONormandie (La)

Comment dit-on l'arroseur arrosé en anglais ? . . . . .	p. 18
---	-------

#### Libération

Une publicité incitant les entreprises britanniques à venir s'installer en Normandie interdite dans le métro . . . . .	p. 19
--	-------

#### Localtis.info

Brexit : une campagne publicitaire normande ne passera pas par le métro londonien . . . . .	p. 20
---	-------

#### Manche Libre (la)

Normandie : la Région fait sa pub en Grande-Bretagne pour attirer les entreprises . . . . .	p. 21
---	-------

#### Normandie actu

Polémique. À Londres, une campagne de pub de la région Normandie fait tiquer les Anglais . . . . .	p. 22
--	-------

#### Ouest-France

Métro : Londres rejette la pub normande . . . . .	p. 23
---	-------

#### Paris-Normandie

Brexit : une campagne publicitaire normande ne passera pas par le métro londonien . . . . .	p. 24
La campagne britannique des Normands retoquée dans le métro de Londres . . . . .	p. 25

#### POINT (LE)

Le métro londonien refuse une campagne publicitaire de la Normandie . . . . .	p. 27
---	-------

#### Presse de la Manche (La)

Bruits de couloir . . . . .	p. 29
-----------------------------	-------

#### Sites Internet divers

New Norman conquest aims to lure UK businesses to France . . . . .	p. 30
Panne d'humour dans le métro londonien . . . . .	p. 31
Londres : une campagne de publicité de la région Normandie censurée dans le métro . . . . .	p. 32
Une publicité "made in Normandie" bannie du métro de Londres . . . . .	p. 33
Brexit : une campagne de la région Normandie refusée par le métro de Londres . . . . .	p. 34
Brexit : une campagne publicitaire normande ne passera pas par le métro londonien . . . . .	p. 35
La pub normande pour séduire les entreprises anglaises bannie des transports londoniens . . . . .	p. 40
Brexit : une campagne de pub pour la Normandie censurée dans le métro londonien . . . . .	p. 41

## 03-REGION NORMANDIE

## 08-Europe

Argus de l'audiovisuel	
Campagne publicitaire de la Région Normandie à Londres . . . . .	p. 42
Eveil de Pont-Audemer (L')	
Des affiches interdites à Londres . . . . .	p. 43
JOURNAL DES ENTREPRISES (LE)	
L'Agence de Développement part à la conquête des entreprises britanniques . . . . .	p. 44
Liberté	
Une campagne de la Région Normandie retoquée oar le métro de Londres . . . . .	p. 45
Pays d'Auge (Le)	
So british . . . . .	p. 46
Renaissance du Bessin (La)	
La Normandie fait polémique de l'autre côté de la Manche . . . . .	p. 47
Sites Internet divers	
Une publicité normande bannie du métro de Londres . . . . .	p. 48
Pourquoi l'Angleterre a censuré une publicité française . . . . .	p. 49
Tendance Ouest	
« Hot entrepreneur wanted" : la campagne post-Brexit de la Normandie au Royaume- Uni . . . . .	p. 50

**France Bleu Réseau France Bleu Soir, l'invité**

Cet extrait s'efface le 12/04/2018

**Sujet**

Journal - La régie des transports londoniens refuse d'afficher dans leur métro une publicité vantant la région Normandie. Reportage. Il est notamment indiqué que l'organisme public gérant les transports de Londres a émis des oppositions à la campagne publicitaire de l'Agence de Développement pour la Normandie. Les affiches invitaient, sur le ton de l'humour, les entrepreneurs britanniques à investir dans la région française pour oublier le Brexit.

Date : 12/03/2018  
 Heure : 19:01:18  
 Durée : 00:01:25  
 Présentateur :  
 Frédérique  
 DAURELLE

**France Bleu Normandie (Calvados - Orne) JOURNAL RÉGIONAL DE 18H**

Cet extrait s'efface le 12/04/2018

**Sujet**

La régie des transports londoniens refuse d'afficher une campagne publicitaire créée par la région Normandie dans son métro. Hervé Morin, le président de région, s'en désolé dans un tweet.

Date : 12/03/2018  
 Heure : 18:01:14  
 Durée : 00:00:42  
 Présentateur :  
 Victoria KOUSSA

**France Bleu Normandie (Calvados - Orne) France Bleu Normandie Matin (Calvados-Orne)**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Journal - La RATP londonienne n'apprécie pas une campagne de publicité lancée par la Région Normandie. L'incident fait du bruit. Itw de Hervé Morin. Le refus de cette campagne dans le métro londonien est la meilleure publicité qu'on pouvait faire à la Normandie.

Date : 13/03/2018  
 Heure : 06:01:54  
 Durée : 00:01:39  
 Présentateur : .

**Sud Radio Le Grand Matin**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Une campagne de publicité de la Région Normandie dans le métro Londonien, est interdite en Angleterre. Hervé Morin a déclaré que la compagnie du métro londonien n'avait pas d'humour.

Date : 13/03/2018  
 Heure : 06:38:26  
 Durée : 00:02:10  
 Présentateur :  
 Sophie GAILLARD /  
 Catherine BULLY

**LCI LCI MATIN**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Le Président de la région Normandie Hervé Morin a évoqué le refus du métro londonien d'afficher la publicité de l'agence de développement pour la Normandie. Cette publicité vise les entrepreneurs intéressés par la délocalisation suite au Brexit.

Date : 13/03/2018  
 Heure : 07:22:11  
 Durée : 00:02:34  
 Présentateur :  
 Pascale DE LA TOUR  
 DU PIN- Adrien  
 BORNE

**France Bleu Normandie (Seine-Maritime - Eure) France Bleu Normandie Matin (Seine-Maritime - Eure)**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Journal - La régie des transports de Londres a refusé d'afficher dans le métro une campagne de publicité financée par la Région Normandie. Cette campagne invite les entreprises britanniques à s'installer en Normandie. Reportage. L'Agence de Développement pour la Normandie a choisi le ton de l'humour pour s'adresser aux entrepreneurs britanniques. Elle a utilisé la Une d'un faux journal, pour inviter ceux qui souhaitent rester dans le marché européen à voter avec leurs pieds et à traverser la Manche, pour laisser derrière eux les craintes post-Brexit. Le sujet est trop controversé et trop sensible pour la régie des transports londoniens.

Date : 13/03/2018  
 Heure : 07:01:37  
 Durée : 00:01:24  
 Présentateur : Yves-  
 René TAPON

**France Bleu Normandie (Seine-Maritime - Eure) Journal de 18h de l'Eure et la Seine-Maritime**

Cet extrait s'efface le 12/04/2018

**Sujet**

La régie des transports londoniens refusent d'afficher dans le métro une campagne de pub financée par la région Normandie qui invite les entreprises britanniques à s'installer dans la région après le Brexit. Reportage. Itw d'Hervé Morin, président de la région Normandie. Il remercie les autorités britanniques qui ont refusé cette campagne, car il s'agit de la meilleure publicité pour la Normandie.

Date : 12/03/2018

Heure : 18:01:46

Durée : 00:01:40

Présentateur : Claire  
BRIGUET-LAMARRE

**LCI LCI MATIN**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

L'éco - Une campagne émanant de la région Normandie encourageant les chefs d'entreprise britanniques à venir en France faire des affaires dans le cadre du Brexit fait polémique outre-Manche. Hervé Morin, président de la région Normandie, a évoqué la possible perte du sens de l'humour d'une compagnie de transports en commun londonienne qui a refusé d'afficher les publicités de la campagne. Un point sur les conséquences du Brexit est effectué.

Date : 13/03/2018

Heure : 06:22:22

Durée : 00:02:57

Présentateur :

Pascale DE LA TOUR

DU PIN- Claire

FOURNIER

**Nostalgie JOURNAL DE 12H**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Une campagne de publicité de la Région Normandie dans le métro Londonien a été interdite par la régie du métro. Hervé Morin a déclaré que la campagne visant à attirer les Anglais en Normandie a malgré tout atteint son objectif et qu'un entrepreneur Britannique avait déjà demandé des informations sur l'installation de son entreprise en Normandie.

Date : 13/03/2018

Heure : 12:03:38

Durée : 00:01:19

Présentateur : Anne-  
Sophie VOMSCHIED

## Radio - TV

**franceinfo: Le 6h30-9h30**

Cet extrait s'efface le 14/04/2018

**Sujet**

La campagne post-Brexit de la Normandie fait le buzz au Royaume-Uni. Hervé Morin, président de la région, voulait faire une campagne dans les métros, mais les métros à Londres ont refusé. Reportage. Itw notamment d'Hervé Morin. La campagne a quand même réussi.

Date : 14/03/2018

Heure : 07:45:53

Durée : 00:02:35

Présentateur : Samuel  
ETIENNE-Karine BASTE-  
REGIS [Écouter / Visualiser la séquence](#) [Commander la séquence](#)

## Radio - TV

**Europe 1 Europe Bonjour**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Journal - La Normandie veut inciter les entrepreneurs britanniques à venir s'installer, sauf que la campagne de publicité n'est pas du tout au goût des Anglais. Reportage. La TfL, la société qui gère les transports londoniens, interdit l'affiche dans le métro. Itw d'Hervé Morin, président de la Région Normandie. Il se félicite de cette campagne et évoque un manque d'humour des Anglais.

Date : 14/03/2018

Heure : 06:04:47

Durée : 00:01:33

Présentateur : Valentine  
DESJEUNES [Écouter / Visualiser la séquence](#) [Commander la séquence](#)

## Radio - TV

**France 3 Normandie (Rouen) 19/20 Normandie**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Une campagne publicitaire sur la Normandie a créé une polémique en Angleterre. Reportage. Itw notamment d'Hervé Morin, président de la Région Normandie. Il réagit sur la position de la RATP anglaise. La campagne a été initiée par l'Agence de Développement pour la Normandie, pour renforcer son attractivité. Itw également d'Alexandre Wahl, directeur général d'AD Normandie. Il évoque l'objectif de cette campagne publicitaire sur la Normandie.

