

# Cas de campagne



Promouvoir les destinations de la compagnie Level

Janvier/Février 2019

## Les objectifs de la marque

- ✈️ **Accroître la notoriété** de la marque Level au niveau national, après le lancement de ses vols transatlantiques
- ✈️ **Susciter l'envie** de partir en voyage avec Level
- ✈️ Attirer une **cible francilienne** jeune et active (*départ Orly*)

## La réponse de 20 Minutes

- ✈️ Un dispositif de **contenus éditorialisés et nativement intégrés** dans le journal suggérant des idées de voyage : New York, Guadeloupe, Martinique, ... et contextualisant une demi-page de pub sur chacune des destinations
- ✈️ Une présence pub impactante en sur-couverture



# Cas de campagne



Une campagne réalisée sur-mesure par les équipes 20 Minutes

Janvier/Février 2019

Un format C1-C2 pour créer l'impact auprès d'une audience nationale puissante

Des contenus éditoriaux associés à une 1/2 page promo



Créa 100% conçue par le studio 20 Minutes



[3,8 M]  
lecteurs  
touchés



Un bandeau de Une

1/2 page contenus

1/2 page pub



[1,5 M]  
lecteurs  
touchés

