

Cas de campagne

Une opération 100% digitale pour communiquer sur « l'égalité des chances par le jeu »

Les objectifs de la marque

- Relayer la 3^{ème} édition de la conférence **Lucky Talk**
- Éditorialiser les enjeux de la conférence

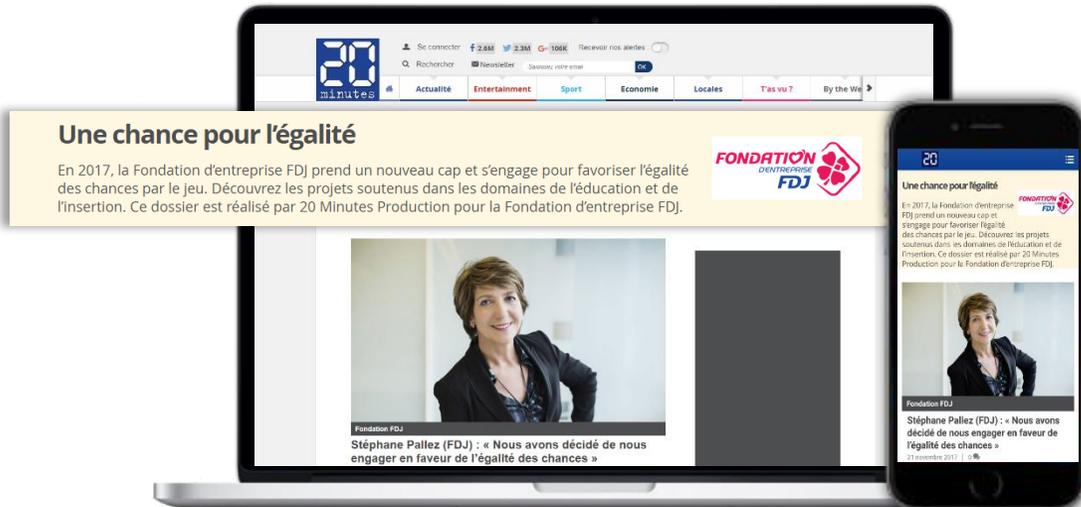
La réponse de 20 Minutes

- Création d'un **Espace Magazine** hébergé sur 20 Minutes.fr
- Production de **7 articles** par l'agence de contenu intégrée de 20 Minutes



Cliquez sur l'écran pour découvrir l'Espace Magazine !

Cas de campagne



Pendant 3 semaines, hébergement de l'Espace Magazine sur l'ensemble des leviers digitaux



7 articles au total, mis en avant via des push native édito et relayés en branded content



Cas de campagne

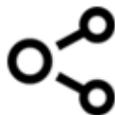
Performances digitales de l'opération



34 714 VU atteintes



Temps passé: 02:24



1883

partages FB depuis les articles



20 277 clics



2004 interactions

Réactions, commentaires, partages