



&



Quiès fête ses 90 ans avec 20 Minutes



Promotion du grand jeux concours sur le quotidien et distribution puissante et ciblée de son produit traditionnel

UNE VISIBILITE ET UN IMPACT OPTIMISES

Une codistribution pour rendre accessible le produit, permettre de le tester...

- 392 colporteurs habillés aux couleurs Quiès
- Placés sur 306 points stratégiques (flux importants des populations actives...)
- 300 000 paires de boules Quiès distribuées (cire ou mousse)

Demi-page au cœur de l'actu des 12 éditions historiques du quotidien



Date

12 mai 2011

Mise en distribution

Réseau 12 éditions*

902 927 exemplaires

(OJD PV mars 2011)

Agence Media

Havas Média

*Paris, Lille, Lyon, Marseille, Bordeaux, Strasbourg, Toulouse, Nantes, Nice, Grenoble, Montpellier, Rennes



Une puissance ciblée

- 20 Minutes, 1^{er} quotidien national avec 2 759 000 lecteurs chaque jour.
- Leader sur les cibles consommatrices : les responsables d'achats, les CSP+, les urbains...
- Un réseau de distribution puissant et ciblé (outil de geomarketing ad hoc Experian)

TNS Epiq 2010 LNM 15 ans et + (cette mesure ne prend pas en compte l'audience de Montpellier et Rennes)

Montant Brut de l'opération

82 600€ brut HT

Hors Frais Techniques