

# 20 Minutes, créateur et amplificateur de contenus pour Orange

**Orange (agence Havas Native), a choisi 20 Minutes pour sa nouvelle campagne 100% digitale qui vise à faire découvrir au grand public 10 métiers méconnus, de manière décalée.**

Un dispositif événementiel conçu par le département « Content Marketing » de 20 Minutes, est mis en place sur 20minutes.fr depuis le 25 septembre et jusqu'au 12 novembre.

Dans l'espace magazine « [Explique moi ton job](#) », sont abordées les situations et quiproquos du quotidien autour des métiers. Le fameux "Qu'est-ce que tu fais dans la vie ?" qui peut parfois faire débat. Mais aussi des conseils et des astuces pratiques : "Chandler dans Friends, Barney dans How i Met... Ces personnages nous ont fait rire en créant une aura de mystère autour de leur métier. Faut-il faire de même? Si oui, comment?"

Par ailleurs, la rubrique « L'envers du décor » propose de découvrir, au travers de **fiches au ton décalé**, des métiers méconnus d'Orange : de l'Officier navire-câblé au super codeur informatique en passant par l'installateur Fibre....

Ce dispositif sera l'occasion d'héberger et de booster le rayonnement **des vidéos de la campagne « [Le Super Stagiaire](#) »** réalisée par Publicis Conseil avec le youtubeur Grégory Guillotin.

Afin de maximiser sa visibilité et sa viralité, le dispositif bénéficie de **relais sur facebook** où 20 Minutes, suivi par 2,6 millions de fans, est le média d'info qui génère le plus d'interactions chaque mois (3 453 909 interactions en août – source : baromètre Nuke Suite / Stratégies).



*« En tant qu'éditeur d'info avec une forte spécificité "sociale", nous concevons toujours nos solutions pour intéresser et engager le lecteur dans des contenus conçus et distribués pour être partagés et susciter l'adhésion. Ici, le succès de l'opération Orange réside dans notre capacité à amplifier la portée des messages associée à la puissance de nos médias et au "ton 20 Minutes", souligne Natacha Manuel, directrice Content Marketing de 20 Minutes.*

**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