Date : 13/03/2018

Heure : 19:00:24

Durée : 00:03:03

Présentateur : Magali  
NICOLIN [Écouter / Visualiser la séquence](#) [Commander la séquence](#)

## Radio - TV

**France 3 Normandie (Caen) 19/20 Normandie**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

La campagne de publicité de la région Normandie a été exclue des transports britanniques car elle incite les anglais à venir investir en France. Reportage. Itw d'Hervé Morin, Président de la région. Il justifie cette démarche. Itw d'Alexandre Wahl, Directeur général d'AD Normandie. Il juge la publicité plutôt pertinente.

Date : 13/03/2018

Heure : 19:06:23

Durée : 00:03:09

Présentateur : Gwenaëlle  
LOUIS [Écouter / Visualiser la séquence](#) [Commander la séquence](#)

**Radio - TV****• 3 France 3 Normandie (Caen) 12/13 Normandie**

Cet extrait s'efface le 14/04/2018

**Sujet**

La campagne britannique du Conseil régional fait polémique. Avec le Brexit, la Normandie veut inciter les entreprises d'outre-Manche à s'installer dans la région. Reportage. Si le métro londonien a refusé de placarder les affiches, la campagne a suscité de nombreuses réactions dans les médias britanniques. Itw notamment d'Hervé Morin, président de la région Normandie. Il se réjouit d'avoir attiré l'attention de la presse anglaise. Itw également d'Alexandre Wahl, directeur général AD Normandie. Ces réactions démontrent la pertinence de l'opération.

Date : 14/03/2018

Heure : 12:04:42

Durée : 00:03:07

Présentateur : Erwan DE  
MINIAC**Radio - TV****• Tendances Ouest Flash 9h**

Cet extrait s'efface le 14/04/2018

**Sujet**

Une campagne de communication du Conseil régional de Normandie a été censurée dans le métro de Londres. Transport for London a jugé que la campagne contenait des sujets sensibles ou controversés pour le public.

Date : 12/03/2018

Heure : 09:04:35

Durée : 00:00:34

Présentateur : Maxence  
GORREGUES

**•3 France 3 Grand Soir/3**

Cet extrait s'efface le 14/04/2018

**Sujet**

Journal - La compagnie de transports londoniens refuse d'afficher une campagne publicitaire invitant les entrepreneurs britanniques à venir s'installer en Normandie après le Brexit. Reportage. Des précisions sur le contenu de la publicité normande sont données. Itw notamment d'Hervé Morin, président de la Région Normandie. La médiatisation du refus de l'entreprise a attiré l'attention du public. Il est noté entre autres que l'opération a été initiée par l'Agence de Développement pour la Normandie. Itw également d'Alexandre Wahl, directeur général d'AD Normandie. C'est la preuve de la pertinence de l'approche choisie.

Date : 14/03/2018

Heure : 23:31:08

Durée : 00:02:48

Présentateur : .

**RTS1 Nostalgie Avignon L'info en direct à Avignon 12h**

Cet extrait s'efface le 15/04/2018

**Sujet**

Une campagne publicitaire conçue par l'Agence de Développement pour la Normandie, invitant les entrepreneurs anglais à investir dans la région française après le brexit, a été interdite dans le métro de Londres. Reportage. Selon le président de la Région, Hervé Morin, un entrepreneur britannique a déjà pris contact pour connaître le programme d'aide à l'installation proposé.

Date : 13/03/2018

Heure : 12:04:05

Durée : 00:01:01

Présentateur :

Sébastien

IULIANELLA

## Brexit: le métro londonien censure une campagne publicitaire normande

La Normandie ouvre grands ses bras aux entrepreneurs britanniques, mais le métro londonien juge cette campagne sensible.

### **L'équivalent londonien de la RATP a interdit des affiches publicitaires invitant les entrepreneurs britanniques à oublier le Brexit en Normandie.**

Une publicité bloquée à la frontière. La campagne publicitaire de la région française de Normandie invitant les entreprises à s'y installer après le Brexit ne sera pas affichée dans le métro londonien. La régie des transports de la capitale britannique a considéré qu'elle pouvait heurter le public, dans un contexte post-Brexit tendu.

"Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires", a fait valoir un porte-parole de Transports for London, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent "des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public".

La campagne normande, qui se présente sous la forme d'un journal, invite sur le ton de l'humour les entrepreneurs à "voter avec leurs pieds" pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne.

### **Avoir le goût des "déjeuners ensoleillés"**

En une, "The Normandy Times" annonce dans la langue de Shakespeare qu'une "région française ouverte au business rend la vie plus facile aux entreprises britanniques qui veulent prospérer en Europe". En-dessous, un article de ce faux journal s'adresse directement aux entrepreneurs: "Si vous n'avez pas voté pour le Brexit ou que ce n'est pas bon pour votre entreprise, pourquoi ne pas voter avec vos pieds et ouvrir un bureau ou une usine en Normandie".

La seconde partie de la campagne montre une petite annonce entourée d'un coeur pour des "entrepreneurs motivés". Ceux-ci doivent avoir "l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin", et être "allergiques aux droits de douane, aux restrictions et à la législation qui suivront le Brexit".

Dans un tweet publié ce lundi, le président UDI de la région Normandie Hervé Morin a regretté le manque d'humour de la régie des transports londoniens.

## **La campagne censurée "au pays des Monty Python"**

Interrogé par l'AFP, **Hervé Morin** a jugé "assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral". "On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'il y a une terre pour vous en Normandie".

De son côté, l'Agence de développement pour la Normandie, qui a conçu la campagne publicitaire, s'est étonnée dans un tweet publié ce lundi de cette censure "au pays des Monty Python", les humoristes britanniques connus pour leurs films et leurs nombreux sketches à l'humour absurde.

A défaut d'être vue par les voyageurs londoniens, la campagne sera toutefois lancée mercredi dans des quotidiens britanniques comme le *Times* ou le *Guardian* ou encore dans l'hebdomadaire *The Economist*. Par ailleurs un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.

## Londres censure une publicité à la gloire de la Normandie



Le métro londonien a décidé de censurer une publicité française vantant les mérites de la région Normandie. Motif : les services de transport l'ont bloquée parce qu'elle était «trop sujette à la controverse» en prévision du Brexit.

Plutôt que de choquer les esprits britanniques, les services de transport de Londres ont préféré censurer. Mise en cause: cette «Une» factice d'un journal inventé de toutes pièces, «*The Normandy Times*», qui reprend les codes graphiques de la presse écrite locale. On y voit la Manche, les deux territoires français et britannique, agrémentés des deux moyens de transports - le bateau et l'avion, donc - qui permettent de faire la traversée. Ce faux journal, créé par le conseil régional de Normandie, invitait les entrepreneurs britanniques à «voter avec leurs pieds».

Le message est clair, et est d'ailleurs clairement formulé. Traduction du message: les Britanniques devraient «laisser derrière eux les craintes liées à l'après-Brexit» en partant s'installer dans la région Normandie. Cette affiche publicitaire - qui est l'œuvre de l'agence britannique Splash Worldwide - n'aura donc pas sa place dans les couloirs du métro. «Transport for London» (l'équivalent britannique de la RATP) a en effet refusé catégoriquement d'afficher la publicité «car ils pourraient créer la controverse ou heurter la sensibilité du public», rapporte le journal - un vrai, cette fois! - *The Independent*.

## «À défaut d'être underground nous serons overground»

*Hervé Morin, président de la région Normandie*

À l'évidence, l'humour français a bien du mal à passer les frontières britanniques! Toutefois, *The Independent* précise que «la campagne paraîtra dans la presse nationale - dont les journaux *The Times* et *The Economist* dans les jours qui viennent et sera affichée sur un bus promotionnel qui passera par Birmingham, Bristol, Cambridge, Manchester et Londres». C'est donc sur les routes que le *Normandy Times* ira à la rencontre des entrepreneurs britanniques désireux de s'expatrier en France. «À défaut d'être underground nous serons overground», a tweeté avec humour le **président de la région Normandie Hervé Morin** en réaction à cette interdiction.



**Hervé Morin**

@Herve\_Morin

Quand la @TfL n'a pas d'humour... À défaut d'être underground nous serons overground pour notre campagne de publicité invitant les entrepreneurs britanniques à venir en #Normandie  
« oublier le #Brexit »

10:31 - 12 mars 2018

46 33 personnes parlent à ce sujet

L'Agence de Développement pour la Normandie, tout en regrettant le manque évident d'humour de l'autre côté de la Manche, assume ce «côté décalé, légèrement caustique», et espère que les entrepreneurs britanniques auront davantage d'humour en lisant la presse qu'en traversant les couloirs du métro.

