

De la référence au réflexe : comment La Centrale installe une nouvelle évidence avec BLOOM & friends.

Marque iconique du paysage automobile français, La Centrale accélère et affirme ses ambitions : ne plus être seulement un site de petites annonces, mais devenir le réflexe auto de tous les Français. Avec une campagne en rupture, mêlant codes de la tech et humour connivent, pensée pour transformer un choix complexe en évidence.

la centrale

BLOOM
& FRIENDS

Référence de l'occasion, La Centrale se réinvente pour accompagner tous les projets auto

Plus de 50 ans de présence. Un nom culte. Une image rassurante. La Centrale est le repère incontournable du marché automobile.

Sous l'impulsion de son PDG, Philippe Chainieux, La Centrale a engagé, depuis trois ans, une transformation de fond et franchit aujourd'hui une nouvelle étape. Dans un marché automobile devenu plus complexe, la marque affirme une ambition simple : apporter plus de clarté et de sérénité à chaque décision automobile.

Référence de l'occasion, la marque étend désormais son expertise au neuf et au leasing pour accompagner tous les projets auto. Et l'expérience, elle aussi, a été repensée : nouvelle application, nouvelles fonctionnalités et data enrichie, pour permettre aux automobilistes d'avancer en toute confiance.

Un choix stratégique fort : ancrer le « Réflexe » La Centrale

Pour orchestrer ce virage, La Centrale a choisi BLOOM & friends, le nouveau satellite créatif d'Havas, lancé par Delphine Drutel, Sacha Lacroix et Julien Saurin. Le parti-pris stratégique est radical. Dans un marché automobile ultra-fragmenté, La Centrale ne doit plus seulement être préférée, elle doit devenir un automatisme comportemental : quand on pense auto, on pense La Centrale. Une ambition résumée par la signature « Ne cherchez plus », qui pose la marque non plus comme une option, mais comme le réflexe naturel de toutes les envies et tous les parcours.

Plus qu'une campagne, un nouveau langage

Pour porter cette vision, BLOOM & friends a développé une grammaire créative en rupture avec le secteur. Les spots TV adoptent le rythme des réseaux sociaux, l'univers visuel puise dans les codes de la Tech (fonds blancs, typo bold, minimalisme), le tout bousculé par un humour ultra-connivent qui parle de chacun.

La campagne reconnecte le choix d'une voiture à ce qu'il est vraiment : un choix de vie. La plateforme démarre avec un premier lot d'une dizaine de films, pensé comme le point de départ d'un système créatif volontairement évolutif. Une approche qui laisse place à l'agilité et à la résonance avec l'actualité, plutôt qu'à un discours figé.

Côté production, l'approche est tout aussi agile. Avec Prose On Pixels, l'agence a produit un écosystème créatif complet : des films de 20 secondes pour poser l'image, des formats de 10 secondes pour convaincre, et une couche de contenus social-native pour s'inviter dans le quotidien des Français.

Un dispositif média massif et premium

La campagne est soutenue par un dispositif média puissant et premium, orchestré par Re-mind PHD, déployé du 11 janvier au 5 février en TV et en digital, avec une présence sur TF1, France TV, M6 et la TNT, complétée par une diffusion sur les plateformes de streaming : Netflix, Amazon Prime, TF1+ et M6+.

Anaïs Harmant – Directrice Marketing La Centrale :

« Acheter ou vendre une voiture ne devrait pas être une source d'angoisse. Notre mission est de rendre ces décisions simples, claires et accessibles. Cette campagne incarne cette évidence : quel que soit le projet auto, La Centrale apporte la réponse. Une publicité pensée comme un levier de croissance, portée par une créativité exigeante dans sa simplicité, construite avec BLOOM & friends pour rendre les messages évidents, clairs et efficaces. »

Sacha Lacroix - Cofondateur BLOOM & friends :

« Pour notre première campagne d'envergure, on est plus qu'heureux avec Delphine, Julien et toute l'équipe BLOOM & friends de pouvoir accompagner la transformation de La Centrale avec de la pub comme on aime : un langage populaire, juste, drôle, que les gens aimeront s'approprier. »

Contact presse : rp@bloomandfriends.co

Sacha Lacroix : sacha@bloomandfriends.co +33.6.03.58.46.07

Delphine Drutel : delphine@bloomandfriends.co

Contact Presse La Centrale - Agence NewCap

Nicolas Merigeau : nmerigeau@newcap.fr +33 (0)1 44 71 94 98

Gaëlle Fromaigeat : gfromaigeat@newcap.fr +33 (0)6 58 16 33 76

La Centrale est aujourd'hui la première plateforme auto spécialisée en France. La marque affiche une fréquentation de 5,5 millions de visiteurs uniques par mois (source : Mediametrie, septembre 2025) et 385 000 annonces de véhicules d'occasion.

BLOOM & friends est le nouveau satellite créatif du groupe Havas. Fondée par Delphine Drutel, Sacha Lacroix et Julien Saurin, l'agence ambitionne de proposer aux marques en transformation un nouveau modèle combinant créativité populaire, Data et IA.