

Dentsu inaugure une offre commune publicitaire 20 Minutes / Loopsider, dans le cadre de la campagne "Bienvenue dans une vie sans tabac" de Santé publique France

Accompagné par dentsu public, agence intégrée de dentsu france dédiée en particulier au Gouvernement/GAE et aux comptes publics en général, Santé Publique France confie à 20 Minutes et Loopsider la mise en place d'un dispositif de création de contenus autour de la campagne « Bienvenue dans une vie sans tabac ». L'agence nationale inaugure ainsi la nouvelle offre publicitaire lancée par les deux médias ce printemps ([Télécharger l'offre](#)).

"L'engagement de la communauté Loopsider allié à la caution d'éditeur et la puissance de 20 Minutes représentent, dans le plan média que nous avons conçu pour Santé Publique France, une opportunité tactique sans équivalent. En mêlant contenu vidéo et amplification sociale, cette campagne favorise la visibilité de Santé Publique France et s'inscrit dans la volonté du groupe dentsu de s'imposer comme le leader de la communication post-publicitaire", commente Carol Ruck, directrice opérations spéciales de dentsu france.

UN ACCORD EXCLUSIF ENTRE 20 MINUTES ET LOOPSIDER

20 Minutes, l'éditeur d'info générale dont l'audience atteint 20 millions de lecteurs par mois et Loopsider, le pure player spécialiste de la vidéo sociale (plus de 150 millions de vues mensuelles sur les réseaux sociaux) ont noué un partenariat exclusif pour proposer aux marques d'optimiser leurs prises de parole via un plan bi média ultra puissant, couvrant 18 millions d'internautes (par mois) et 12 millions de reach sur les réseaux sociaux.

"Ce partenariat est basé sur la puissance et l'expertise sociale de nos deux marques médias, leaders sur l'info. Il mise sur la complémentarité de nos positionnements respectifs, de nos audiences et de nos savoir-faire en



matière de storytelling" souligne Sonia Lopes Da Costa , directrice commerciale , 20 Minutes.

UNE MECANIQUE PENSEE POUR "BOOSTER" LES PERFORMANCES PUBLICITAIRES, EN MAXIMISANT LES CONTACTS CIBLES



En prolongement d'un espace dédié sur www.20minutes.fr (3 articles nativement intégrés dans le flux), la médiatisation sociale des vidéos produites par Loopsider permet d'amplifier la portée des messages, exposés à plus de 22 millions de contacts au total.

"Le succès de cette collaboration réside aussi dans l'agilité de nos équipes et leur capacité à travailler main dans la main pour répondre de façon conjointe, coordonnée et globale à la problématique de Santé Publique France" explique Giuseppe de Martino, co-fondateur de Loopsider.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial, 20 Minutes définit sa raison d'être, véritable moteur du projet d'entreprise, ainsi : " être un trait d'union indépendant entre citoyens respectueux et bien informés". Son audience réunit 20 millions d'utilisateurs chaque mois dont plus de 80% sont numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. Source : ACPM One Next Global V4 2021

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr

A propos de Loopsider : Média d'impact lancé en 2018 sur les réseaux sociaux, Loopsider raconte et décrypte, en images, des histoires dans l'actualité, celles qu'on voit peu dans les médias traditionnels. Des images qui nous inspirent, des sujets qui nous connectent aux autres. Comment changer

le monde autour de soi en parlant d'enjeux sociétaux, de consommation, d'environnement, de technologie ? Loopsider compte une audience de plus de 150 millions de vues par mois et est leader sur les réseaux sociaux en France parmi les acteurs de l'information.

contact@loopsider.com

f <https://www.facebook.com/Loopsider>

i [@Loopsider](#)

t [@Loopsidernews](#)

A propos de dentsu : dentsu international est l'un des principaux groupes de communication mondiaux. Dirigé par Wendy Clark, Global CEO, il compte plus de 66 000 collaborateurs dans 143 pays.

dentsu est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication : conseil média et stratégies de communication intégrée, performance marketing, création de contenus, expérience consommateur, martech, data management et événementiel.

dentsu revendique un esprit de collaboration radicale grâce à la diversité de ses talents et l'éventail de ses expertises. Chez dentsu, le savoir-être s'allie au savoir-faire vers un unique objectif : répondre aussi bien aux besoins des consommateurs que des marques à travers les valeurs de responsabilité, de simplicité et de transparence.

En France, dentsu est une structure agile composée de 5 agences : Carat, dentsu X, iProspect, dentsu MB et isobar, et d'expertises transverses comme dentsu data labs et dentsu trading. Le groupe, qui compte 1000 collaborateurs, est présidé par Pierre Calmard.

www.dentsu.com | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Linked In](#) | [Instagram](#) | [Spotify](#)

Contact dentsu communication groupe :

Florine Fondadouze | Responsable Communication Externe dentsu France

Florine.fondadouze@iprospect.com | communication@dentsu.com | 01 41 16 12 40