

Cas de campagne

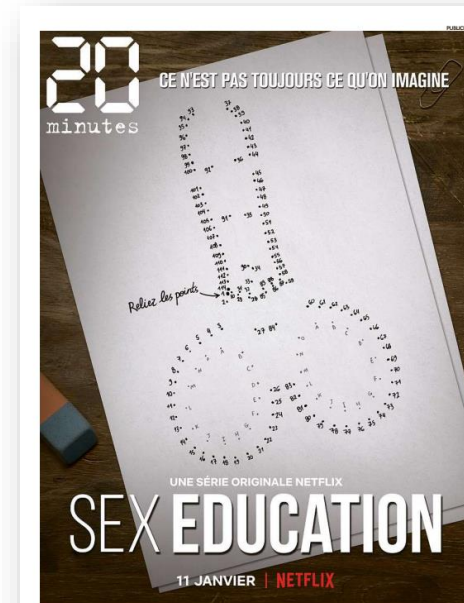
NETFLIX

Créer le buzz autour de la sortie de la série « Sex Education »

Janvier 2019

Les objectifs de la marque

- ✓ **Créer de la notoriété** autour de la nouvelle série « *Sex Education* »
- ✓ **Garantir une forte visibilité** à la campagne « *Ce n'est pas toujours ce qu'on imagine* ». Décalée et interactive, elle invite le lecteur à jouer avec le visuel en reliant des pointillés pour en révéler le "vrai" sens



La réponse de 20 Minutes

Un format événementiel en **sur-couverture (C1/C2)** du journal [sur le daté du vendredi 11/01/19](#) pour créer le maximum d'impact et de partage social

[3,78 M]

lecteurs touchés

Damien B @damiiii169 · 11 janv.

Merci à @20Minutes de permettre de se distraire pendant la pause déjeuner. 🤔🤔

#20Minutes #Netflix #NetflixSexEducation

20
minutes