# Les Britanniques n'apprécient pas l'humour normand

QUENTIN PÉRINEL

L'humour français a parfois du mal à traverser la Manche sans encombres. Et sans choquer l'esprit british. Transport for London (TfL), l'équivalent de la RATP, a décidé de refuser une campagne publicitaire du conseil régional de Normandie plutôt que de prendre le risque de choquer les voyageurs qui empruntent chaque jour le métro londonien. L'affiche mise en cause représente la une d'un journal fictif, The Normandy Times, qui reprend les codes graphiques de la presse écrite britannique. Ce pastiche invite les entrepreneurs d'outre-Manche à « voter avec leurs pieds », encourage les Britanniques à s'installer en terre normande et à « laisser derrière eux les craintes liées à l'après-Brexit ». Les affiches, aussi audacieuses et amusantes soient-elles, « pourraient créer la controverse ou heurter la sensibilité du public », rapporte le journal The Independent - un vrai, cette fois ! Il précise que la campagne paraîtra néanmoins dans la presse nationale - notamment dans le Guardian, le Times et dans The Economist - dans les jours qui viennent. Elle sera également affichée sur un bus à étage promotionnel qui sillonnera l'Angleterre, en passant par Birmingham, Bristol, Cambridge, Manchester et Londres. En guise de réaction, le président de la région Normandie, Hervé Morin, a tweeté : « À défaut d'être underground nous serons overground ». L'humour français, toujours ! Finalement, le refus du métro londonien aura été la meilleure publicité dont pouvait rêver la Normandie. QUENTIN PÉRINEL

## Le métro londonien refuse une publicité pour la région Normandie

Marie-Pierre Bourgeois | Régions | Publié le 13/03/2018

**En plein Brexit, la région Normandie essaie de jouer sa carte pour attirer de potentiels investisseurs anglais. La campagne de publicité qui devait s'afficher dans le métro londonien n'a toutefois pas été du goût de TFL, l'entreprise publique qui gère les transports dans la capitale. Elle a refusé de la diffuser.**



Imaginée par l'agence de développement pour la Normandie, la campagne de publicité dans le métro londonien avait tout d'une affaire rondement menée. Fausse une de journal appelée pour l'occasion The Normandy Times et un slogan qui attire l'œil pour vanter un message : « Les entrepreneurs britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et laisser leurs craintes post-Brexit derrière eux ». L'objectif : attirer de potentiels investisseurs anglais, effrayés par la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne, en Normandie.

Les affiches ont toutefois été peu appréciées de la capitale britannique. Propriétaire de TFL (Transports for London), l'équivalent britannique de la RATP, la ville a en effet refusé son affichage. La raison officielle ? « Les images et les messages de cette affiche évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public. »

La réalité est pourtant plus prosaïque. La ville de Londres a récemment lancé elle-même une grande campagne d'affichage pour mettre en avant ses multiples baisses d'impôts à direction des investisseurs pour tenter de les retenir au Royaume-Uni. Pas question donc de laisser un pouce de terrain à l'attractivité française en plein Brexit.

## La campagne va malgré tout faire le tour du pays

Le retrait a été peu goûté d'Hervé Morin (LR), le président de la région Normandie qui a décidé de répondre sur le ton de l'humour.



**Hervé Morin**

@Herve\_Morin

Quand la @TfL n'a pas d'humour... À défaut d'être underground nous serons overground pour notre campagne de publicité invitant les entrepreneurs britanniques à venir en #Normandie  
« oublier le #Brexit »

10:31 - 12 mars 2018

63 50 personnes parlent à ce sujet

L'ancien ministre peut toutefois se rassurer. Si la publicité ne s'affichera pas dans le métro londonien, elle sera vue de bon nombre de Britanniques par le biais de campagnes d'affichage dans plusieurs quotidiens nationaux. Un bus aux couleurs de la région normande va également sillonner les grandes villes anglaises pour rencontrer des entrepreneurs désireux d'installer leur activité outre-Manche.

Sans compter que le retrait de cette campagne fait, paradoxalement, beaucoup de publicité à la région normande...

## Comment dit-on l'arroseur arrosé en anglais ?

L'agence de com' britannique mandatée par [l'ADN](#) a été bien inspirée de glisser à l'oreille des journalistes du Guardian que TFL -l'équivalent londonien de notre RATP- avait refusé la campagne de promotion de la Normandie bannie de ses bus et de ses métros au motif qu'elle pouvait être sujette à controverses. L'info n'est pas tombée dans l'oreille de sourds. Trois jours avant le lancement de l'offensive de charme normande, le grand quotidien britannique libéral rapportait par le menu l'oukase de la régie publique sur une demi-page.

S'en sont suivis un tombereau d'articles et de reportages dans les médias d'outre Manche : CNN, la BBC, Skynews, le Times... Résultat, cette campagne qui ne devait être vue que dans une poignée de journaux a rencontré un écho aussi inespéré qu'inattendu avant même sa mise à feu. « Cela a été le plus gros buzz de la journée en Grande-Bretagne » commentait lundi soir un [Hervé Morin](#), rigolard, en annonçant que trois entrepreneurs anglais avaient déjà contacté le numéro réservé à leur intention. Bon pour la pub, l'épisode risque de tendre un peu les relations avec les pouvoirs publics britanniques dont on imagine qu'ils sont un peu vexés par cet agit'prop. Reste à leur envoyer fissa la tapisserie de Bayeux pour retisser des liens.

## Une publicité incitant les entreprises britanniques à venir s'installer en Normandie interdite dans le métro londonien

« *Les entrepreneurs britanniques peuvent désormais voter avec leurs pieds et laisser les craintes post-Brexit derrière eux* » : la publicité du conseil régional de Normandie, incitant les entreprises à traverser la Manche pour s'installer dans la région, n'a pas plu à Transport for London (TfL), l'équivalent britannique de la RATP. TfL a ainsi refusé d'afficher ces publicités dans le métro londonien, arguant qu'elles contenaient « *des images et des messages qui évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public* ».

Interrogé par l'AFP, **Hervé Morin**, président de la région Normandie, a jugé « *assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral* ». « *On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'"il y a une terre pour vous en Normandie"* ». La campagne publicitaire, conçue par l'Agence de développement pour la Normandie, sera lancée mercredi dans des quotidiens britanniques comme le *Times* ou le *Guardian* ou encore dans l'hebdomadaire *The Economist*.

**THE NORMANDY TIMES**  
BUSINESS WORLD NEWSPAPER

WHAT WILL BREXIT MEAN FOR BRITISH TRADE DEALS? PAGE 8

THE ROAD TO BREXIT  
AIA explanation of Article 50 page 12

NORMANDY ROUND  
20 reasons to make the most of it page 21

British business owners can now vote with their feet and leave post-Brexit fears behind

**BARKING MAD**  
ANIMAL LOVER seeks someone who loves dogs, cats and the great outdoors. Hiking, walks in the park and visiting the countryside a must  
Contact Omar  
BOX JS8887

**HOT ENTREPRENEUR WANTED**  
MUST HAVE an appetite for business, beautiful coastal walks and long sun-drenched lunches with wine flowing. Someone allergic to post-Brexit tariffs.

# ***En bref* - Brexit : une campagne publicitaire normande ne passera pas par le métro londonien**

*Caisse des dépôts 12/03/2018 AFP*

La régie des transports londoniens (TfL) a refusé d'afficher dans le métro une campagne publicitaire de la région française de Normandie, au motif qu'elle pouvait contenir "des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public". La campagne normande invite sur le ton de l'humour les entrepreneurs à "voter avec leurs pieds" pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Elle prend une double forme : une petite annonce à l'adresse d'entrepreneurs ayant "l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin" et un faux article d'un journal baptisé "The Normandy Times" qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre faisant face à la Normandie, vante les mérites de la région française. Interrogé par l'AFP, Hervé Morin, président de la région Normandie, a jugé "assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral".

La campagne publicitaire, conçue par l'agence de développement pour la Normandie, sera lancée le 14 mars dans des quotidiens britanniques comme le Times ou le Guardian ou encore dans l'hebdomadaire The Economist. Par ailleurs un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.

## Normandie : la Région fait sa pub en Grande-Bretagne pour attirer les entreprises

Au vu des réactions générées outre-Manche dès ce lundi 12 mars 2018, la Région Normandie présidée par Hervé **Morin** a déjà réussi son pari avec sa campagne promotionnelle qui vise à attirer les entreprises britanniques dans la région.

Manche libre.fr - Benoit Merlet Le 12 mars 2018 à 14:58

La Région Normandie a initié ce lundi 12 mars 2018 via son Agence de Développement **(ADN)** une campagne publicitaire inédite en Grande-Bretagne. Elle vise à convaincre investisseurs et entrepreneurs à venir s'installer dans la région après le Brexit.

De plus en plus d'entreprises envisagent de **quitter la Grande-Bretagne après le Brexit** - certaines ont même déjà passé le cap - et la Normandie compte bien récupérer sa part du gâteau. C'est l'objectif affiché par une **campagne de promotion menée par la Région** via son Agence de Développement pour la Normandie (ADN) lancée ce lundi 12 mars 2018 chez nos voisins.

### Campagne nationale

Jusqu'au vendredi 23 mars 2018, des **panneaux publicitaires** doivent être affichés **dans les transports en commun, la presse britannique et dans cinq des plus grandes villes du pays** : Bristol, Birmingham, Manchester, Cambridge et Londres. Un bus promotionnel sera aussi de la partie. Parmi les mots d'ordre affichés, des slogans tels que "*Les chefs d'entreprise britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après-Brexit*" font mouche. La campagne de promotion fait son effet puisque des médias britanniques prestigieux comme [The Times](#), [The Guardian](#) et même [la BBC](#) s'en font l'écho.

### Déjà censurée

Mais à peine mise en place, [elle se fait censurer de l'autre côté de la Manche](#). La TFL, société des transports de Londres qui gère le métro de la capitale a annoncé interdire les affiches du Normandy Times, une pub en forme de journal imaginaire créé pour l'occasion. Selon eux, la campagne de promotion de la région contient "*des images et des messages qui évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public*". Certes, **les problématiques liées au Brexit sont très sensibles** et engendrent des débats passionnés, mais l'on a connu nos voisins d'outre-"Channel" avec plus d'autodérision.

## Polémique. À Londres, une campagne de pub de la région Normandie fait tiquer les Anglais

**Une publicité humoristique normande à destination des entrepreneurs anglais fait polémique à Londres. Quand on évoque le Brexit, l'humour n'est plus « So British »...**

Publié le 12 Mar 18 à 15:09

La Société des Transports Londoniens (STL) rit jaune ! Mais qu'est-ce qui a bien pu provoquer l'ire d'une nation pourtant férue d'humour cinglant ?

