



ENGIE S'ASSOCIE AU DÉPLOIEMENT DU "MODE SOMBRE" DU SITE 20 MINUTES

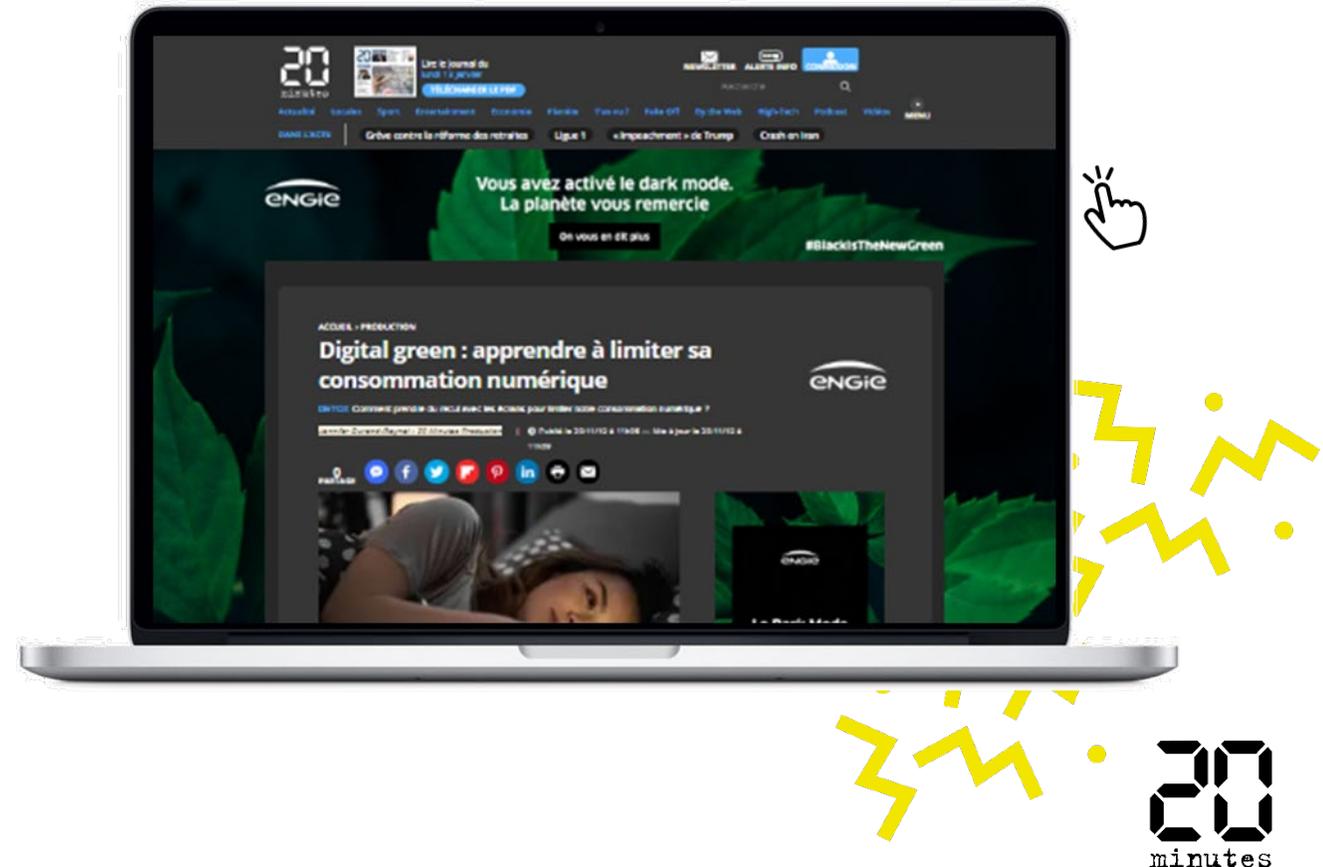
Janvier-février 2020

Les objectifs de la marque

- ☾ Communiquer de façon **plus responsable**
- ☾ S'engager en faveur d'une **consommation numérique** moins énergivore

La réponse de 20 Minutes

- ☾ Associer Engie au lancement de son « **mode sombre** » sur le site 20 Minutes
- ☾ Inviter les utilisateurs de 20 Minutes à visiter une rubrique en **dark mode** dédiée à Engie via un habillage événementiel



20
minutes

ENGIE INVITE LES UTILISATEURS À DÉCOUVRIR L'INNOVATION DE 20 MINUTES : LE DARK MODE

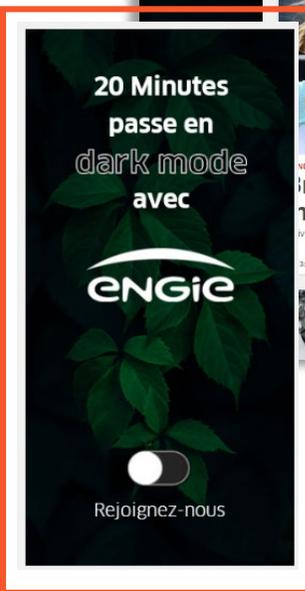
Janvier-février 2020

- ☾ Diffusion d'un habillage et d'un pavé sur le site et l'application 20 Minutes, invitant les utilisateurs à **passer en dark mode**
- ☾ Au clic, l'utilisateur est redirigé vers la **rubrique dédiée à Engie**

3M d'impressions

Taux de clic : **1,32%**

Habillage



Pavé

20 MINUTES CRÉE LA RUBRIQUE DIGITAL GREEN POUR RELAYER L'ENGAGEMENT D'ENGIE

Janvier-février 2020

☾ Un dispositif puissant associant :

- ☾ La création d'un **espace dédié** : Digital green
- ☾ La rédaction de **4 articles** sur le thème « Numérique & environnement »
- ☾ L'intégration d'un **publi-communicé** permettant de relayer l'engagement d'Engie sur le digital

+30k visites

Temps passé : **+2min**

