

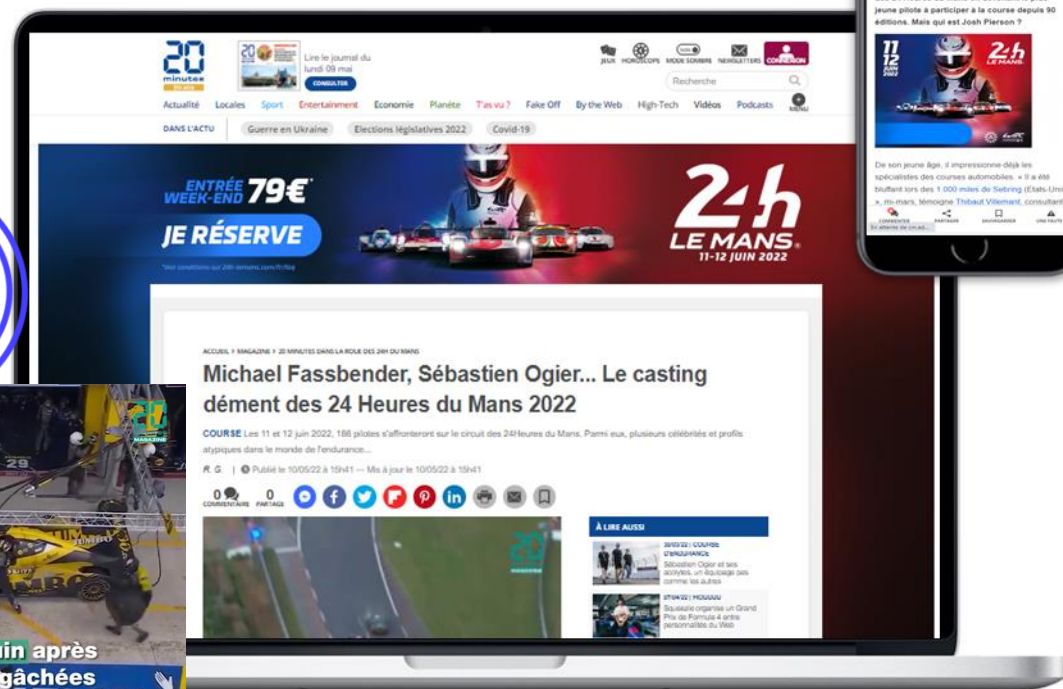
# COMMENT FAIRE REVENIR LE PUBLIC ET LE DIVERSIFIER LORS D'UN ÉVÈNEMENT SPORTIF D'AMPLEUR ?

## L'objectif de l'annonceur

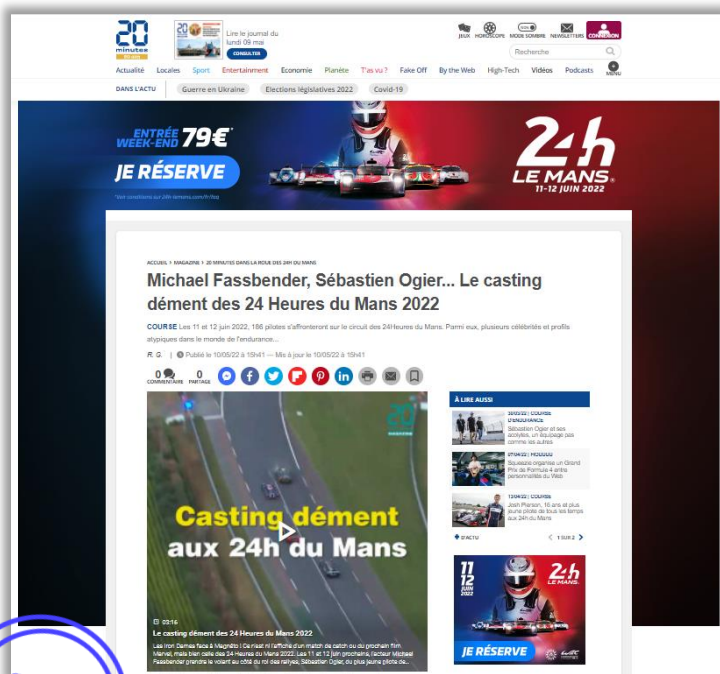
- **Inciter le public** à assister aux 24h du Mans après 2 ans sans public
- **Favoriser la mixité** en attirant les passionnés mais également un public féminin ainsi que des familles
- **Changer l'image** de l'évènement en l'ouvrant un public plus large

