

# Comment informer et sensibiliser avec une surcouverture 20 Minutes

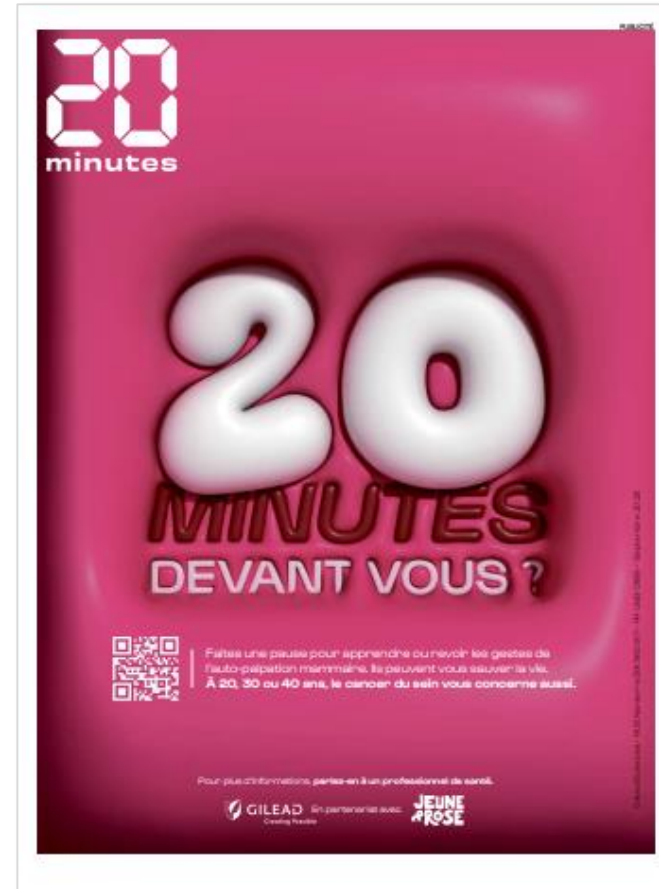
## LES OBJECTIFS DE L'ANNONCEUR

- **A l'occasion de l'Octobre Rose, le laboratoire Gilead, en partenariat avec l'association Jeune & Rose, lance une campagne de sensibilisation aux gestes d'autopalpation à destination des jeunes femmes de 18-35 ans.**

## POURQUOI 20 MINUTES

Avec **deux surcouvertures** en fil rouge sur octobre, la campagne joue avec finesse :

- **la connivence avec nos lecteurs** à travers le clin d'œil « 20 minutes devant vous »
- **l'affinité avec le lectorat jeune et féminin** du journal
- **l'impact du format premium** (+5pts de mémo) et **l'interpellation** en CI puis **la fonction pédagogique** en C2



CI



C2