



2 au 6 mai 2011 – Réseau 12 villes

Problématique de l'annonceur

La marque souhaitait évenementialiser le lancement de son nouveau micro onde le «SPOUTNIK».

Réponse de 20' ID : LA SAGA 20 MINUTES

- ⇒ En phase teasing : Un streamer en Une dès le lundi autour de la thématique des « envahisseurs ».
- ⇒ En phase révélation : 1 fois par jour, mise en avant du produit via un format ESCARGOT avec un claim en rapport avec l'univers des OVNI.
- Déclinaison des 4 couleurs du produit tout au long de la semaine + 1 SPQ le vendredi pour terminer la campagne.

