



Communiqué de presse

Mercredi 15 juin 2016



20 Minutes dans la roue des 24H du Mans



En partenariat avec l'édition 2016 des 24 heures du Mans, qui se tiendra les 18 et 19 juin prochains, 20 Minutes dévoile les coulisses de cette course mythique via une opération de publishing 100% cross media.

Rappel des enjeux fixés par l'ACO, Automobile Club de France, en charge de l'organisation de et la promotion de la manifestation :

- susciter – en amont de l'événement – l'intérêt autour de cette compétition et de l'univers du sport automobile
- toucher les passionnés comme les publics non-initiés au sport automobile

La solution de 20 Minutes : un dispositif de contenus publishing, entièrement produits par les journalistes du pôle Magazine et 100% intégrés dans l'écosystème 20 Minutes : mise en avant sur le site, les applis et dans le journal, relai sur les réseaux sociaux, etc. Parfaitement intégrés dans l'expérience de lecture, les contenus publishing sont également définis dans le respect de la charte éditoriale de la rédaction.

A la clé : un territoire d'expertise de marque valorisé et des audiences engagées et mobilisées autour de centres d'intérêts et de thématiques qui les concernent.

The screenshot shows the 20 Minutes website interface. At the top, there's a navigation bar with the 20 Minutes logo, search bar, and social media links. Below that, a main banner for the 24h Le Mans event is visible, featuring the text '24h LE MANS 18-19 JUIN 2016 24H-LEMANS.COM MYTHIQUE'. The main content area displays an article titled '20 Minutes dans la roue des 24 Heures du Mans' with a sub-headline 'LES FEMMES EN PINCENT DE PLUS EN PLUS POUR LES GUIDONS'. The article text reads: '24 heures chrono! Chaque année, plus de 200 000 personnes viennent au Mans assister à l'un des plus grands événements automobiles de notre époque. En partenariat avec l'édition 2016 des 24 heures du Mans, qui se tiendra les 18 et 19 juin, «20 Minutes» vous dévoile les coulisses de cette course mythique.' Below the text is a photo of a woman on a red motorcycle. A sidebar on the right contains promotional banners for the 24h Le Mans event, including '78€ LA SEMAINE' and 'GRATUIT -16 ANS'. At the bottom, there's a small section for '20 Minutes' with a 'RESERVEZ DES MAINTENANT' button.

Partir [à la rencontre des « retraités de F1 »](#) qui concourent aujourd'hui en endurance, suivre [l'entraînement des jeunes pilotes](#) sur des simulateurs ultra réalistes, [participer aux 24H du Mans des médias](#) et restituer les sensations de conduite d'une voiture de course ou encore [délivrer les secrets des pilotes](#) pour tenir le coup... tels sont les articles, reportages, portraits et autres interviews proposés par la rédaction de 20 Minutes durant plus de trois mois pour faire découvrir aux lecteurs les 24H du Mans, créées et organisées depuis 1923 par l'Automobile Club de l'Ouest.

A propos de 20 Minutes : 20 Minutes réunit 18,5 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). Suivi par 1,9 million de followers sur Twitter et 1,7 million de fans sur Facebook, 20 Minutes est le site média français qui génère quotidiennement le plus d'interactions sur les réseaux sociaux (sources : étude ACPM ONE Global V1 2016 ; rapport Graphystories, février 2016)

Contacts presse :

Anne Baron + 33 1 72 74 53 80 abaron@20minutes.fr

Nathalie Desaix ndesaix@20minutes.fr