En cause, une campagne publicitaire émanant des créatifs de l'Agence de Développement (AD) de la Région **Normandie**. Les « cerveaux » de la com' ont en effet eu l'idée d'une fausse Une de journal sur laquelle on peut lire : « Les chefs d'entreprise britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après Brexit. »

### Annonce pour entrepreneur chaud

Le visuel détourne la mise en page des petites annonces de la rubrique « Rencontres » du *Normandy Times*, une autre invention de l'Agence de Développement de la région Normandie. Un gros cœur tracé au stylo rouge isole une des annonces au titre provocateur : *Hot Entrepreneur Wanted !* Aguiheur ? « Rien de mieux que l'humour pour faire passer les sujets les plus graves », répond l'agence AD dans communiqué.

L'objectif de cette campagne ? « Un clin d'œil décalé, une manière légère d'aborder le sujet clivant et sensible du **Brexit** », complète l'agence AD. Sauf que, dans les faits, la Région **Normandie** et son chef de file **Hervé Morin** ont une idée derrière la tête. Depuis l'annonce du Brexit, nombreuses sont les entreprises et les entrepreneurs qui s'inquiètent de leur avenir.

Si la Normandie pouvait alors faire office de terre d'accueil pour « hot entrepreneur », le pari serait gagné pour la Région.

Sauf que pour la Société Transport of London (TfL), l'équivalent de la RATP parisienne, le message ne respecte pas les clauses relatives aux publicités.

[Cette publicité] comporte des images et des messages qui évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public, d'après Transport for London.

### La campagne lancée... malgré tout

Reste qu'à partir de mercredi 14 mars, la campagne sera tout de même lancée dans plusieurs quotidiens britanniques (Guardian, Times). Un bus à étage, recouvert de petits annonces sillonnera également, du 19 au 23 mars, les rues de Manchester, Bristol, Birmingham et Cambridge.

## Méto : Londres rejette la pub normande

La campagne de promotion du conseil régional pour attirer les entrepreneurs anglais en Normandie a été retoquée. Shocking.

### L'histoire

En matière d'humour, les Normands et les Britanniques ne sont visiblement pas sur la même ligne. La TFL, régie publique des transports londoniens, a refusé d'afficher dans son métro une campagne de publicité de la Région Normandie.

Sous la forme d'une fausse Une d'un journal baptisé « The Normandy Times », elle invitait les entrepreneurs « **à voter avec leurs pieds et laisser derrière eux les craintes post-Brexit** ». Car, ce que souhaite le conseil régional, c'est charmer les entreprises britanniques et les convaincre qu'il fait bon entreprendre en Normandie. En détournant, par exemple, des petites annonces de rencontres : « Hot entrepreneur wanted ! »

#### « Pas d'humour »

Selon TFL, cette campagne contient « **des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public** ». L'affiche aurait été refaite à trois reprises. En vain.

Hervé Morin, président de la Région, a rétorqué que « **TFL n'avait pas d'humour** », jugeant « **assez piquant cette censure [...]** pour un



Daniel Fouray

*La campagne normande contenait « des sujets sensibles ».*

#### pays qui se dit libéral ».

Sans le métro, l'opération publicitaire, débutera tout de même, demain, dans les principaux quotidiens et hebdomadaires britanniques : *The Times*, *The Guardian* ou encore *The Economist*.

Puis, du 19 au 23 mars, de Bristol à Cambridge en passant par Manchester, l'équipe de l'Agence de développement pour la Normandie (ADN) ira à la rencontre des entrepreneurs tentés de s'implanter en Normandie. Une déclaration d'amour et d'humour à 120 000 €.

**Bastien BOCQUEL.**

## Brexit : une campagne publicitaire normande ne passera pas par le métro londonien

Publié il y a 1 heure

**Lancée par l'Agence de développement de la Normandie à destination des entrepreneurs anglais, une campagne publicitaire est retoquée par la régie des transports londoniens. Hervé Morin, le président de la Région Normandie, juge « assez piquant » qu'un pays « libéral » refuse ainsi cette opération séduction « made in Normandy ».**

ROUEN (NORMANDIE). La [régie des Transports londoniens](#) (TfL) a refusé d'afficher dans le métro une campagne publicitaire française de la région Normandie invitant les entreprises à s'y installer après le Brexit, considérant qu'elle pouvait heurter le public. « Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires », a fait valoir un porte-parole de TfL, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent « des images ou messages qui évoquent de sujets controversés ou sensibles aux yeux du public ».

« Avec leurs pieds »

[La campagne normande](#) invite sur le ton de l'humour les entrepreneurs à « voter avec leurs pieds » pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne.

Elle prend une double forme : une petite annonce à l'adresse d'entrepreneurs ayant « l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin » et un faux article d'un journal baptisé « The Normandy Times » qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre faisant face à la Normandie, vante les mérites de la région française.

« Refusé deux fois »

Interrogé, [Hervé Morin, président de la région Normandie](#), a jugé « assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral ».

« On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'il y a une terre pour vous en Normandie ».

**Lancement mercredi 14 mars 2018**

La campagne publicitaire, conçue par [l'Agence de développement pour la Normandie](#), sera lancée mercredi 14 mars 2018 dans des quotidiens britanniques comme le Times ou le Guardian ou encore dans l'hebdomadaire The Economist. Par ailleurs un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.

# La campagne britannique des Normands retoquée dans le métro de Londres

Paris Normandie publié 12/03/2018 21:50



Une tournée en bus aux couleurs de la Normandie est prévue en Grande-Bretagne à la rencontre des entrepreneurs

**Attractivité. Le gestionnaire des transports londoniens a interdit une campagne de publicité de la Région Normandie qui invite les entreprises britanniques à « voter avec leurs pieds » et à fuir le Brexit pour la Normandie. « Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires », fait-il valoir.**

« Quand la TfL n'a pas d'humour... À défaut d'être underground nous serons overground pour notre campagne de publicité invitant les entrepreneurs britanniques à venir en Normandie oublier le Brexit ». Voici le tweet « réponse » hier du président de la Région Normandie, **Hervé Morin**, alors que la campagne de communication de la Normandie outre-manche vient de se faire retoquer dans le métro de Londres par TfL (Transport for London), l'équivalent de la RATP à Paris. L'organisme public, qui gère les transports de la capitale britannique, n'a pas apprécié les affiches publicitaires invitant les entrepreneurs britanniques à « oublier le Brexit ». Et les a proprement interdites.

« Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires », fait valoir un porte-parole de TfL, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent « des images ou messages qui évoquent de sujets controversés ou sensibles aux yeux du public ».

**« Voter avec leurs pieds »** Que renferme la campagne ? Elle invite notamment, sur le ton de l'humour, les entrepreneurs à « voter avec leurs pieds » pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Elle prend une double forme : une petite annonce à l'adresse d'entrepreneurs ayant « l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin », et un faux article d'un journal baptisé « The Normandy Times » qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre faisant face à la Normandie, vante les mérites de la région.

**Démarrage demain** Le texte enfonce le clou de l'inquiétude des milieux économiques britanniques en invitant les investisseurs à « agir maintenant alors que l'article 50 a été déclenché il y a plus d'un an, sans qu'aucun signe d'accord commercial entre la Grande Bretagne et l'UE se profile. »

Hervé Morin, président de la Région Normandie, juge « assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral ». « On nous a déjà refusé deux fois notre campagne, parce qu'elle était soi-disant trop décalée. Donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'il y a une terre pour vous en Normandie ».

La campagne publicitaire, conçue par l'Agence de développement pour la Normandie (AD Normandie), est lancée demain, mercredi 14 mars, dans des quotidiens britanniques comme le Times ou le Guardian, ou encore dans l'hebdomadaire The Economist. Par ailleurs, un bus à étage couvert de petites annonces va parcourir les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars. Le tout sous une bannière qui semble nous rejouer Hastings - « la Normandie part à la conquête des entreprises britanniques » -, mais en revendiquant un humour décalé, au pays des Monty Python.

Le « Magical Norman Tour » affrété par l'agence de développement Normandie se veut une « opération de charme » destinée à « séduire les entrepreneurs britanniques », et « la réponse de la Normandie à l'atmosphère anxieuse post-Brexit. » Cela dit, les rencontres, c'est du sérieux.

**Une belle pub malgré tout !** L'équipe d'AD Normandie rencontrera les entrepreneurs britanniques potentiellement intéressés par une « relocalisation » sous forme d'établissement, de partenariat, d'investissement financier et/ou d'acquisition en Normandie, en soulignant les atouts de la Normandie : le numérique et l'aéronautique, la santé et l'automobile, l'énergie et le nucléaire, l'industrie et la manufacture...

Toutes les tailles d'entreprises (start-up, PME, ETI et groupe) actives dans les secteurs clés sont ciblées. L'objectif étant de retourner faire un suivi des contacts avant la fin de l'année.

**Hervé Morin**, s'il dit dans un premier temps « regretter vivement » le refus de TfL, insistant sur les réductions d'impôt et les prêts d'installation proposés aux entrepreneurs désireux de « rester dans la zone euro », apprécie tout de même la situation : « Nous avons comptabilisé

une centaine d'articles dans la presse britannique, dans le Times, le [Guardian](#)... Alors que la campagne ne commence que mercredi, nous ne pouvions avoir meilleure précampagne ! Et d'ailleurs, déjà trois entreprises nous ont contactées. Honnêtement, ça ne peut pas être mauvais pour la Normandie ».

# Le métro londonien refuse une campagne publicitaire de la Normandie

La région incite les entreprises britanniques à s'installer sur ses terres après le Brexit. Son président, Hervé Morin, a évoqué un manque d'humour.

**SOURCE AFP**

Publié le 12/03/2018 à 13:56 | [Le Point.fr](#)

La régie des Transports londoniens (TfL) a fait part de son refus d'afficher dans le métro une campagne publicitaire de la région française de Normandie, considérant qu'elle pouvait heurter le public. « Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires », a fait valoir un porte-parole de TfL, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent « des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public ».

La campagne normande invite sur le ton de l'humour les entrepreneurs à « voter avec leurs pieds » pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Elle prend une double forme : une petite annonce à l'adresse d'entrepreneurs ayant « l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin » et un faux article d'un journal baptisé *The Normandy Times* qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre faisant face à la Normandie, vante les mérites de la région française.

