



# COMMENT COMMUNIQUER SUR LES VALEURS D'UNE MARQUE ?

Best-case

Février-mars 2019

## LES OBJECTIFS



**Travailler** l'image de marque Pink Lady, « la pomme responsable »



**S'appuyer sur un évènement calendaire** (Salon International de l'Agriculture) pour mettre en avant les valeurs de la marque et ses initiatives en faveur d'une production responsable.

## LA RÉPONSE DE 20 MINUTES



**Un dispositif original** mêlant formats publicitaires et création de contenu Print et Digital.



**Un dispositif de contenu sur-mesure** expliquant la démarche responsable de Pink Lady.



Découvrez la parution [nationale](#)






# UN DISPOSITIF DE CONTENU SUR-MESURE

## Du contenu print et numérique rédigé par 20 Minutes Production

Best-case  
Février-mars 2019

### Formats Digital One et Page One

 **Un article éditorial** dédié, expliquant les principes et processus d'une production responsable.

 Reprise des **codes 20 Minutes** avec un discours pédagogique pour sensibiliser sur les valeurs de la marque Pink Lady.



Découvrez la parution [nationale](#) et l'article digital [ici](#)





Best-case

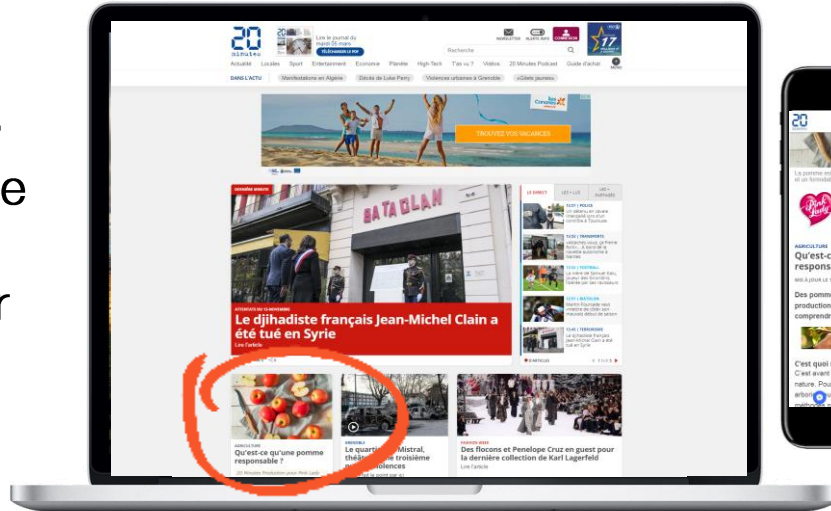
Février-mars 2019

# UN TRAFIC OPTIMISÉ

## [ Création de trafic ]

Des formats push relayés en native éditorial dans notre fil d'actualité (sites web/mobile, applications) et sur la page Facebook de 20 Minutes

+10 000 V.U.  
+ 2 minutes de temps passé/lecteur



6 256 clics  
1050 interactions  
99 031 reach



Découvrez l'espace dédié [ici](#)

Sources : Data Studio et Facebook insights



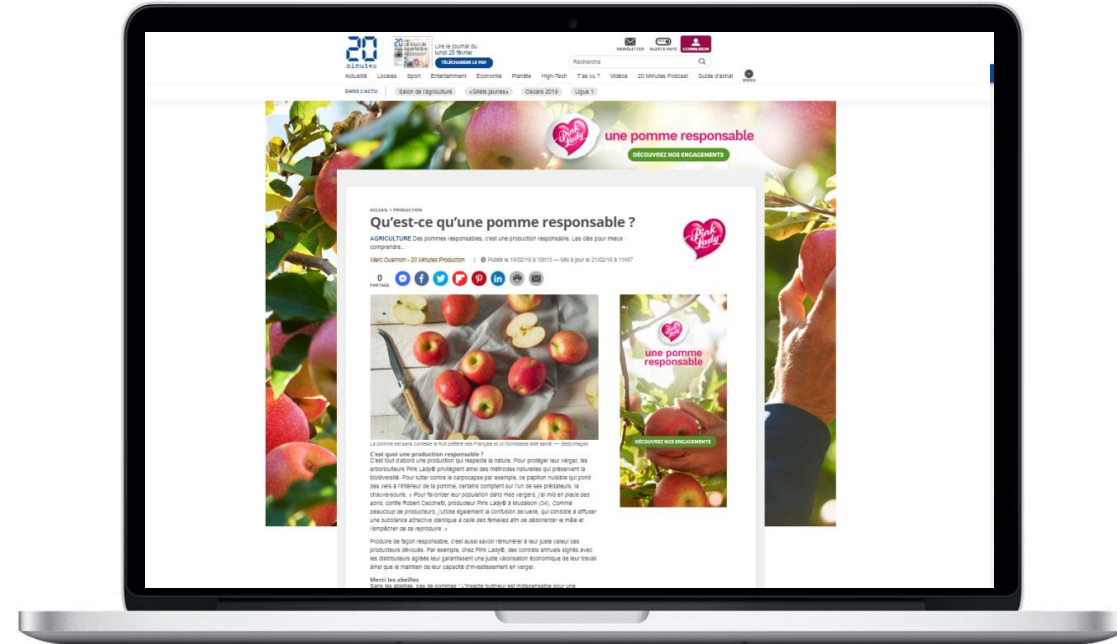


# UN DISPOSITIF DE CONTENU ASSOCIÉ À DES FORMATS PUBLICITAIRES IMPACTANTS

Best-case

Février-mars 2019 Une **bannière publicitaire** en **Une** du journal qui renvoie vers la page intérieure dédiée

**Habillage** du site 20 Minutes et format **Grand Angle**



[3,8M]  
Lecteurs  
Print  
touchés\*

\*Source : données One 2017

