



Communiqué de presse
Levallois Perret, le 21 juin 2022

Badoit fait pétiller la distribution de 20 Minutes demain !

Dans le cadre de la promotion estivale de sa gamme "Bulles de Fruits", Badoit confie à 20 Minutes une campagne de street marketing d'envergure : 228 571 échantillons seront distribués aux lecteurs du journal, ce mercredi 22 juin 2022.



Une opération de co-distribution pour célébrer l'été

Accompagnée par l'agence WPP (Studio M et Mediacom), Badoit, marque d'eau minérale naturellement gazeuse appartenant à la société des Eaux Minérales d'Évian, filiale de Danone, confie à 20 Minutes un dispositif d'échantillonnage de grande ampleur sur l'ensemble du réseau 20 Minutes, soit les 12 plus grandes agglomérations françaises (Paris, Bordeaux, Toulouse, Lille, Lyon, Marseille, Aix-en-Provence, Montpellier, Strasbourg, Nantes, Nice et Rennes).

Sur place, des colporteurs vêtus aux couleurs de la marque assureront, avec la diffusion du journal, la distribution de canettes (33 cl) de Badoit Bulles de fruits. L'enjeu ? faire (re)découvrir et tester le produit aux lecteurs de 20 Minutes. Une

double-page publicitaire en ouverture du journal vient booster la visibilité et la mémorisation de la campagne.

"Alliée à la puissance du média (plus de 2 millions de lecteurs / jour), à la caution de la marque 20 Minutes, à la pertinence affinitaire des cibles actives et urbaines, et au lien de proximité noué depuis 20 ans avec nos lecteurs, l'expertise terrain de nos équipes permet à nos annonceurs partenaires un contact direct avec leurs consommateurs" souligne Bruno Latapie, directeur exécutif 20 Minutes.

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 [JFCN](#). 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.

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22