## Des bus à étage couverts de petites annonces

Interrogé par l'Agence France-Presse, Hervé Morin, président de la région Normandie, a jugé « assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral ». « On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques *qu'il y a une terre pour vous en Normandie* ». La campagne publicitaire, conçue par l'Agence de développement pour la Normandie, sera lancée mercredi dans des quotidiens britanniques comme le *Times* ou le *Guardian* ou encore dans l'hebdomadaire *The Economist*. Par ailleurs un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.



Hervé Morin

Quand la @TfL n'a pas d'humour... À défaut d'être underground nous serons overground pour notre campagne de publicité invitant les entrepreneurs britanniques à venir en #Normandie « oublier le #Brexit »

**THE NORMANDY TIMES**  
 CHANGING WORLD NEWSPAPER

**WHAT WILL BREXIT MEAN FOR BRITISH TRADE DEALS?** | **THE ROAD TO BREXIT: A full explanation of Article 50** | **NORMANDY REGION: 20 reasons to make the most of it**

## British business owners can now vote with their feet and leave post-Brexit fears behind



**BARKING MAD**  
**ANIMAL LOVER** seeks passionate who loves dogs, cats and the great outdoors. Hiking, walks in the park and visiting the countryside a must!  
 Contact Omar  
 BOX 15867

**HOT ENTREPRENEUR WANTED**  
**MUST HAVE** an appetite for business, beautiful coastal walks and long sun-drenched beaches with wine flowing. Someone allergic to post-Brexit tariffs, legislation and restrictions preferred. Does this sound like you?  
 Contact Bernard D  
 BOX 68026

**FUN WITH THE GME**  
**SUNBAT** older lady looking for life right. Is he out there? Been searching for a while and would love to find him! Medium build, brown hair and eyes. Call now.  
 Contact Jackie  
 BOX 15078

### Business friendly French region makes it easy for British business to prosper in Europe

If you didn't visit the beautiful coastline for your holidays, why not take with your feet and open an office, or work a production unit, in Normandy. Now is the time to act. It's nearly a year since Article 50 was triggered and there is still no sign of an agreement being reached with the UK. Why not invest in people and services.

Normandy and its business partners in Normandy will do all they can to help with their range of services and support packages.

There is also a special economic zone with reduced tax rates, public support for investment projects, a dedicated team 24 hours a day and support for families with special mobility needs.

Normandy is a dynamic and business friendly region just across the Channel. So, forget the hassle pay normally associated with opening in a new territory and try Normandy for your business. You will find the process as smooth as Goul-Stomart... or their system for the...  
 or their system for the...

CALL +33 6 85 48 64 51 | MICHELLE@ADNORMANDIE.FR | WWW.ADNORMANDIE.FR

**NORMANDY**

## **BRUITS DE COULOIR**

“ Quand la TFL n’a pas d’humour... À défaut d’être underground, nous serons overground pour notre campagne de publicité invitant les entrepreneurs britanniques à venir en Normandie oublier le Brexit.



### **HERVÉ MORIN**

Président de la Région Normandie, qui réagit à la polémique provoquée par la campagne de communication de l’agence de développement économique de la Normandie interdite par Transport for London, gestionnaire du métro londonien.

# New Norman conquest aims to lure UK businesses to France

[Tim Shipman](#), Political Editor

March 11 2018, 12:01am, The Sunday Times

The French advertising campaign will run in a string of British newspapers  
Share

First they agreed to send us the Bayeux Tapestry — now it is payback time. France has launched an audacious bid to steal British businesses.

The government of Normandy will this week launch an advertising campaign calling on firms to “vote with their feet” and move there to dodge post-Brexit trade tariffs.

One advertisement due to run in national newspapers and magazines this week features a lonely hearts column calling for a “hot entrepreneur” who “must have an appetite for business, beautiful coastal walks and long sun-drenched lunches with wine flowing”, adding “someone allergic to post-Brexit tariffs, legislation and restrictions preferred”.

It says: “If you didn’t vote for Brexit or it’s not right for your business, why not vote with your feet and open an office, or settle a production unit in Normandy.”

In a dig at the British government, the ad says: “There is still no sign of what a trade agreement with the EU might look like. Now is the time to act.”

Those tempted to jump ship are promised that they “will find the process as smooth as Camembert” and receive reduced tax rates that will help them “leave post-Brexit fears behind”.

[Hervé Morin](#), the region’s president, said: “Brexit gives Normandy a unique opportunity to welcome British businesses who decide to stay at the heart of the European Union.”

The campaign, which will run in The Guardian, The Times, Metro, The Telegraph, the London Evening Standard and The Economist, was described by a source in the region’s development agency as “Normandy’s answer to gloomy Brexit: a charm operation to seduce British businesses”.

Normandy is home to an estimated 9,000 Britons and 53 British companies while 6,300 Britons have second homes there, representing the area’s largest foreign presence. The number of applications for French nationality by British citizens has increased by 254%, from 385 in 2015 to 1,363 in 2016.

## Panne d'humour dans le métro londonien

Par : [Claire Guyot](#) | [EURACTIV.fr](#)

Les Britanniques ont moyennement apprécié une campagne de la région Normandie, invitant les entrepreneurs britanniques à traverser la Manche. Le réseau de transport de Londres a préféré l'interdire.

La région normande veut tirer parti du Brexit. Et elle le dit haut et fort, au risque de déplaire. Comme le rapporte la presse britannique, Transport for London (TfL), organisme public en charge des transports publics dans la capitale, a interdit une campagne du Conseil régional de Normandie encourageant les entrepreneurs britanniques à s'installer dans la région pour ne pas pâtir des conséquences du Brexit.

Réalisée par l'Agence de développement normande, la campagne contient des « images et messages relatifs à des sujets controversés ou sensibles pour le public » selon TfL, comme le relate le quotidien britannique The Guardian.

### [Incertitudes sur la période de transition post-Brexit à Londres](#)

Le cabinet de la Première ministre britannique tente de tempérer les rumeurs selon lesquelles le gouvernement se prépare à rouvrir les discussions sur la durée de la période de transition après le Brexit.

La campagne en question se présente sous la forme d'une « Une » d'un journal fictif, le Normandy Times, titrant : « Les chefs d'entreprises britanniques peuvent maintenant voter avec leur pied et laisser de côté leurs peurs de l'après-Brexit ».

En dessous de ce titre accrocheur, une carte représentant les côtes britanniques et normandes invite les entrepreneurs britanniques à traverser la Manche par avion ou bateau pour rejoindre la région du nord de la France.

Un petit article fictif en dessous de la carte dépeint la Normandie comme « une région française favorable aux entreprises », et liste les mesures prises par la région pour aider les entreprises britanniques à « prospérer en Europe ». Cela inclut une « zone économique spéciale avec des taxes réduites, un soutien public pour des projets d'investissement » ainsi qu'une « équipe disponible 24 heures par jour pour le soutien des familles aux besoins en mobilité spéciaux ».

Le [président de la région Hervé Morin](#) a dit « regretter » la décision de Transport for London. Comme le rapporte le journal *The Independent*, il considère que « le Brexit donne à la Normandie une opportunité unique d'accueillir des entreprises britanniques qui décident de rester dans le cœur de l'Union européenne ».

« L'accord sur le Brexit ne devrait pas arriver demain, mais les entrepreneurs britanniques se voient donner le choix de décider pour eux-mêmes s'ils veulent étendre leurs entreprises en Normandie », cite encore le quotidien.

Malgré l'interdiction de Transport of London, la campagne sera visible dans les journaux britanniques à partir du 14 mars et par un bus promotionnel affichant, qui fera le tour de certaines villes britanniques telles que Bristol, Birmingham, Manchester, Cambridge, Londres.

## Londres : une campagne de publicité de la région Normandie censurée dans le métro

**Transport for London, le gestionnaire des transports londoniens, a interdit une campagne de publicité de la région Normandie qui invite les entreprises britanniques à "voter avec leurs pieds" et à fuir le Brexit pour la Normandie.**

<http://www.rtl.fr>

publié le 12/03/2018 à 12:30

"Quand la TfL n'a pas d'humour..." Le **président de la région Normandie Hervé Morin** a réagi après l'**interdiction dans le métro de Londres (Royaume-Uni) d'une campagne de publicité** incitant les entreprises britanniques à fuir le **Brexit** et à s'installer en Normandie.

Transport for London, l'organisme qui gère les transports londoniens, a interdit le déploiement **des affiches normandes** dans le métro car il estime que **le sujet peut susciter "la controverse** du public" et est trop sensible.

Présentées sous la forme d'un journal, **le "Normandy Times"**, les affiches de l'Agence de développement de la région Normandie invitent les patrons britanniques à **"voter avec leurs pieds** et laisser les peurs post-Brexit" derrière eux.

"À défaut d'être *underground* nous serons *overground*", **a tweeté Hervé Morin** en réaction à cette interdiction lundi 12 mars. Les affiches interdites dans le métro vont être imprimées dans certains journaux anglais, et du 19 au 23 mars, le **"Magic Norman Tour"**, un bus à l'effigie de la campagne de publicité, fera le tour du pays, en passant par Bristol, Birmingham, Manchester, Cambridge et Londres, pour vanter l'accueil de la région Normandie.

"L'idée est de faire passer le message que **la proximité fait de la Normandie l'endroit idéal** pour bénéficier d'une ouverture sur le marché européen tout en gardant un lien avec son pays d'origine", explique l'Agence de développement de la région dans un communiqué.

## Une publicité "made in Normandie" bannie du métro de Londres

BFM.tv

12/03/2018 à 14h19

**La campagne de publicité de la région Normandie n'a pas été du goût de TFL (Transport for London), qui a refusé de l'afficher dans les stations de métro. En Grande-Bretagne, elle crée un buzz inattendu que les Normands n'osaient même pas espérer.**

Le Brexit fait-il perdre aux Britanniques leur légendaire sens de l'humour? Au vu de la réaction de "Transport for London" (TFL), l'organisme public qui gère les transports à Londres, on commence à le croire. Il a tout simplement refusé l'affichage cette semaine d'[une campagne de communication](#) du Conseil régional de Normandie.

