



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois-Perret, le 20 décembre

20 MINUTES LANCE UNE CAMPAGNE FOOH INÉDITE POUR PROMOUVOIR L'ACCESSIBILITÉ DU CENTRE BELLE-ÉPINE (94) EN MÉTRO

20 Minutes et le centre commercial Belle Épine (Thiais 94), accompagné par l'agence iProspect, révèlent une collaboration d'envergure autour d'un dispositif spécial FOOH (Fake Out Of Home) visant à informer les visiteurs et les lecteurs sur l'accessibilité directe du centre commercial en métro, à l'heure du marathon des achats de fin d'année.

« Cette campagne, à fort potentiel de viralité et conçue pour créer un maximum d'impact, représente une étape importante pour 20 Minutes. Elle inaugure une nouvelle offre de notre éventail de solutions créatives au service des marques. En utilisant la méthode FOOH pour la première fois pour un annonceur, nous montrons comment le média 20 Minutes peut s'adapter aux enjeux de visibilité actuels et offrir une expérience enrichie aux utilisateurs », déclare Ronan Dubois, Directeur Général de 20 Minutes.

« Cette campagne FOOH est une invitation à découvrir autrement notre centre commercial. 20 Minutes partage avec nous cette volonté d'innovation et de proximité, faisant de notre collaboration bien plus qu'un simple partenariat publicitaire. Ensemble, nous voulons tisser un lien fort avec les visiteurs, à travers des solutions créatives et impactantes », commente Eric Gay-Perret, directeur du centre commercial Belle Épine.

Une campagne originale « Fake Out Of Home » pour promouvoir l'accessibilité du Centre Belle Épine

Le prolongement de la ligne 14 facilite l'accès au Centre Belle Épine pour les franciliens et usagers des transports en commun. La nouvelle station Chevilly-Larue offre désormais une connexion directe à ce lieu incontournable du commerce en Île-de-France facilitant l'expérience shopping et loisirs des visiteurs. Cette campagne inédite de 20 Minutes s'inscrit parfaitement dans la période des fêtes et soutient l'affluence du centre Belle Épine, qui accueille près de 14 millions de visiteurs par an.

DÉCOUVREZ [ICI](#) LA VIDÉO FOOH DÉVOILÉE AUJOURD'HUI

Un dispositif média innovant

Ce dispositif de brand content, conçu sur mesure par le département Opérations Spéciales de 20 Minutes, The Story Lab et le département marketing et communication du centre commercial de Belle Épine, bénéficie d'une médiatisation et d'une amplification sur l'ensemble de l'écosystème de 20 Minutes. Fort de ses 100 millions de vidéos vues par mois, de ses 86 % d'audience sur mobile et de ses 7 millions d'abonnés sur tous ses réseaux sociaux confondus, 20 Minutes offre une portée exceptionnelle à cette campagne avec :

- **Une vidéo FOOH immersive**, intégrée à un article écriin aux couleurs du Centre Belle Épine et diffusée sur 20minutes.fr.

- **Une amplification en pré-roll de la vidéo**, visible sur l'ensemble du site 20minutes.fr.
- **Un push de la vidéo sur les réseaux sociaux**, notamment Meta et TikTok, pour maximiser l'engagement et atteindre le plus grand nombre et en particulier les plus jeunes générations, notamment sur les réseaux sociaux.

Cette collaboration marque un tournant dans les solutions publicitaires proposées par 20 Minutes, qui se positionne désormais comme un acteur clé dans l'innovation des formats publicitaires. Avec une approche ciblée et interactive, la campagne FOOH crée un lien direct entre l'information pratique et l'expérience utilisateur, tout en répondant aux besoins spécifiques des annonceurs en termes de visibilité.

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. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de visiteurs uniques par mois, 100 millions de vidéos vues, 7 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Engagé à rendre l'information accessible gratuitement au plus grand nombre, l'éditeur délivre des clés pour permettre à tous de mieux comprendre le monde et de porter un regard attentif, éclairé et multiple sur la société. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 franciliens, vient compléter cet écosystème en offrant une diffusion de contenu vidéo pour un public régional.

À propos du Centre Belle Épine : Mode, Restauration & Loisirs pour se divertir 7J/7. 50 ans après son ouverture, le centre commercial régional Belle Épine propose aujourd'hui une nouvelle expérience shopping à la fois ludique et pratique dédiée à l'inspiration, la mode et aux divertissements pour toute la famille et les amis parmi 200 boutiques, 25 restaurants, 1 cinéma, 1 salle de sport & 1 bowling. Véritable centre de destination pour le sud parisien, il bénéficie de nouvelles façades, d'un nouveau design intérieur, de nouveaux services et d'enseignes inédites où s'allie design, confort, fantaisie et légèreté. Ce sont presque 14 millions de visiteurs par an, qui, comme dans un quartier commerçant, bénéficient de toutes les facilités et de tous les avantages d'un cœur de ville. Le centre forme, avec la zone artisanale de Thiais dédiée à la maison et aux loisirs, le plus grand quartier commerçant de France. Il est implanté dans un secteur dynamique, aux abords du marché international de Rungis (1200 entreprises implantées, 12.000 employés) et de l'aéroport d'Orly, au carrefour des axes majeurs D7, A86, A6, nouvelle station Chevilly-Larue (Ligne 14). Pour en savoir plus : <https://belle-epine.klepierre.fr/>

A propos d'iProspect : iProspect (groupe dentsu) est une agence media omnicanale internationale. Le rapprochement unique entre la stratégie media et le storytelling avec l'expertise digitale et la connaissance des audiences permet de définir un nouveau territoire de communication centrée sur le branding et la performance. En proposant des solutions basées sur l'humain, iProspect accélère la croissance des marques les plus emblématiques au monde telles que Sonos, Accor, LG, Shiseido, Salomon, Levi's, Budweiser, Microsoft, et Cofidis. iProspect rassemble plus de 8000 spécialistes des médias et de la performance répartis dans 93 pays. En France, l'agence est dirigée par Emilie Rouganne.

iProspect.com | [Facebook](#) | [Linkedin](#)

Contacts presse 20 Minutes :

Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22
Sarah Garcia Del Rio sgarcia@20minutes.fr 06 98 06 08 43

Contacts presse Belle Epine :

Hopscotch PR - klepierre@hopscotch.fr Mathilde Kulas - 01 41 34 22 92