

Cas de campagne



Une opération de « **Content marketing** » disponible sur le print et le digital avec « **Sortir** », le nouveau rendez-vous éditorial de 20 Minutes.

A partir de septembre 2017

L'objectif de la marque

- Création de trafic et vente de billets sur Carrefour Spectacles, la première enseigne de billetterie de la grande distribution.
- Toucher une cible urbaine, active et jeune.

La réponse de 20 Minutes

Une double approche Content, **print & numérique**, et un **combo national - multilocal** pour garantir **puissance et ciblage**.

- Numérique : Un partenariat exclusif sur la rubrique Sortir de 20minutes.fr
- Print : Un RDV hebdomadaire avec du contenu national et repiquage local.



Cas de campagne

Rubrique hebdomadaire « Sorties », chaque jeudi pendant 10 mois.



Une rubrique sur-mesure avec **logo annonceur**

Du contenu **national**, commun aux 7 éditions.



Repiquage local du contenu et de l'encart publicitaire pour une parfaite adéquation entre l'offre et le lectorat.

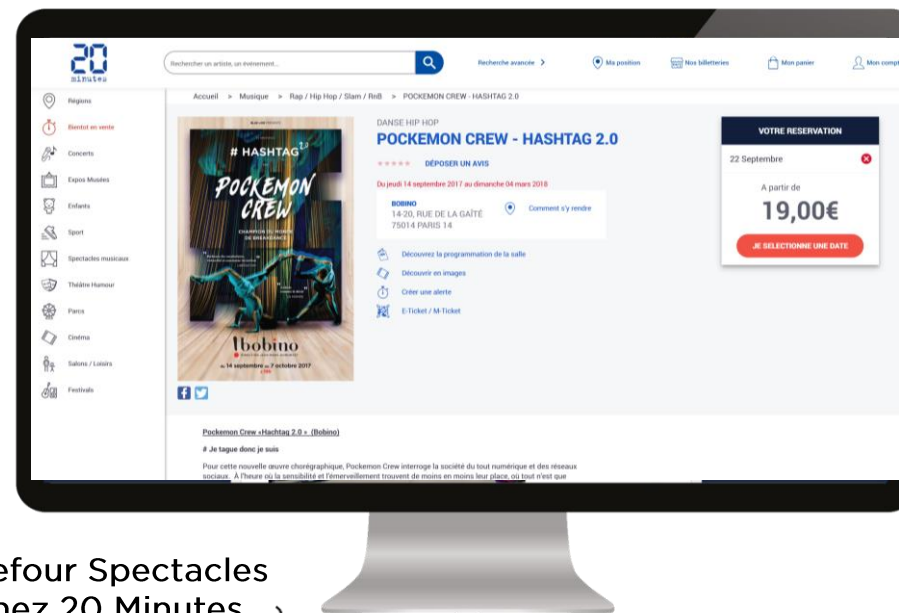
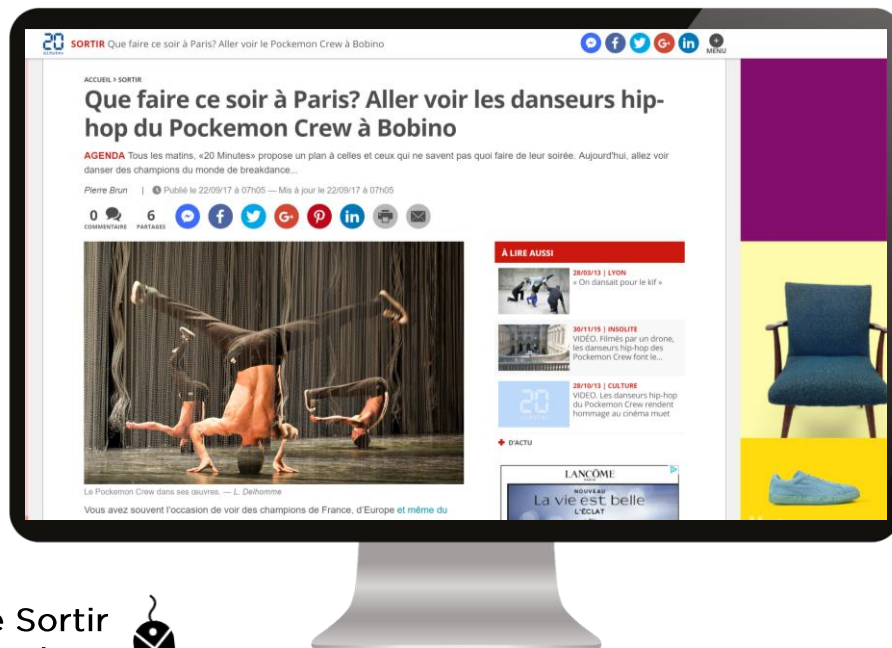
Déclinaison de ce dispositif dans sept éditions locales : Paris, Marseille, Lille, Lyon, Bordeaux, Rennes et Toulouse.

Cas de campagne



Rubrique « Sortir » sur 20minutes.fr : chaque jour une sélection de sorties et de bons plans.

Partenariat exclusif sur les liens de réservation sortants



Rubrique Sortir
de 20 Minutes



Plateforme Carrefour Spectacles
« embedded » chez 20 Minutes

