

# Cas de campagne



Février 2018

## Comment événementialiser la sortie d'un nouveau produit ?

### Les objectifs de la marque



**Faire connaître** la nouvelle édition « Monopoly France » qui met à l'honneur les monuments et trésors du patrimoine français



Susciter l'intention d'**achat** auprès des Français

### La Réponse made in 20 Minutes



**Un dispositif en 3 phases** pour une événementialisation de la sortie du jeu : lancement, contenu et dispositif social



Du **contenu éditorial** impliquant le lecteur avec l'expertise rédactionnelle de 20 Minutes. Comme dans le jeu, on invite le lecteur à se mettre dans la peau d'un promoteur immobilier dans la démesure. Associé à des **pages publicitaires**.



Une **mécanique « Social Twenty »** pour toucher nos socionautes avec une vidéo ludique et insolite mettant en scène les monuments français



# Cas de campagne



Février 2018

Un dispositif cross en **3 phases** pour un **impact efficace** auprès de l'ensemble de nos lecteurs

1

## Lancement

Relai du jeu concours en Une du journal via un streamer + 1 SPQ

2

## Contenu

Des articles sur mesure invitant les lecteurs à se mettre dans la peau de véritables promoteurs immobiliers + trois ½ pages

3

## Social

Un Social Twenty sur mesure mettant en avant les détails insolites monuments français



5 février



7 février

8 février

9 février



28 février

