



Juin 2019

DISPOSITIF CONTENU GÉO-LOCALISÉ

Communiquer autrement pour émerger au cœur de la saison pré-estivale

Les objectifs de la marque :

-  **Consolider** le savoir-faire Airbnb sur son cœur d'activité : l'hébergement touristique
-  **Faire connaître** les nouvelles activités expérientielles Airbnb
-  **Mettre en avant** la régionalisation

La réponse de 20 Minutes :

-  Un dispositif **Print géolocalisé et thématisé** durant les 4 semaines du mois de juin, pour proposer des idées de week-end aux lecteurs et créer ainsi un rendez-vous hebdo
-  Un format premium et créatif sous forme d'une **Fausse Une** pour le lancement
-  Déclinaison digitale de la campagne avec des formats **Habillage** et **Native édito**, également géo-localisés





CONTENU PRINT IMPACTANT ET 'GÉO-LOCALISÉ'

Juin 2019

Pour le **lancement** de la campagne le 7 juin, création d'une **sur-couverture Fausse Une**

Chaque vendredi durant 1 mois, **propositions de 6 activités + idées d'hébergement**

« A la découverte de vos régions avec Airbnb » / « Que peut-on faire à moins de 2h de chez soi ? »

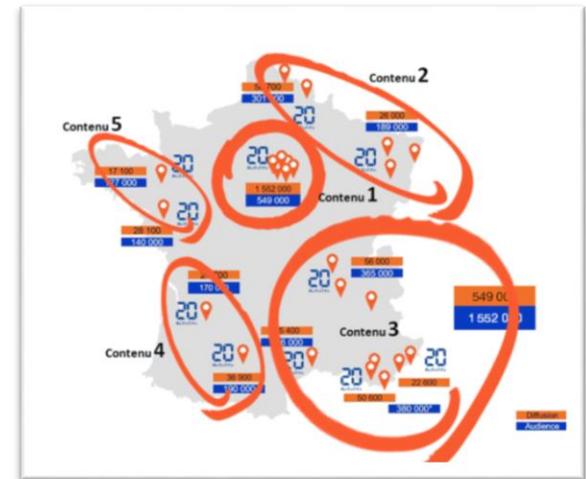
Des contenus différents en fonction de 5 zones géographiques, réparties sur les 11 éditions locales différentes pour chaque zone



Édition Rennes – 21/06/2019



Édition Paris – 21/06/2019



5 zones / 11 éditions

CONTENU DIGITAL GÉO-LOCALISÉ



Un dossier dédié sur **desktop et mobile**

-  Articles sur le digital reprenant le contenu print
-  Géolocalisation sur les mêmes zones que le print
-  Habillage aux couleurs Airbnb



-  Bannière et Newsfeed banner sur mobile



-  Push sponsorisé via la page Facebook 20 Minutes

80 000 Visiteurs Uniques garantis sur un mois