



Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

Publishing digital

Période : du 5 novembre 2015 au 5 février 2016



Objectifs de la marque

Valoriser les vins de Bordeaux et recruter de nouveaux consommateurs

Réponse 20 Minutes

Ancrer le discours de la marque dans le quotidien des Français par la création de contenus éditoriaux autour de la thématique des « Vins de Bordeaux »

➔ **Contenu** : Création d'un espace dédié par les journalistes du pôle magazine de 20 Minutes

Numérique :

- Contenu éditorial multi format : texte et diapos
- Contenu brand content : vidéo CIVB

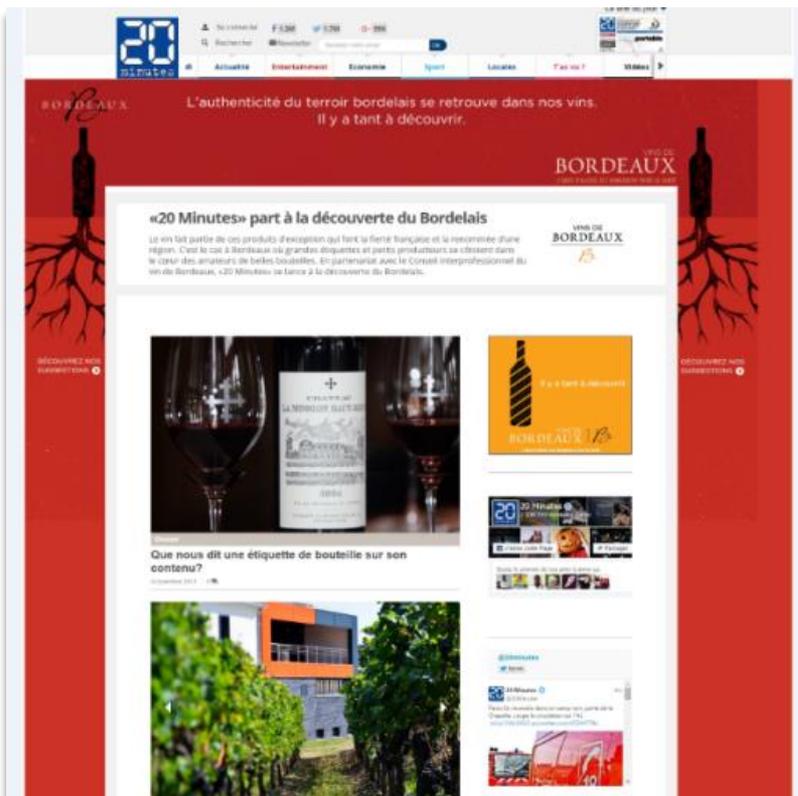
Print : 1 article publishing

➔ **Social** :

- Gamification et viralisation : bucketlist
- Mise en avant des contenus sur les différents réseaux sociaux pour maximiser l'engagement

Dispositif de mise en avant :

- Push native sur le site et les réseaux sociaux
- Habillage du site dédié aux couleurs de la marque
- Print : 7 insertions publicitaires (6 Modules Pause + ½ page)



Découvrez l'espace dédié [ici](#).



Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

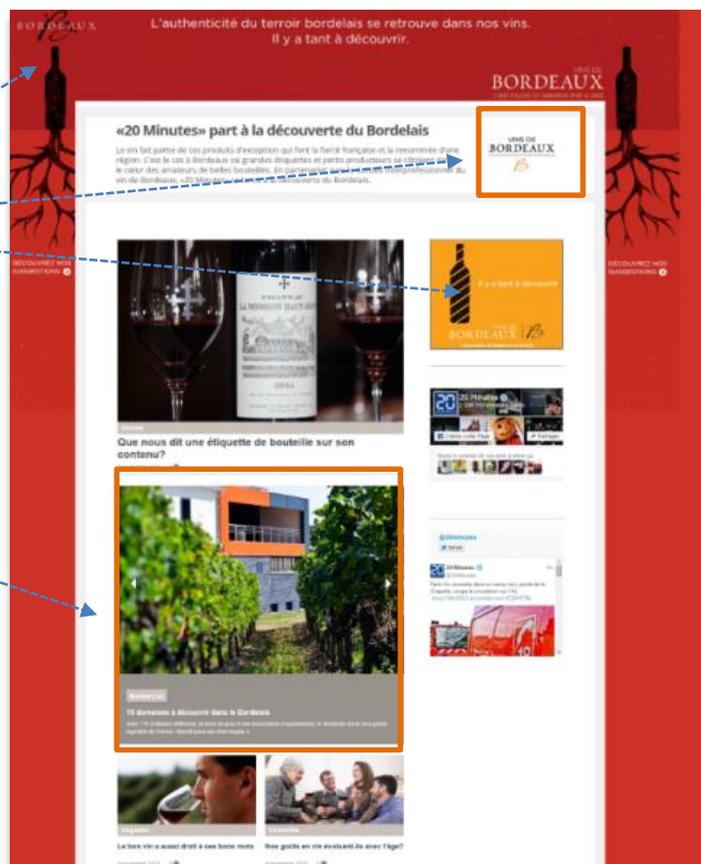
Publishing digital

Période : du 5 novembre 2015 au 5 février 2016



Un espace dédié éditorial multi-device

- **Exclusivité publicitaire CIVB : logo, habillage et pavé**
- **Contenu publishing : 30 articles, 4 diapos, 6 buckelists**
- **Brand Content CIVB : 4 vidéos**



+ de 260 000 visiteurs
uniques générés

842 508 pages vues

1'48" temps moyen
passé

+ 13 000 interactions
sociales



Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

Publishing digital

Période : du 5 novembre 2015 au 5 février 2016



Les rubriques de l'espace dédié

BUCKETLIST

The screenshot shows the 'BUCKETLIST' section of the website. At the top, there is a navigation bar with the '20 minutes' logo and various menu items like 'Actualité', 'Régionales 2015', 'Entertainment', 'Economie', 'Sport', 'Locales', and 'Tas vi'. Below the navigation bar, a red banner features the text: 'L'authenticité du terroir bordelais se retrouve dans nos vins. Il y a tant à découvrir.' The main content area is titled '«20 Minutes» part à la découverte du Bordelais' and includes a sub-header 'Les appellations bordelaises'. A large image of a vineyard is displayed, with a small inset image of a chateau. The page also features social media sharing icons and a 'Je l'apprends' button.

DIAPORAMA

The screenshot shows the 'DIAPORAMA' section of the website. It features a red banner with the same text as the 'BUCKETLIST' page: 'L'authenticité du terroir bordelais se retrouve dans nos vins. Il y a tant à découvrir.' The main content area is titled '«20 Minutes» part à la découverte du Bordelais' and includes a sub-header 'Les 10 plus beaux châteaux du Bordelais à découvrir'. A large image of a chateau is displayed, with a small inset image of a chateau. The page also features social media sharing icons and a 'Je l'apprends' button.



Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

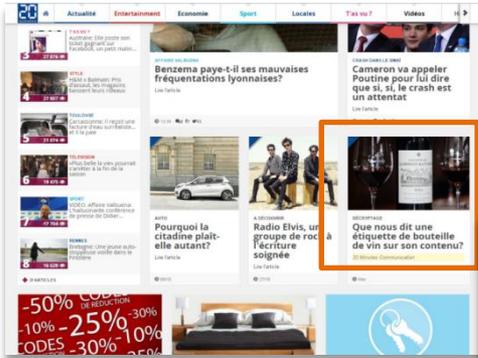
Publishing digital

Période : du 5 novembre 2015 au 5 février 2016



Un contenu poussé via une Campagne Native + des pushes sur les réseaux sociaux

DESKTOP



TABLETTE



PRINT



RESEAUX SOCIAUX



MOBILE





Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

Publishing digital

Période : du 5 novembre 2015 au 5 février 2016



Mise en avant publicitaire

En PRINT : 7 insertions pub dans 7 parution

- 6 Modules Pause
- ½ page de pub (accolé à l'article publishing)

En DIGITAL :

- Habillage + pavé web

14 ■ Pause

Horoscope

Mots Fléchés N°3409

Sudoku N°2578

Quelqu'un vous aime t-il en SECRET ?

26 ■ Food

Il y a tant à découvrir

Des nuances de la grappe au verre

Thierry Weber

« Pour faire du vin blanc... »

Des fermentations diverses

Habillage + pavé web

Bannière Mobile

VINS DE BORDEAUX

Fruités, souples, charpentés... Les vins de Bordeaux sont uniques.

DECouvrez LA DIVERSITÉ DE NOS VINS