

COMMENT OPTIMISER UNE PRISE DE PAROLE SAISONNIÈRE AVEC UN CIBLAGE RÉGIONAL

Les objectifs de l'annonceur

- Communiquer en amont de l'ouverture de 13 stations de ski des Alpes du sud, toutes partenaires de l'opération
- Cibler la campagne sur les régions Sud et IDF

La réponse de 20 Minutes

Un dispositif régional pub et contenu avec :

- **PRINT** : une sur-couverture C1-C2 + une double page de publi-rédactionnel le 15 novembre dans les éditions de Paris, Montpellier et Marseille
- **DIGITAL** : un espace dédié avec 13 publi-rédactionnels et un article magazine médiatisés sur le site 20 Minutes et en extension d'audience via 20 Minutes Extend





Nov. – déc. 2021

MAXIMISER LA VISIBILITÉ ET L'ATTENTION AVEC DES FORMATS IMPACTANTS ET SUR-MESURE

PRINT

Daté du 15 novembre – Editions Paris, Montpellier et Marseille

- 1 sur-couverture C1-C2
- 1 double page de publi-rédactionnel réalisée par 20 Minutes Production, l'agence de production de contenu de 20 Minutes

Un contenu 100% sur-mesure avec les éléments de langage et la charte graphique de l'annonceur

1,3M
de lecteurs

177
Indice d'affinité



UNE PRÉSENCE RELAYÉE EN NUMÉRIQUE POUR UNE COUVERTURE ÉTENDUE

DIGITAL

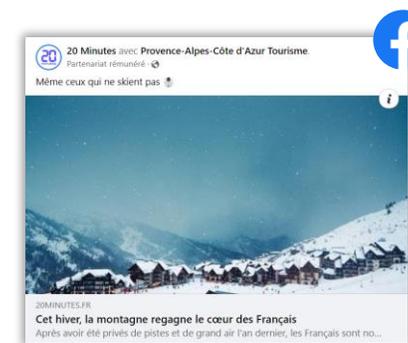
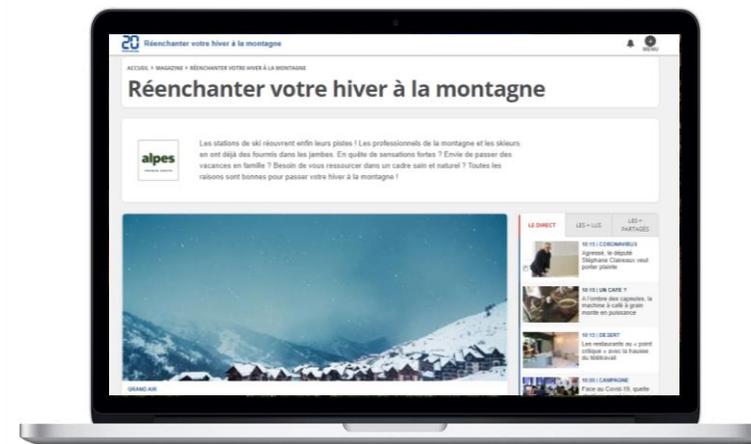
Campagne du 22 novembre au 12 décembre

- 1 espace dédié comprenant 13 publi-rédactionnels réalisés par 20 Minutes Production, un pour chaque station participante + 1 article magazine
- Médiatisation de chaque article en native + habillage en desktop et mobile sur le site 20 Minutes
- & en extension d'audience via notre trading desk intégré, 20 Minutes Extend

4,3M
d'impressions

1'39
Temps de lecture

1,64%
CTR



Push Facebook de l'article magazine

