

Demain, FELIX fait la Une de 20 Minutes !

Acteur incontournable de la nutrition pour les animaux de compagnie, Purina inaugure demain l'offre « [Marque à la Une](#) » de 20 Minutes.

FELIX, la marque premium d'alimentation pour chats – accompagnée par Zenith (Publicis Media) et Publicis Media Content– choisit de célébrer la Saint Felix avec 20 Minutes. Afin de soutenir le plan de communication autour de l'opération "escape game" prévue jusqu'au lundi 12 février à Paris et de créer du drive to event, 20 Minutes orchestre un dispositif de "content marketing" impactant, parfaitement intégré.



maquette provisoire

Ce dispositif permet à l'annonceur de créer, à la fois, un maximum d'impact en bénéficiant d'un **format "Une" exclusif – le plus visible du journal** - et de valoriser les valeurs et son territoire d'expression grâce à **une double page de contenus**, produits par le pôle « 20 Minutes Production » à travers un ton informatif et divertissant.

Afin de renforcer le dispositif, **la marque FELIX bénéficie aussi de la puissance de 20 Minutes sur mobile via une campagne géolocalisée** lui permettant de capter la bonne audience, au bon endroit, au bon moment. Un module natif dans la page « Agenda » de l'édition du 12/02 est également prévu. L'enjeu : Susciter l'intérêt et l'envie de visiter l'événement outstore de la marque FELIX.

« Le choix 20 Minutes est un choix tactique : nous avons capitalisé sur la puissance du média. Mais pas seulement... il s'agissait aussi de nous associer à une marque média qui partage l'état d'esprit malicieux et joueur de FELIX... et bien entendu une cible commune de jeunes actifs urbains », souligne Isabelle Taillandier, Directrice de la Division GMS Nestlé Purina France.

« Dans le plan média que nous avons conçu, 20 Minutes est un véritable média d'activation. Ce qui est malin, c'est l'approche de création de contenus 100% orientés "user" et parfaitement intégrés dans ses supports » explique Marie-Elodie Lelievre | Directrice Conseil Publicis Media.

