

Cas de campagne

Une opération cross-canal orchestrée par 20 Minutes pour Askoria Rennes

L'objectif de l'école Askoria Rennes

Faire connaître le second « Salon des Expérimentations et des Innovations Solidaires » et donner envie de s'y rendre

Sensibiliser une cible grand public sur le sujet de l'innovation solidaire, lui faire découvrir le salon en sortant du cadre BtoB

La réponse made in 20 Minutes

Une opération cross-canal auprès d'une **audience locale** grâce à la présence de 20 Minutes dans l'Ouest

Un dispositif qui mêle **publicité print et numérique, street-marketing et contenu éditorial**



Cas de campagne

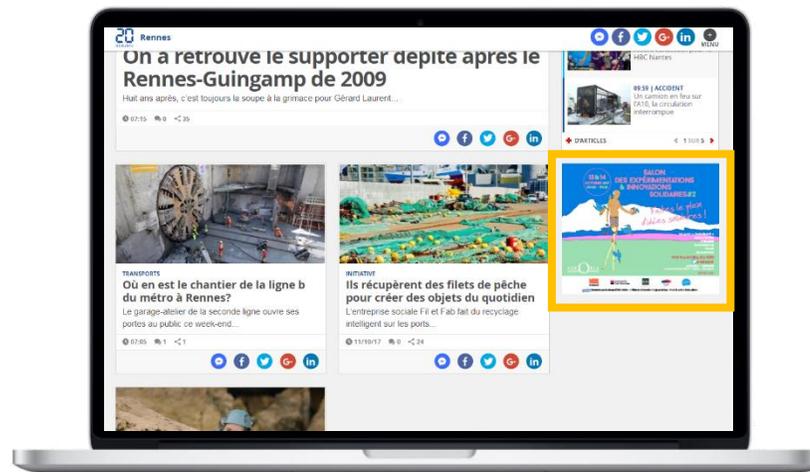
Une opération cross-canal orchestrée par 20 Minutes pour Askoria Rennes



Cas de campagne

Display numérique

1 format pavé diffusé sur l'ensemble de nos supports durant toute la semaine précédant le salon auprès de nos audiences localisées sur la région



A noter : en moyenne, 20 Minutes touche chaque jour 99 000 lecteurs numériques en Bretagne !

Source : Médiamétrie Internet Global - septembre 2017

Cas de campagne

Street-marketing - 9.10, J-4 du salon



5 000

flyers présentant le salon
distribués avec l'édition Rennes
de 20 Minutes

7

colporteurs répartis sur 6 points
de distribution de notre réseau rennais