## La réponse de 20 Minutes

- Une **opération 100% digitale** avec création d'articles digitaux dans l'espace dédié
- Création d'une **vidéo et podcast pré-roll**
- Relais sur les réseaux sociaux invitant au vote



Mars - Mai 2022



Vidéo avec articles en Homepage

2'35 temps de visionnage moyen

+430 000 vues vidéo

✓ Mise en place d'un dispositif 'PlayOne', présentant en vidéo le casting de la course et les temps forts à venir de l'évènement

✓ Mise en avant de la vidéo en homepage de 20Minutes.fr accompagnée d'articles digitaux également présent sur un espace dédié à l'évènement

✓ Un pré-roll podcast présentant l'évènement

✓ Habillage, grand angle, pavé mobile et native ad



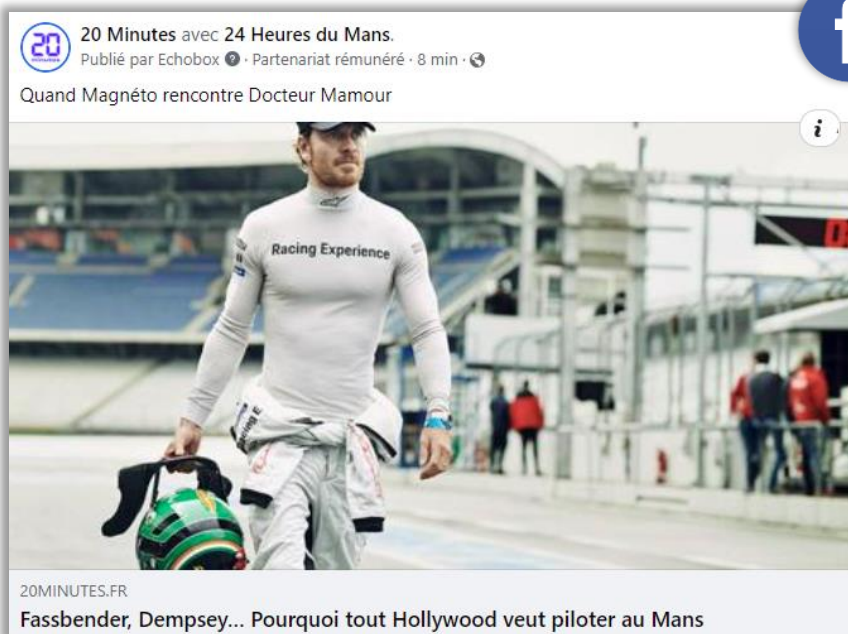
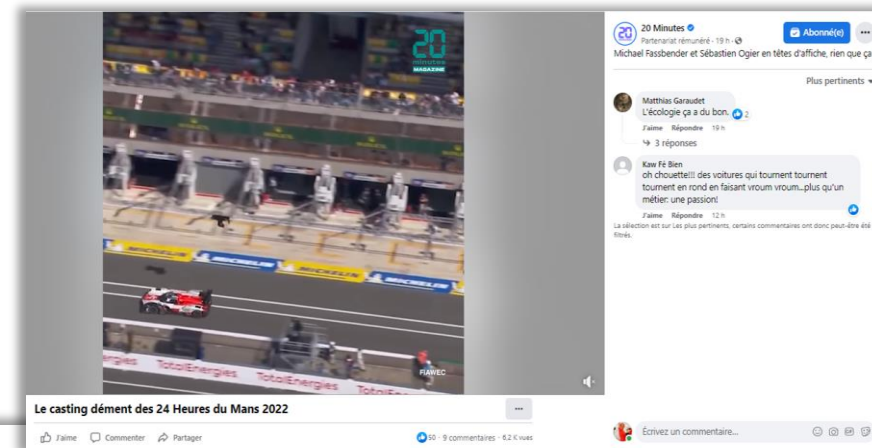
+106 000 écoutes



# DES ARTICLES DIGITAUX RELAYÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Mars - Mai 2022

- ✓ Création de **4 articles digitaux** diffusés sur l'espace dédié
- ✓ Partage des articles et des vidéos sur les réseaux sociaux



**+430 000**  
Reach post  
vidéo Facebook

