

# COMMENT EVENEMENTIALISER LE LANCEMENT D'UNE SÉRIE LIMITÉE

## Les objectifs de la marque :



Communiquer de façon humoristique et événementielle sur **une série limitée – Onagrina –**, qui comme chaque année rappelle qu'il faut secouer la boisson rafraichissante avant de la boire.

## La réponse 20 Minutes :



**En exclusivité presse** au sein d'un dispositif de communication multi-canal, 20 Minutes est activée avec son format le plus impactant, **la surcouverture C1-C2.**



A l'image du nom de la série, les titres de la « **Fausse Une** » sont inversés pour illustrer l'effet « secouant » de la boisson.



Cliquer sur l'image pour voir le PDF

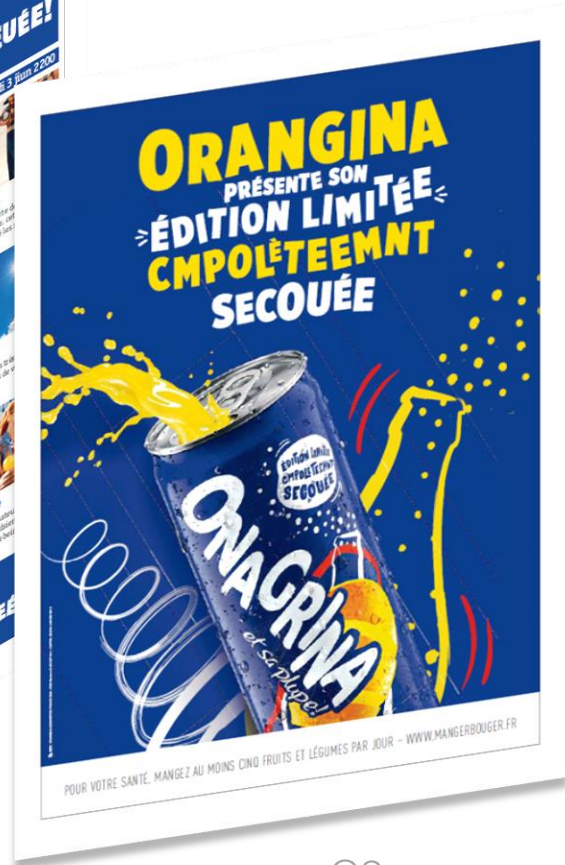




# UNE SURCOUVERTURE "FAUSSE UNE" POUR UN IMPACT ET UNE CONNIVENCE MAXIMALE



C1



C2



**3,8 M**  
de lecteurs touchés

Daté du mercredi 3 juin 2020

Source : ACPM ONE 2017