L'annonce en cause demande aux entrepreneurs d'affirmer leur refus du Brexit en votant "avec leurs pieds", c'est-à-dire en traversant la Manche pour s'installer en Normandie.

Et pour mieux attirer les regards des londoniens, le message fait la Une du Normandy Times, un quotidien qui bien sûr n'existe pas. TFL a jugé cette campagne de promotion trop polémique du fait "des images et des messages qui évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public".

"Cette décision est assez piquante, d'autant que cette censure provient du pays du libéralisme", a réagit [Hervé Morin, président de la région Normandie](#) à BFMBusiness.com. "Peut-être craignent-ils les Normands qui sont les seuls dans l'histoire à avoir conquis l'Angleterre", ajoute [Hervé Morin](#).

### "Je remercie TFL pour ce coup de main"

Le refus de TFL n'a pour autant pas été négatif. Il a créé un buzz inespéré. "L'affaire TFL a été reprise par une centaine de médias qui dévoilent la campagne deux jours avant son lancement officiel. Je remercie TFL pour ce coup de main involontaire", a ajouté le président de la région.

En effet, [la presse britannique](#) s'est emparé du sujet. Certains journaux semblent même apprécier l'humour normand. Le Sunday Times retient une promesse publiée dans le Normandy Times: "La transition sera lisse comme le camembert et douce comme les huîtres", mais qu'aussi, les impôts seront moins élevés qu'en Grande-Bretagne après le Brexit.

La Région Normandie se défend toutefois de vouloir "profiter du Brexit" pour proposer aux entreprises de se délocaliser en France. "L'idée est de faire passer le message que la proximité fait de la Normandie l'endroit idéal pour profiter du marché européen tout en gardant un lien avec son pays d'origine", précise l'agence en ajoutant que "cette campagne est un peu une déclaration d'amour aux entreprises d'Outre-Manche". Apparemment, TFL n'a pas saisi la nuance.

## Brexit : une campagne de la région Normandie refusée par le métro de Londres

Orange avec AFP, publié le lundi 12 mars 2018 à 14h04

**La régie des transports londoniens estime que la campagne évoque des "sujets sensibles aux yeux du public".**

Il y a des sujets qui ne font pas rire, outre-Manche. Une campagne publicitaire de la région française de Normandie invitant - **sur le ton de l'humour**- les entreprises à s'y installer après le Brexit a été refusée par la régie des Transports londoniens (TfL). Cette dernière a estimé que les affiches pouvaient heurter le public.

"Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires", a fait valoir un porte-parole de TfL, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent **"des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public"**.

La campagne normande invite sur le ton de l'humour les entrepreneurs à **"voter avec leurs pieds"** pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Elle prend une double forme: une petite annonce à l'adresse d'entrepreneurs ayant "l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin" et un faux article d'un journal baptisé "The Normandy Times" qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre faisant face à la Normandie, vante **les mérites de la région française**.

Interrogé par l'AFP, **Hervé Morin, président de la région Normandie**, a jugé "assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral".

**" On nous a déjà refusé deux fois notre campagne** donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'"il y a une terre pour vous en Normandie".

La campagne publicitaire, conçue par l'Agence de développement pour la Normandie, sera lancée mercredi dans des **quotidiens britanniques comme le Times ou le Guardian** ou encore dans l'hebdomadaire The Economist. Par ailleurs un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.

# Brexit : une campagne publicitaire normande ne passera pas par le métro londonien

MARDI 13 Mars 2018

Europe 1 15h09, le 12 mars 2018, modifié à 15h48, le 12 mars 2018

- **Une campagne publicitaire de la Normandie, invitant les entrepreneurs anglais à investir dans la région française, a été "censurée" dans le métro de Londres.**

La régie des Transports londoniens (TfL) a refusé d'afficher dans le métro une campagne publicitaire de la région française de Normandie invitant les entreprises à s'y installer après [le Brexit](#), considérant qu'elle pouvait heurter le public. "Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires", a fait valoir un porte-parole de TfL, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent "des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public".

**Une invitation aux entrepreneurs anglais.** La campagne normande invite sur le ton de l'humour les entrepreneurs à "voter avec leurs pieds" [pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit](#) et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Elle prend une double forme : une petite annonce à l'adresse d'entrepreneurs ayant "l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin" et un faux article d'un journal baptisé *The Normandy Times* qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre faisant face à la Normandie, vante les mérites de la région française.

**Dans la presse et sur un bus.** [Hervé Morin, président de la région Normandie](#), a jugé auprès de l'AFP "assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral". "On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'"il y a une terre pour vous en Normandie". La campagne publicitaire, conçue par l'Agence de développement pour la Normandie, sera lancée mercredi dans des quotidiens britanniques comme le *Times* ou le *Guardian* ou encore dans l'hebdomadaire *The Economist*. Par ailleurs un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.

## Londres : une campagne publicitaire de la région Normandie a froissé les Anglais

LCI 13 03 2018

L'ECO - TFL, l'organisme public qui gère les transports dans la capitale britannique a interdit les affiches publicitaires du [conseil régional de la Normandie sur](#) le Brexit.

13 mars 06:22

The Normandy Times, un journal imaginaire créé par le conseil régional de Normandie, encourageait les chefs d'entreprise britanniques à "oublier le Brexit" et "à voter avec leurs pieds" en s'installant en France. Mais Transport for London (TFL), qui n'a pas apprécié l'humour normand, a interdit les affiches publicitaires. Quels sont les enjeux de cette campagne publicitaire ? Quid du Brexit en France et en Grande-Bretagne ?

Ce mercredi 13 mars 2018, Claire Fournier, dans sa chronique "L'éco", nous parle de la campagne publicitaire du conseil régional de Normandie visant les entrepreneurs britanniques. Cette chronique a été diffusée dans La Matinale du 13/03/2018 présentée par Pascale de La Tour du Pin sur LCI. Du lundi au vendredi, dès 5h45, Pascale de La Tour du Pin vous présente la Matinale entourée de ses chroniqueurs.

# L'humour anglais en perdition : le métro de Londres censure une pub made in Normandie !!!

Insolatie par [Charles Sannat](#) | 13 Mar 2018

C'est un dégât collatéral du Brexit, l'humour anglais n'est plus et une publicité "made in Normandie" est bannie du métro de Londres

Comme le rapporte BFM, "la campagne de publicité de la région Normandie n'a pas été du goût de TFL (Transport for London), qui a refusé de l'afficher dans les stations de métro. En Grande-Bretagne, elle crée un buzz inattendu que les Normands n'osaient même pas espérer.

Le Brexit fait-il perdre aux Britanniques leur légendaire sens de l'humour ? Au vu de la réaction de "Transport for London" (TFL), l'organisme public qui gère les transports à Londres, on commence à le croire. Il a tout simplement refusé l'affichage cette semaine d'une campagne de communication du Conseil régional de Normandie.

L'annonce en cause demande aux entrepreneurs d'affirmer leur refus du Brexit en votant "avec leurs pieds", c'est-à-dire en traversant la Manche pour s'installer en Normandie".

Le Normand en moi savoure la sortie du président de Région à l'égard de la perfide Albion ! "Cette décision est assez piquante, d'autant que cette censure provient du pays du libéralisme", a réagi [Hervé Morin](#). "Peut-être craignent-ils les Normands qui sont les seuls dans l'histoire à avoir conquis l'Angleterre", a-t-il ajouté.

C'est vrai que nous, les Normands, avons des restes de Vikings... Bon, pas moi !!! Mais vous voyez l'idée, c'était drôle et de bonne guerre.

Messieurs les Anglais, un peu d'humour !

Hahahahahahaha !

Charles SANNAT

# Les anglais perdraient-ils leur humour avec le Brexit ?

CB News Le 12/03/2018 à 18:36 par [Amelle Nebia](#)

La régie des Transports londoniens (TfL) a refusé d'afficher dans le métro une campagne de la région Normandie qui invite les entreprises à s'y installer après le Brexit. "Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires", a fait valoir un porte-parole de TfL, précisant qu'ils avaient été retoqués parce qu'ils contiennent "des images ou messages qui évoquent de sujets controversés ou sensibles aux yeux du public". La campagne normande - conçue par l'Agence de développement pour la Normandie - invite les entrepreneurs à "voter avec leurs pieds" pour tourner le dos aux craintes liées au Brexit et à la poursuite des affaires après la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Elle est composée d'une petite annonce pour les entrepreneurs ayant "l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin" et un faux article d'un journal baptisé "The Normandy Times" qui, sous une carte de la côte sud de l'Angleterre (faisant face à la Normandie) vante les mérites de la région française. Interrogé par l'AFP, Hervé Morin, président de la région Normandie, a jugé "assez piquant cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral. On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'il y a une terre pour vous en Normandie". Cette même campagne publicitaire sera lancée mercredi dans la presse, notamment dans le Times ou le Guardian ou dans l'hebdomadaire The Economist. Par ailleurs, un bus à étage couvert de petites annonces parcourra les rues de Bristol, Birmingham, Cambridge et Manchester du 19 au 23 mars.

## Une pub française sur le Brexit ne fait pas rire le métro de Londres

*Euronews Par Vincent Coste* Dernière MAJ: 12/03/2018

L'organisme public qui gère les transports londoniens a censuré une campagne incitant les milieux d'affaires britannique à franchir le Channel, en raison du Brexit, pour s'installer en Normandie.

Pour [Transport for London \(TfL\)](#), on ne plaisante pas avec le Brexit ! En effet, [la régie des transports de Londres a décidé de ne pas autoriser une campagne de publicité de la région française de Normandie](#) invitant les entrepreneurs britanniques à venir s'installer chez elle, Brexit oblige.

