






COMMENT SUSCITER L'ENGOUEMENT AUTOUR DU FILM «ALADDIN» ?

Une opération cross pour la sortie du film

Les objectifs de la marque

-  **Promouvoir** le nouveau film de The Walt Disney Company
-  **Evénementialiser** la sortie du film

La réponse de 20 Minutes

-  Un format **cavalier** avec des visuels impactants et une **zone de grattage** pour gagner des cadeaux
-  Une **double page** et une **demie page** en national sur plusieurs datés pour plus de visibilité
-  Des **formats digitaux** couplés à des publications sur les différents réseaux sociaux de 20 Minutes



Zone de grattage

UNE CAMPAGNE PRINT IMPACTANTE



Un format premium : le cavalier avec des visuels créatifs et une zone à gratter pour impliquer les lecteurs et leur faire gagner des cadeaux



Une **double page** et une **demie page** en national sur plusieurs datés pour inciter les lecteurs à aller voir le film

[5,5 M]
lecteurs Print
touchés*



*Source : données ONE 2017

UNE CAMPAGNE RELAYÉE SUR LES RÉSEAUX



Un **jeu concours** sur Twitter pour faire gagner des places pour l'avant-première du film



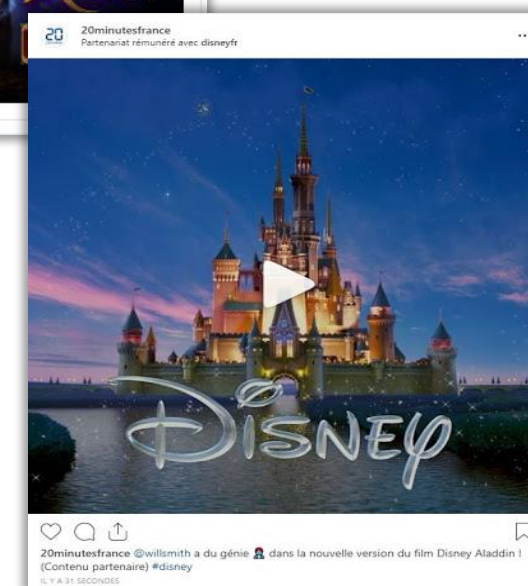
Relai d'une **bande-annonce** sur les pages Instagram et Facebook de 20 Minutes



+185 000 de reach

+ 4500 interactions

(Réactions, commentaires, partages)

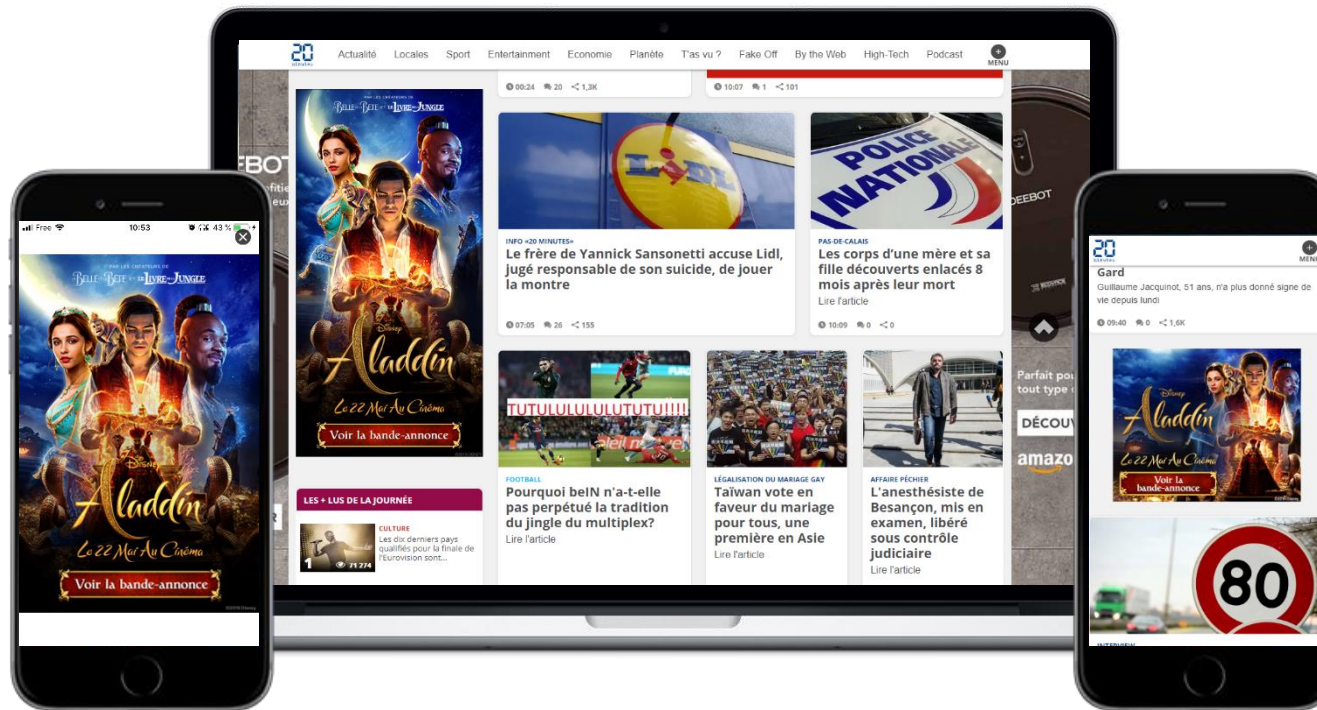


*Source : Facebook – Twitter insights

ET ACCOMPAGNÉE DE FORMATS DIGITAUX

GRAND ANGLE
sur desktop

PAVE ET INTERSTITIEL
sur mobile



+ **600 000**
Impressions

Des formats intégrés au **FLUX ÉDITORIAL**
dans l'écosystème digital de **20 MINUTES**

BANDE ANNONCE DU FILM

