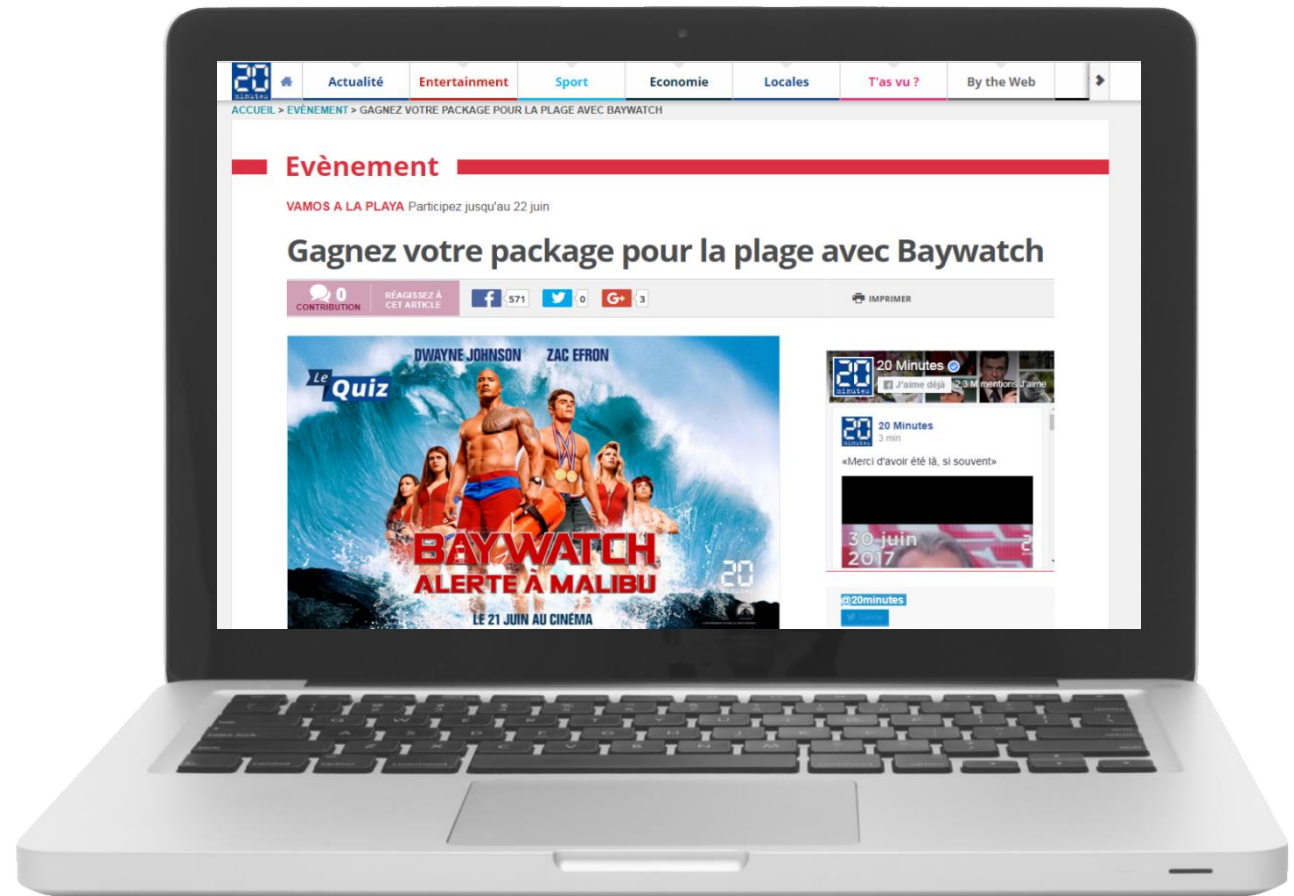


ENJEUX & OBJECTIFS

- Créer l'évènement lors de la sortie en salles du film
- Maximiser la visibilité et la notoriété du film
- Susciter de l'engagement, via les réseaux sociaux

