

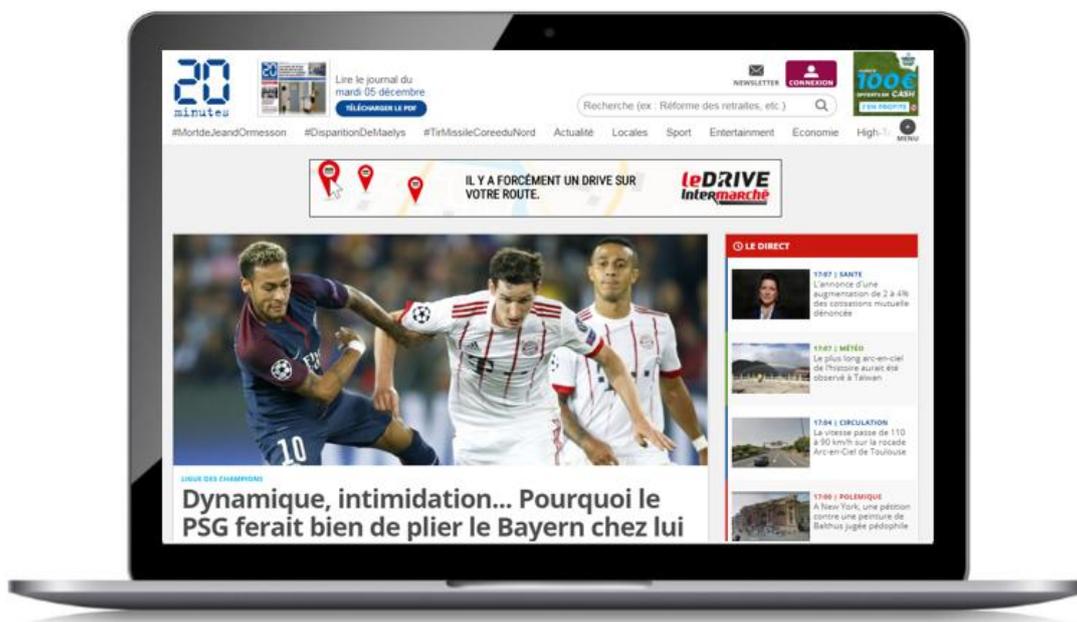


Communiqué de presse

Le 7 décembre 2017

20 Minutes inaugure son offre "Programmatique Garanti" avec une campagne Le Drive Intermarché et Publicis Media

Opérée par la technologie DFP de Google sur laquelle 20 Minutes est passé au courant de l'été 2017, cette nouvelle offre commercialise des formats habillage, pavé et grand angle sur desktop et mobile.



L'audience numérique représente aujourd'hui les trois-quarts de l'audience globale de 20 Minutes. Dans le cadre d'une stratégie ambitieuse visant à reproduire ce même schéma pour sa monétisation, 20 Minutes multiplie les développements en intégrant les dimensions technologiques et l'automatisation. Alors que la publicité programmatique représente près de 40% du CA digital, 20 Minutes utilise depuis plusieurs semaines l'adserver de Google, DoubleClick For Publishers (DFP), pour la diffusion de son inventaire display web desktop et mobile.

« *Le programmatique garanti avec 20 Minutes nous offre la possibilité de pouvoir retoucher les internautes avec une priorité égale à celle du gré à gré. Cet avantage nous permet donc de bénéficier d'un vrai "first look" déterminant dans le cadre de la stratégie de retargeting menée avec Intermarché* » explique Antoine Guichard, Trader media Programmatique, Publicis Media.

« *Cette nouvelle solution, connectée à l'ensemble des DSP, trading desks et outils de mesure, offre plus de transparence sur les deals et une garantie de visibilité. Elle permet d'augmenter la performance et la productivité des campagnes. On gagne encore en agilité et en fluidité* » souligne Benoit Ferrandin, directeur de clientèle 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.

Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr