

COMMENT CONCILIER NOSTALGIE ET MODERNITÉ POUR CAPITALISER SUR UN TEMPS FORT DE SA MARQUE ?

Les objectifs de l'annonceur

- **Célébrer le 50^e anniversaire de la Golf** et annoncer la sortie de la nouvelle Golf 8
- **Inciter les lecteurs à se rendre au salon Rétromobile** ayant lieu du 31 janvier au 4 février

La réponse de 20 Minutes

Une rétrospective illustrée de l'histoire de la Golf, avec une visibilité amplifiée en Street et Digital :

- **Print** : surcouverture CI C2, 4 bandeaux ½ panoramiques et der publiés dans le daté du 31 janvier
- **Street** : distribution du daté avec des colporteurs aux couleurs de Volkswagen, avec 50 places pour le salon Rétromobile dissimulées dans les journaux
- **Digital** : un article écrit sur-mesure avec carrousel photos, une campagne display en exclu le 31 janvier et un carrousel Instagram relayé sur Facebook



RACONTER SON HISTOIRE AVEC UN MIX DE FORMATS PREMIUM ET D'ILLUSTRATIONS ORIGINALES

Une présence hors norme dans le daté du 31 janvier, 1^{er} jour du Salon Rétromobile

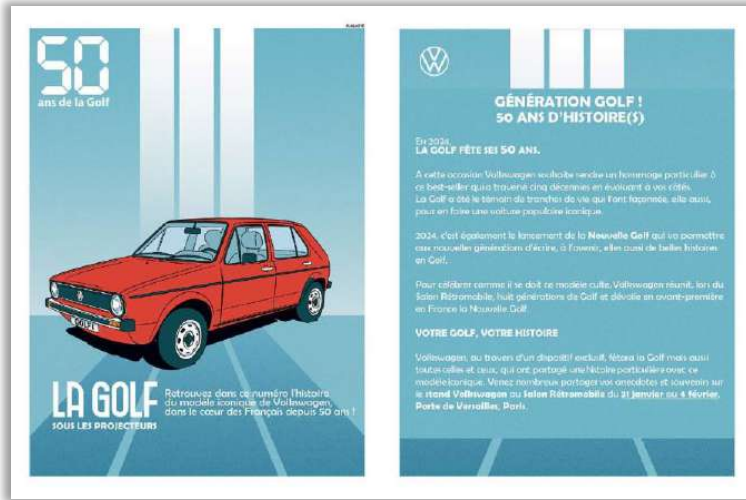
- **1 Surcouv' C1 C2** avec modification du logo 20 Minutes pour illustrer les « 50 ans de la Golf »
- **4 bandeaux ½ panoramiques** afin d'illustrer chaque modèle, de la Golf I des années 1970 à la nouvelle Golf 8
- **1 Der** consacrée à la nouvelle Golf et invitant à venir l'essayer au salon Rétromobile, avec un QR Code facilitant la prise de rendez-vous

