

Cas de campagne

Un partenariat éditorial 20 Minutes – ODIGEO pour une communication qui allie Contenu et Promotion sur un temps fort du secteur

Les objectifs de la marque

- Marquer les esprits sur un temps fort du secteur tourisme (janvier-février)
- Mettre en avant les destinations des offices du tourisme du groupe et faire la promotion des offres exceptionnelles

La Réponse *made in 20 Minutes*

Un dispositif impactant qui joue sur la capacité de 20 Minutes à combiner deux leviers, une approche Contenu et une approche promotionnelle :

- Du contenu éditorial pour valoriser les destinations avec l'expertise rédactionnelle de 20 Minutes
- Une présence publicitaire pour y associer les offres promotionnelles des OT

The image shows two pages from the '20 Minutes Magazine'. The top page, titled 'Evasion 17', features an article about Singapore's Gardens by the Bay, describing it as a 'new Eden' with high-tech features like solar-powered trees and a glass dome. The bottom page is a travel advertisement for Singapore, featuring a red bicycle and a scenic view of the city, with the headline 'Donnez vie à vos passions!' and 'Vol A/R vers Singapour à partir de 450€'. The advertisement includes the Opodo logo and the Singapore Tourism Board logo.

Cas de campagne

Un **dispositif efficace** via l'association de contenu **éditorial** intégré **et** d'une demi-page **publicitaire**. Une approche thématique par destination : vin, architecture et sport extrême pour toucher le lecteur sur ses passions et/ou loisirs.

Spécial Argentine
31 janvier

1/2 page contenu
rubrique « Evasion »

1/2 page publicitaire

Spécial Singapour
8 février

+
1/4 de page Singapour
le 12 février

Spécial Maroc
14 février