

Cas de campagne

orange™

Création et amplification de contenu

Du 26 septembre au 12 novembre 2017.

L'objectif de la marque

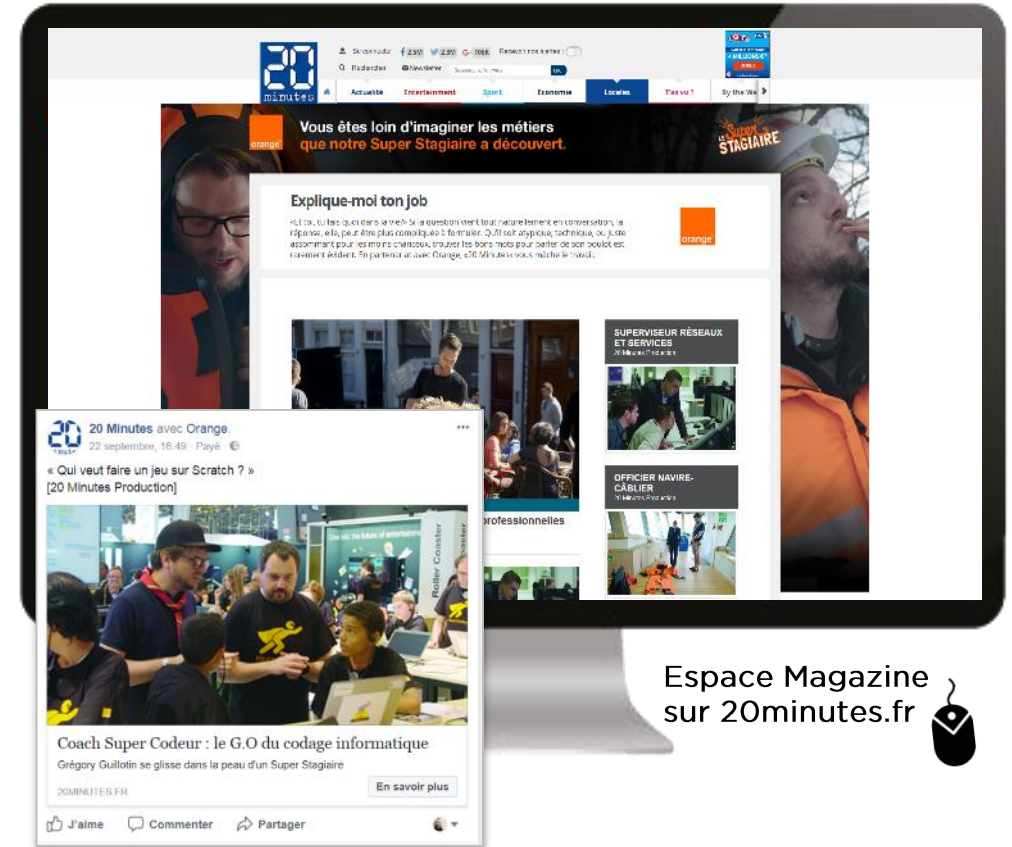
- ❑ Créer de la sympathie autour de la marque employeur Orange et faire connaître les métiers de l'entreprise.
- ❑ Doper l'attractivité de la campagne vidéo « [Le Super Stagiaire](#) » réalisée par Publicis Conseil avec le youtubeur Grégory Guillotin.

La réponse de 20 Minutes

→ **Création de contenu** par 20 Minutes Production : l'espace magazine « [Explique-moi ton job](#) ».

→ **Amplification du contenu** : création de contexte éditorial pour les vidéos de la marque à travers des fiches métiers au ton décalé : « [L'envers du décor](#) ».

→ **Relais média et RS** pour maximiser reach et viralité à travers les différents leviers 20 Minutes (native édito, Branded content Facebook)



Espace Magazine
sur 20minutes.fr

Branded Content Facebook des
articles « L'envers du décor »

20
minutes