1,9M

DE LECTEURS



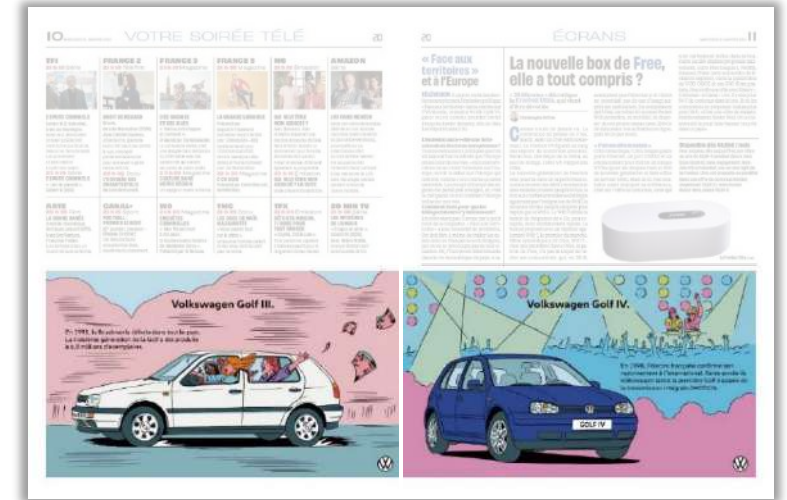
RETOUR SUR LE FIL ROUGE PRINT CONSACRÉ AUX 50 ANS D'EXISTENCE DE LA GOLF



Surcouverture CI C2



Bandeau 1/2 panoramique



Bandeau 1/2 panoramique



Bandeau 1/2 panoramique



Bandeau 1/2 panoramique



Der





UNE DISTRIBUTION ASSURÉE DANS LES PLUS GRANDES AGGLOMÉRATIONS

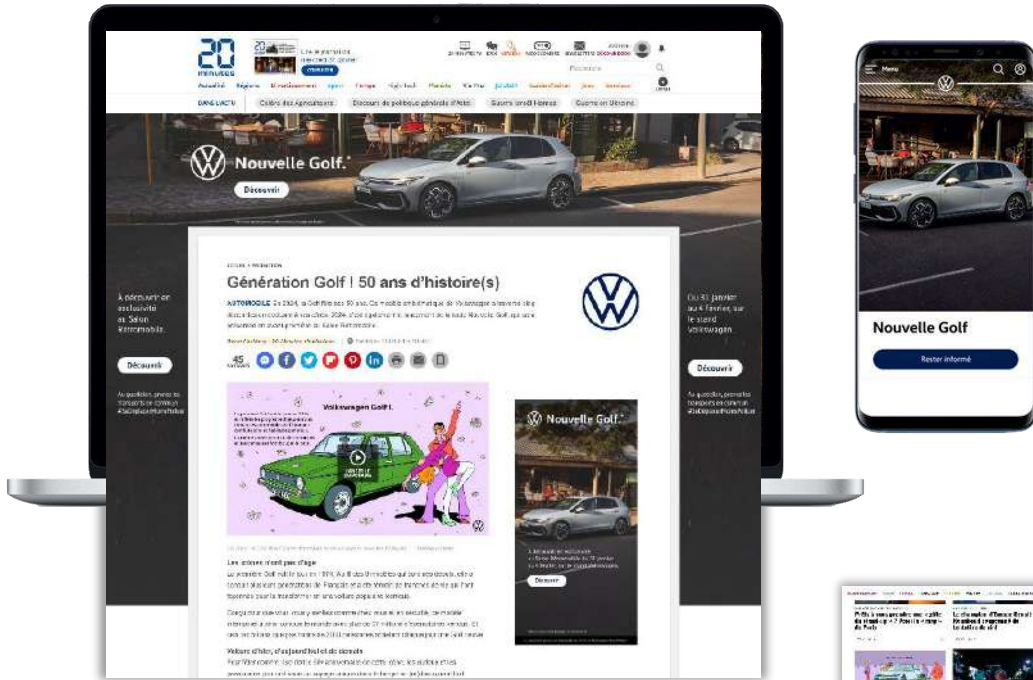
- **7 villes animées** : Paris, Lyon, Toulouse, Lille, Montpellier, Marseille et Aix-en-Provence
- **114 colporteurs** **habillés aux couleurs de la marque** et 11 chefs d'équipe
- **Opération tickets d'Or** : **25 enveloppes gagnantes** offertes contenant chacune **2 places pour le salon Rétromobile**, réparties sur les points de distribution à Opéra, Montparnasse et Porte de Versailles

Phrases d'accroches des colporteurs :

« Découvrez l'histoire de la Golf de Volkswagen ! »

« Célébrez les 50 ans de la Golf de Volkswagen ! »

UNE VISIBILITÉ RENFORCÉE PAR UNE CAMPAGNE DIGITAL



UN VOILET DIGITAL ACTIVÉ EN SIMULTANÉ AVEC L'OPÉRATION STREET & PRINT POUR UN IMPACT MAXIMAL

- **Un article Digital** écrit sur-mesure à l'occasion du 50^e anniversaire de la Golf
- **Une campagne display en exclu** le 31 janvier avec habillage et grand angle
- **Un carrousel Instagram** reprenant les visuels parus dans le journal et relayé sur Facebook



18K

**VISITEURS
UNIQUES**
ARTICLE DIGITAL

3,9M

D'IMPRESSIONS
JOURNÉE D'EXCLU +
MÉDIATISATION DE L'ARTICLE

3M

DE REACH

