



TRANSILIEN

Campagne Print + co-distribution

8 avril 2016



Objectif de la marque

- Faire découvrir les nombreuses richesses du patrimoine d'Ile-de-France accessibles via le réseau transilien

Réponse 20 Minutes

- Pour la 3^{ème} année consécutive, 20 Minutes scénarise l'évènement le temps d'une journée grâce à une campagne Print et une co-distribution de « guides patrimoine » de 52 pages.

Dispositif

- **Print** : une page SPQ dans l'édition Grand Paris
- **Street marketing** : opération de co-distribution de près de 229 000 « guides patrimoine » avec la participation de 234 colporteurs dédiés, sur 182 points de diffusion.



TRANSILIEN

Campagne Print + co-distribution

8 avril 2016