La campagne construite autour d'un faux journal, le **Normandy Times**, et de sa Une affirmant en anglais que "*les chefs d'entreprises britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après-Brexit*", ne s'affichera donc pas dans les couloirs du tube. TfL a ainsi estimé que cette promotion "*pourrait créer la controverse ou heurter la sensibilité du public*".

De l'autre côté du Channel, le président de la région Normandie, **Hervé Morin**, a régi sur les réseaux sociaux en relevant "le manque d'humour" dont a fait preuve la régie des transports de Londres.

Cette campagne, imaginée par une agence britannique pour le compte de **l'Agence de développement du conseil régional de Normandie**, sera toutefois lancée dans la presse d'outre-Manche à partir du 14 mars.

En plus, un bus promotionnel sillonnera cinq villes dont Manchester, Birmingham ainsi que Londres. Le message du Normandy Times ne passera donc pas inaperçu, même dans la capitale britannique.

## Une pub française sur le Brexit ne fait pas rire le métro de Londres

*Euronews Par Vincent Coste* Dernière MAJ: 12/03/2018

L'organisme public qui gère les transports londoniens a censuré une campagne incitant les milieux d'affaires britannique à franchir le Channel, en raison du Brexit, pour s'installer en Normandie.

Pour [Transport for London \(TFL\)](#), on ne plaisante pas avec le Brexit ! En effet, [la régie des transports de Londres a décidé de ne pas autoriser une campagne de publicité de la région française de Normandie](#) invitant les entrepreneurs britanniques à venir s'installer chez elle, Brexit oblige.

La campagne construite autour d'un faux journal, le **Normandy Times**, et de sa Une affirmant en anglais que "*les chefs d'entreprises britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après-Brexit*", ne s'affichera donc pas dans les couloirs du tube. TFL a ainsi estimé que cette promotion "*pourrait créer la controverse ou heurter la sensibilité du public*".

De l'autre côté du Channel, le président de la région Normandie, **Hervé Morin**, a réagi sur les réseaux sociaux en relevant "le manque d'humour" dont a fait preuve la régie des transports de Londres.

Cette campagne, imaginée par une agence britannique pour le compte de **l'Agence de développement du conseil régional de Normandie**, sera toutefois lancée dans la presse d'outre-Manche à partir du 14 mars.

En plus, un bus promotionnel sillonnera cinq villes dont Manchester, Birmingham ainsi que Londres. Le message du Normandy Times ne passera donc pas inaperçu, même dans la capitale britannique.

# Brexit : une campagne publicitaire de la région Normandie interdite par Transport for London

Franch morning London Par [Leila Lamnaouer](#)- 12 mars 2018

[Transport for London](#) (TfL) a annoncé sa décision dimanche 11 mars : selon le quotidien [The Guardian](#), la société londonienne de transport a interdit une campagne publicitaire de la région française Normandie, appelant les entreprises britanniques à traverser la Manche pour échapper au Brexit.

## Que disait vraiment cette publicité ?

La campagne pour l'agence de développement de Normandie se présentait en fait sous la forme d'une maquette d'un faux journal, intitulé pour l'occasion *The Normandy Times* et contenait comme principal titre: *"Les propriétaires d'entreprises britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et laisser derrière eux les craintes post-Brexit"*.

La publicité comportait également une petite annonce expliquant : *"Entrepreneur sexy aimant les affaires, les promenades côtières et les déjeuners baignés par le soleil, recherche... de préférence quelqu'un d'allergique aux tarifs post-Brexit, à la législation et aux restrictions."*

*"Si vous n'avez pas voté pour le Brexit ou que cela n'est pas bon pour votre entreprise, pourquoi ne pas voter avec vos pieds et ouvrir un bureau ou installer une unité de production en Normandie"*, indiquait juste en-dessous le message publicitaire.

## TfL justifie sa décision

[TfL](#) a motivé ce rejet en vertu d'une clause relative aux publicités susceptibles de contenir *"des images ou des messages relatifs à des sujets de controverse ou de sensibilité publique"* et argumentant également que cette campagne normande *"n'était pas entièrement conforme"* à ses directives publicitaires.

## La France tente de tirer son épingle du jeu dans le Brexit

La France tente de plus en plus de prendre sa part économique dans le flou du Brexit. Lundi 5 et mardi 6 mars, le ministre de l'Economie et des Finances, Bruno Le Maire, avait d'ailleurs fait le déplacement à Londres et [avait annoncé la relocalisation de milliers d'emploi vers l'Hexagone suite à la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne](#).

Plusieurs régions françaises ont également entre 2016 et 2017 fait campagne dans la capitale anglaise auprès des grandes entreprises, notamment de la City. Cela a été le cas de l'Ile-de-France en janvier 2017 et des Hauts-de-France en octobre 2017. L'article du Guardian rappelle également qu'il y a deux ans. [Defacto](#), qui gère le quartier d'affaires parisien de La

## **Hervé Morin**, président de la région Normandie, "désolé" de cette décision

*"Le Conseil de Normandie a été désolé d'apprendre que Transport for London a refusé deux fois de mener notre campagne médiatique au motif qu'elle abordait "des sujets de controverse ou de sensibilité publique"*", a déclaré Hervé Morin, président de la région.

Il a en profité pour rappeler que la Normandie offrait des allègements fiscaux et aidait à l'obtention de subventions allant jusqu'à 100.000 € (£89.000) aux entreprises britanniques qui souhaitaient s'installer de l'autre côté de la Manche. *"Nous sommes très désireux de faire passer notre invitation aux entrepreneurs britanniques qui souhaitent s'installer ou rester dans la Zone Euro"*, a réitéré [Hervé Morin](#), qui n'a pas baissé les bras et a annoncé : *"Nous avons donc décidé de lancer la campagne dans la presse nationale."* Dont le Guardian.

La campagne publicitaire sera aussi visible grâce à un bus floqué de l'annonce du "Hot entrepreneur" et qui circulera lors d'une tournée à Bristol, Birmingham, Manchester, Cambridge et Londres plus tard en mars.

# La pub normande pour séduire les entreprises anglaises bannie des transports londoniens

Camp des recrues Claudine Rigal Mars 12, 2018

Ce faux journal, créé par le [conseil régional de Normandie](#), invitait les entrepreneurs britanniques à "**voter avec leurs pieds**" et "laisser derrière eux les craintes liées à l'après-Brexit" en s'installant en France. Par Philippe Bernard (Londres, correspondant) [TFL](#) assure que la campagne de promotion normande contient " des images et des messages qui évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public ". Au cœur de cette démarche, une pub sous la forme d'une fausse Une de l'imaginaire "*Normandy Times*".

La une du *Normandy Times* ne s'affichera pas dans les couloirs du métro londonien. Les créatifs de l'[AD](#) proposent aux Londoniens d'emprunter le bateau ou l'avion. Le président de la région **Normandie** [Hervé Morin](#) a réagit après l'interdiction dans le métro de Londres (Royaume-Uni) d'une campagne de publicité incitant les entreprises britanniques à fuir le [Brexit](#) et à s'installer en **Normandie**.

## Brexit : une campagne de pub pour la Normandie censurée dans le métro londonien

<https://www.rollingstone.fr>

14/03/2018 09:53 0 91 Vues

**Alors que le Brexit ne cesse de battre des records de lenteur, une campagne publicitaire pour la région Normandie invitant les entrepreneurs britanniques à venir en France a été censurée dans le métro londonien. La TFL, qui exploite le réseau de transports en commun, a jugé que cette campagne pouvait heurter le public**

On ne rigole pas avec le [Brexit](#). La Transport For London (TFL), qui gère le réseau de transports en commun à Londres, a décidé de censurer une campagne publicitaire vantant les mérites de la région Normandie et invitant dirigeants et entreprises à passer la Manche pour venir s'installer en France. Sous la forme d'un journal sobrement intitulé « The Normandy Times », la région française encourageait les entrepreneurs à « voter avec leurs pieds et laisser derrière eux les peurs dues au Brexit ». La TFL a fait savoir qu'elle estimait que cette campagne pouvait heurter le public et ne « ne respect[ai]ent pas totalement [leurs] directives publicitaires »

Tablant sur « l'humour pour faire passer les sujets les plus graves », le site de la région Normandie voit cette opération comme « une véritable déclaration d'amour aux entrepreneurs britanniques ». « Si vous n'avez pas voté pour le Brexit ou que ce n'est pas bon pour votre entreprise, pourquoi ne pas voter avec vos pieds et ouvrir un bureau ou une usine en Normandie ? », [développe l'Agence de développement pour la Normandie](#), qui a réalisé cette campagne destinée aux « entrepreneurs motivés [...], allergiques aux droits de douane, aux restrictions et à la législation qui suivront le Brexit », et ayant « l'appétit des affaires et le goût des déjeuners ensoleillés et arrosés de vin ».

### Etonnement

Alors que la campagne a débuté le 12 mars, la décision de la TFL de supprimer ces affiches qui devaient orner jusqu'au 22 mars les stations londoniennes a donc été rapide. Du côté français, cette réaction en a surpris plus d'un. A commencer par [Hervé Morin, le président UDI de la région Normandie](#), qui a regretté auprès de l'Agence France Presse « cette censure de la part de l'autorité en charge du métro londonien pour un pays qui se dit libéral ». « On nous a déjà refusé deux fois notre campagne donc on a essayé de faire autrement cette fois-ci. On dit aux Anglais et aux entreprises britanniques qu'il y a une terre pour vous en Normandie' », a-t-il ajouté.

Même si la campagne ne fera pas donc pas partie du paysage pour tous les usagers du métro londonien, le coup de communication est d'ores et déjà réussi. En effet, en tentant de masquer cette campagne publicitaire, la TFL a déclenché l'effet inverse. A tel point que même les médias britanniques s'en sont emparés, à l'image de la BBC qui lui a consacré un sujet dans son journal télévisé. Pour l'Agence de développement de la Normandie, l'opération « Normandy Times » ne s'arrête pas là. Du 19 au 23 mars, un bus à étage recouvert de petites annonces se baladera dans les rue de Bristol, Birmingham, Manchester, Cambridge et Londres. Et une nouvelle publicité devrait rapidement prendre place au milieu des colonnes des principaux titres de la presse britanniques, comme le *Guardian* ou encore le *Times*.

