



Communiqué de presse

Paris, le mardi 17 octobre 2017

Demain, Paysan Breton va régaler les lecteurs de 20 Minutes

Pour faire découvrir sa nouvelle gamme de crêpes fourées, Paysan Breton, filiale de l'entreprise coopérative laitière Laïta – accompagné par Starcom, via Publicis Media Content – s'associe à 20 Minutes à travers une opération de street marketing.

L'objectif : faire découvrir à une cible jeune active urbaine, dont certains sont parents d'enfants, le produit phare de sa gamme : la crêpe fourée au fondant et morceaux de chocolat.

Plus de 47 000 crêpes dotées d'un emballage individuel spécialement conçu pour l'occasion seront ainsi co-distribuées avec le journal 20 Minutes à Paris, Rennes, Nantes, Toulouse et Bordeaux.



Afin de maximiser l'impact, ce dispositif événementiel est soutenu par une insertion publicitaire dans l'édition du jour, intégrant un bon de réduction de 50 centimes.

20 Minutes, le média d'activation pour les marques

Selon une [étude Harris Interactive](#), 20 Minutes est la marque de presse d'information où la publicité donne le plus envie d'acheter.

Tout savoir sur Paysan Breton ? Rendez-vous sur <https://www.paysanbreton.com/>

A propos de « 20 Minutes » : 20 Minutes rassemble 22,4 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). Première marque d'info chez les 25-49 ans, elle est suivie par 2,3 millions de followers sur Twitter et 2,6 millions de fans sur Facebook (source : étude ACPM ONE Global V3 2017). 20 Minutes France SAS est détenu à 50% par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. [Contacts presse](#) : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr