

Cas de campagne



Comment promouvoir un nouveau service auprès d'une cible business

L'objectif de la marque

- Faire connaître le partenariat entre Nespresso et Leetchi.com : possibilité d'achat groupé entre collègues
- Toucher des actifs urbains business

La réponse de 20 Minutes

- ➔ Un cavalier demi pleine page sur l'édition Grand Paris avec une distribution de 25 000 exemplaires, sur des points ciblés « business » à La Défense

[Cavalier Teasing C1
Reveal C2]

9 novembre 2017



[½ page avec produit en C3]



Cas de campagne

Comment promouvoir un nouveau service
auprès d'une cible business

9 novembre 2017



[Distribution à La Défense
Grand-Arche + Esplanade]

