



1

Web > Publishing

Création d'un espace dédié sur 20minutes.fr :
15 Publishing hebdomadaires
+ hébergement du jeu concours

Création de témoignages destinés à générer du trafic vers le site effetfleurs.fr et de la participation au jeu

Objectif

Générer du trafic et de la participation sur le site « C'est fou... l'effet fleurs ! » via un espace web dédié nourri de témoignages.

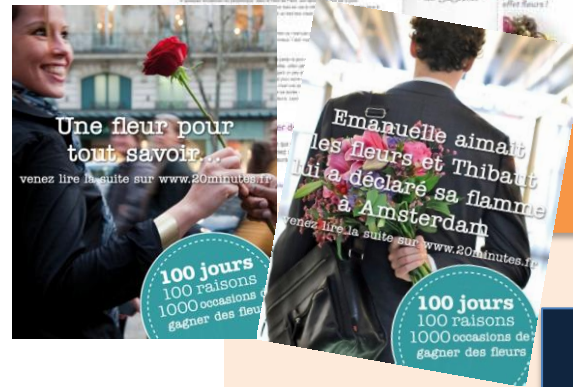
>> La réponse de 20 Minutes déroulée sur 100 jours...

Une combinaison de leviers :

Relais drive to web sur 20 Minutes + 20minutes.fr

>>> Un mix d'approches pour un max d'impact !

Répétition et mémorisation
1 972 000 lecteurs
-50 ans CSP+ exposés



2

Relais Print > Drive to web

15 insertions hebdomadaires :
teasing vers le dispositif web

1 Page + 1 x ½ Page + 13 x ¼ Page.

3

Relais Web > Dispositif web en RG

Auto-Promo + Display

Auto-Promo (Diaporama, Bloc Edito en HP, Pavé 300*250, Grand Angle 300*600, Megaban 728*90, interstitiel) => redirection vers l'espace dédié

Display classique (Grand Angle Expand) => redirection vers le site Effet Fleurs





1

Diffusion, une opération colportée

Réseau 32 villes

Soit **1 055 820 exemplaires** diffusés par jour
(PV OJD Octobre 2011)

2

Audience, une opération vue

Avec 15 insertions print, **1 972 000 lecteurs -50 ans CSP+**
ont été exposés à l'opération

Sur 20minutes.fr, **15 000 000** (auto-promo) & **8 000 000 PAP** (display)

Avec 2 759 000 lecteurs par jour, 20 Minutes est le **quotidien le plus lu de France****
(TNS Epiq 2010) *sans prendre en compte les lecteurs de Rennes et Montpellier ** idem et sans les 20 nouvelles villes

Avec 729 000 VU par jour, 20minutes.fr est le **3^{ème} site d'info** (MNR Octobre 2011)

3

Mémorisation, une opération mise en valeur

Avec ce Fil rouge sur 15 insertions print,
les **1 972 000 lecteurs -50 ans CSP+** ont été exposés en moyenne

5.3 fois au quotidien