

COMMENT VALORISER SES ENGAGEMENTS EN FAVEUR DE L'INCLUSION ?

L'objectif de l'annonceur

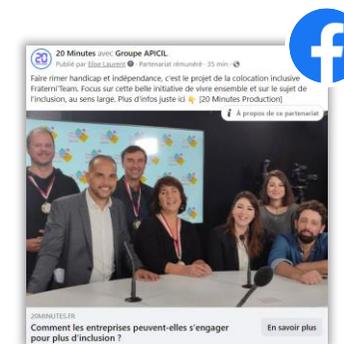
Booster sa notoriété et asseoir son positionnement de mutualiste référent sur la thématique de l'inclusion :

- Faire connaître aux jeunes actifs le **Challenge Inclusion** et la plateforme **monentrepriseinclusive.com**
- Motiver les porteurs de projets à **candidater au challenge**

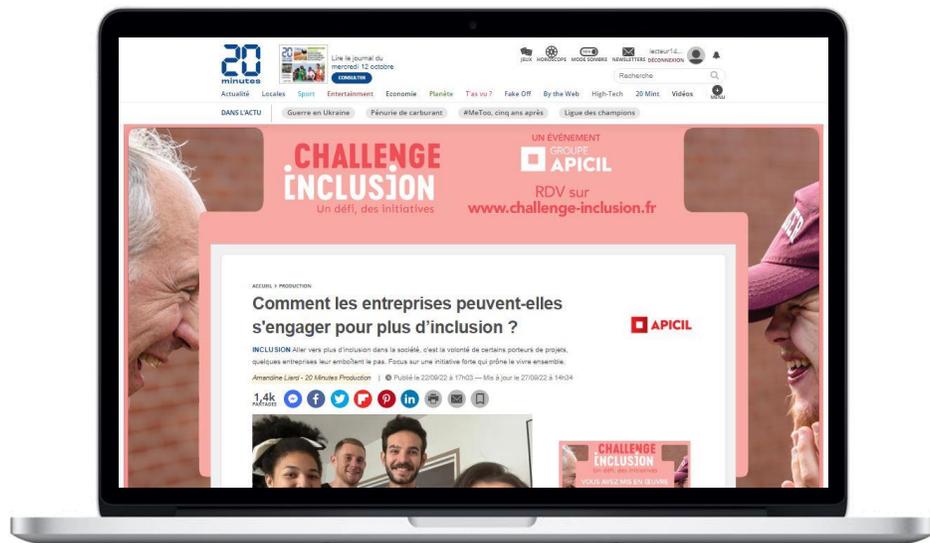
La réponse de 20 Minutes

Une campagne 100% Digital réalisée par 20 Minutes Production, l'agence de production de contenu de 20 Minutes :

- **Offre DigitalOne** : 1 article digital créé sur-mesure et habillé aux couleurs de la marque et médiatisé via des pushes en native et sur Facebook
- **Offre PlayOne** : 1 vidéo Face-Came exclusive de Martin Petit, intégrée à l'article et médiatisée en Inread sur le site 20 Minutes et relayée sur Facebook et Instagram



UN ARTICLE ÉCRIT SUR-MESURE ET RELAYÉ SUR L'ENSEMBLE DE L'ÉCOSYSTÈME 20 MINUTES



1 article digital écrit par 20 Minutes Production et habillé aux couleurs de la marque

10 880 vu

1,3M d'impressions

formats habillage, pavé et pavé mobile

198K reach

Médiatisation

- Pushs en native sur 20minutes.fr
- Pushs Facebook



UNE INTERVIEW INÉDITE POUR RENFORCER LA PROXIMITÉ AVEC LES LECTEURS



1 vidéo Face-Came

Interview d'un porteur de projets inclusifs, intégrée à l'article digital

447K vues

2M reach 

Médiatisation

- Inread en RG sur 20minutes.fr
- 1 relai social sur  et 