**France Bleu Normandie (Calvados - Orne) France Bleu Normandie Matin (Calvados-Orne)**

Cet extrait s'efface le 13/04/2018

**Sujet**

Journal - La régie des transports londoniens refuse d'afficher une campagne publicitaire humoristique créée par la région Normandie dans son métro. Reportage. Elle ne sera pas affichée dans les métros, mais la pub sera présente dans diverses villes d'Angleterre.

Date : 13/03/2018

Heure : 08:01:49

Durée : 00:01:25

Présentateur :

Carole LOUIS



## Des affiches interdites à Londres

Voilà des affiches qui font

grand bruit ! La Région Normande invite dans sa dernière campagne publicitaire les chefs d'entreprise anglais à « oublier le Brexit » et à... s'installer en Normandie. Ce trait d'humour n'a pas plu outre-Manche, où la société Transport for London, équivalente à la RATP française, a interdit la campagne d'affichage dans les couloirs du métro. Selon elle, cette campagne contient « des images évoquant des sujets sensibles ou controversés pour le public ». En attendant, à défaut de séduire les Britanniques, cette campagne fait « le buzz » en France.

## L'Agence de Développement part à la conquête des entreprises britanniques

L'Agence de Développement pour la Normandie (ADN) lance une offensive à destination des entreprises britanniques. La campagne d'affichage dans les principaux journaux britanniques sera suivie d'une tournée en bus dans le pays pour aller à la rencontre des entrepreneurs. Objectif : rencontrer les entrepreneurs potentiellement intéressés par une relocalisation sous forme d'établissement, de partenariat, d'investissement financier et/ou d'acquisition en Normandie. Toutes les tailles d'entreprises actives dans les secteurs clés sont ciblées.

### **Une campagne de la région Normandie retoquée par le métro de Londres.**

Une publicité humoristique normande à destination des entrepreneurs anglais fait polémique à Londres. Quand on évoque le Brexit, l'humour n'est plus « So British »... En effet, la Société des Transports Londoniens (STL) rit jaune ! La Région Normandie a eu l'idée d'une fausse Une de journal sur laquelle on peut lire : « Les chefs d'entreprise britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après Brexit. » L'objectif de cette campagne ? « Un clin d'œil décalé, une manière légère d'aborder le sujet clivant et sensible du Brexit ». Sauf que pour la Société Transport of London (TfL), le message ne respecte pas les clauses relatives aux publicités. Reste qu'à partir de ce mercredi 14 mars, la campagne sera tout de même lancée dans plusieurs quotidiens britanniques (Guardian, Times). Un bus à étage, recouvert de petites annonces, sillonnera également, du 19 au 23 mars, les rues de Manchester, Bristol, Birmingham et Cambridge.

## So British

Une campagne de la région Normandie retoquée par le métro de Londres. Une publicité humoristique normande à destination des entrepreneurs anglais fait polémique à Londres. Quand on évoque le Brexit, l'humour n'est plus « **So British** »... En effet, la Société des Transports Londoniens (STL) rit jaune ! La Région Normandie a eu l'idée d'une fausse Une de journal sur laquelle on peut lire : « **Les chefs d'entreprise britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après Brexit.** » L'objectif de cette campagne ? « **Un clin d'œil décalé, une manière légère d'aborder le sujet clivant et sensible du Brexit.** » Sauf que pour la Société Transport of London (TfL), le message ne respecte pas les clauses relatives aux publicités. Reste qu'à partir de ce mercredi 14 mars, la campagne sera tout de même lancée dans plusieurs quotidiens britanniques (Guardian, Times). Un bus à étage, recouvert de petites annonces, sillonnera également, du 19 au 23 mars, les rues de Manchester, Bristol, Birmingham et Cambridge.

## La Normandie fait polémique de l'autre côté de la Manche

Une publicité humoristique normande à destination des entrepreneurs anglais fait polémique à Londres. Quand on évoque le Brexit, l'humour n'est plus « So British »... En effet, la Région Normandie a eu l'idée d'une fausse Une de journal sur laquelle on peut lire : « Les chefs d'entreprise britanniques peuvent maintenant voter avec leurs pieds et oublier les craintes de l'après Brexit. » L'objectif de cette campagne ? « Un clin d'œil décalé, une manière légère d'aborder le sujet clivant et sensible du Brexit ». Sauf que pour la Société Transport of London, le message ne respecte pas les clauses relatives aux publicités. Reste que depuis ce mercredi 14 mars, la campagne a tout de même été lancée dans plusieurs quotidiens britanniques (Guardian, Times). Un bus à étage, recouvert de petites annonces, sillonnera également, du 19 au 23 mars, les rues de Manchester, Bristol, Birmingham et Cambridge.

# Une publicité normande bannie du métro de Londres

Posté le 13 mars 2018 10:01 C.R. avec BFMTV

La société de transport londonien TFL est visiblement assez peu friande des blagues sur le Brexit...

La campagne de publicité de la région Normandie n'a pas été du goût de TFL (Transport for London), l'organisme public qui gère les transports en commun dans la capitale britannique. TFL a même décidé d'en interdire l'affichage dans les stations de métro.

La publicité en question appelait les entrepreneurs britanniques à "oublier le Brexit" et à "voter avec leurs pieds" en franchissant la Manche pour venir en Normandie. Selon TFL, la campagne "contient des images et messages qui évoquent des sujets sensibles ou controversés pour le public".

En Grande-Bretagne, elle crée un buzz inattendu que les Normands n'osaient même pas espérer...

## Pourquoi l'Angleterre a censuré une publicité française

Les Inrocks                      13/03/18 11h28

Une campagne de publicité organisée par la **région de Normandie** jouant sur le Brexit ne passe pas pour les gestionnaires du métro Londonien. La campagne a été censurée.

Les Anglais auraient-ils perdu leur légendaire sens de l'humour ? La Une d'un journal factice, *The Normandy Times*, imaginé par le conseil régional de Normandie dans le cadre d'une campagne publicitaire a été censurée par les services de transport britannique (TfL). La publicité invitait les entrepreneurs britons à venir s'installer de l'autre côté de la Manche afin d'échapper au Brexit. Une pointe d'humour que digère mal la TfL, qui considère que cet encart publicitaire peut heurter le public.

*"Si vous n'avez pas voté pour le Brexit ou que ce n'est pas bon pour votre entreprise, pourquoi ne pas montrer votre désaccord et ouvrir un bureau, ou installer une unité de production, en Normandie",* peut-on lire sur la publicité. Celle-ci contient également de fausses petites annonces : *"Recherche entrepreneur sexy ... quelqu'un allergique aux taxes douanières, à la législation et aux restrictions post-Brexit."*

### Message controversé ou sensible

*"Ces encarts publicitaires ne respectent pas totalement nos directives publicitaires",* assure un porte-parole de TfL, justifiant leur choix par le fait que ceux-ci contiennent *"des images ou messages qui évoquent des sujets controversés ou sensibles aux yeux du public"*.

L'opération séduction n'aura donc pas eu l'effet escompté dans la capitale britannique. Dans un [communiqué de presse](#), le conseil régional de Normandie détaille l'objectif de sa campagne : *"L'objet de l'opération Normandy Times n'est pas de profiter du Brexit pour délocaliser les entreprises britanniques en Normandie car rien n'est joué tant que les négociations n'ont pas abouti (date butoir au 19 mars 2019), mais l'idée est de faire passer le message que la proximité fait de la Normandie l'endroit idéal pour bénéficier d'une ouverture sur le marché européen tout en gardant un lien avec son pays d'origine"*.

Bien que dorénavant interdite dans le métro londonien, la publicité reste autorisée dans les journaux britanniques, tel que *The Guardian* ou encore sur des bus à travers différentes villes du pays.

# « Hot entrepreneur wanted" : la campagne post-Brexit de la Normandie au Royaume-Uni

Tendance ouest Le 12 mars 2018 à 16:24Par : Célia Caradec

**L'agence de développement économique de la Normandie, l'ADN, lance au Royaume-Uni une campagne de promotion à destination des entrepreneurs britanniques. Fausse une de journal, tournée en bus et affiches... des slogans post-Brexit interdits dans le métro de Londres !**

Une page du "*Normandy Times*" s'affichera dès mercredi 14 mars 2018 dans plusieurs grands quotidiens britanniques comme le *Times*, *The Guardian* ou *The Telegraph*. Si vous ne connaissez pas ce journal, rien de plus normal : il s'agit d'une fausse une, conçue par l'Agence de Développement pour la Normandie (ADN), à destination des entrepreneurs d'outre-Manche inquiets par le Brexit.

## "Vote with your feet"

Façon petite annonce de rencontre, la pub invite les businessmen à "voter avec ses pieds", une expression qui désigne une façon de montrer son désaccord en s'exilant. Et d'inciter les Anglais à ouvrir un bureau ou lancer une unité de production en Normandie, à 200 km à vol d'oiseau ! "*L'idée est de faire passer le message que la proximité fait de la Normandie l'endroit idéal pour bénéficier d'une ouverture sur le marché européen, tout en gardant un lien avec son pays d'origine*" assure l'ADN, qui se défend de vouloir délocaliser les entreprises britanniques.

## La RATP britannique boycottée !

La campagne n'a cependant pas fait rire *Transport For London*, l'équivalent de la RATP pour le métro londonien, qui l'a bannie de ses couloirs, [indiquant qu'elle n'accepte pas les images ou messages sujets à des controverses ou susceptibles de heurter la sensibilité du public](#). Elle ajoute que la campagne "n'a pas entièrement respecté les consignes de publicité".