LA SOLUTION 20 MINUTES

- Une campagne publicitaire **print et digital** associée à un **jeu-concours sur Facebook**
- La **recommandation d'un contenu éditorial** dédié produit par 20 Minutes mis en avant sur l'ensemble du réseau **Taboola**
- Une opération de **street marketing** sur plusieurs points de distribution 20 Minutes à Paris

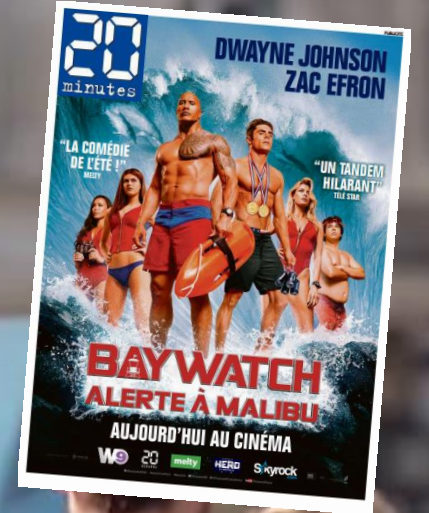


① Activer des leviers événementiels et participatifs pour **créer le buzz**

OFFLINE

Une scénarisation de points de diffusion du journal 20 Minutes avec :

- des colporteurs vêtus en sauveteurs californiens,
- des silhouettes PLV géantes
- une distribution de goodies
- une sur-couverture du journal



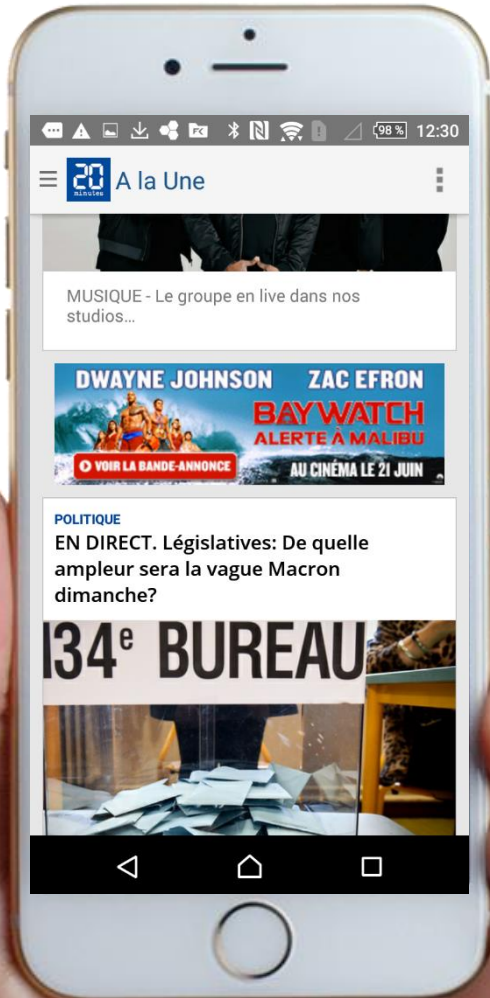
Opération de street marketing le 21 juin

Pour visualiser la vidéo de l'opération, cliquez [ici](#)

① Activer des **leviers événementiels et participatifs** pour créer le buzz

ONLINE

- une campagne display sur desktop et mobile (pavé + newsfeedbanner)
- un jeu-concours sur 20minutes.fr
- ... et des relais sur les réseaux sociaux



② Maximiser la visibilité grâce à la solution **Nativ'Movie**

RECOMMANDATION DE CONTENU

CHOIX D'UN ARTICLE CULTURE
PRODUIT PAR LA RÉDACTION DE 20 MINUTES

MISE EN AVANT DE L'ARTICLE
SUR TOUT LE RÉSEAU TABOOLA

Plus de
23 700 clics,
objectif
dépassé !

