

# Cas de campagne

Une opération cross-canal orchestrée par 20 Minutes pour Askoria Rennes

## L'objectif de l'école Askoria Rennes

**Faire connaître** le second « Salon des Expérimentations et des Innovations Solidaires » et donner envie de s'y rendre

**Sensibiliser** une cible grand public sur le sujet de l'innovation solidaire, lui faire découvrir le salon en sortant du cadre BtoB

## La réponse made in 20 Minutes

Une opération cross-canal auprès d'une **audience locale** grâce à la présence de 20 Minutes dans l'Ouest

Un dispositif qui mêle **publicité print et numérique, street-marketing et contenu éditorial**



# Cas de campagne

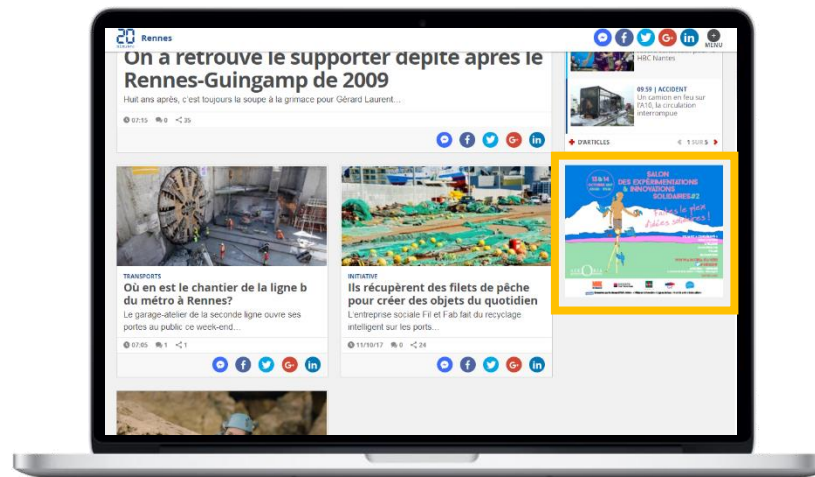
Une opération cross-canal orchestrée par 20 Minutes pour Askoria Rennes



# Cas de campagne

## Display numérique

1 format pavé diffusé sur l'ensemble de nos supports durant toute la semaine précédant le salon auprès de nos audiences localisées sur la région



**A noter : en moyenne, 20 Minutes touche chaque jour 99 000 lecteurs numériques en Bretagne !**

Source : Médiamétrie Internet Global - septembre 2017





# Cas de campagne

Street-marketing - 9.10, J-4 du salon



## 5 000

flyers présentant le salon  
distribués avec l'édition Rennes  
de 20 Minutes

## 7

colporteurs répartis sur 6 points  
de distribution de notre réseau rennais