

20  
minutes

OMF

OH MY FUTURE

#MoiJeune & l'argent





**Argent, thunes, cash, dépenses, plaisir, cadeaux, craquages, dèche ... Ces termes reviennent sans cesse dans la bouche des jeunes.**

Pour comprendre cette génération, il est intéressant de se pencher sur leur rapport à l'argent.

Comment le dépensent-ils, comment épargnent-ils, qu'est-ce qui les fait rêver, quels sont leurs projets, leurs grosses dépenses ?

Et demain, ce sera quoi notre argent, à quoi ressemblera notre porte-monnaie ?

**ASSOCIEZ-VOUS À LA PROCHAINE ÉTUDE #MOIJEUNE ET DEVENEZ PARTENAIRE DE LA JEUNE GÉNÉRATION DANS LEURS PROBLÉMATIQUES LIÉES À L'ARGENT ET À LEUR AVENIR.**





OMF

OH MY FUTURE

SOYEZ PARTENAIRE DE LA JEUNE GÉNÉRATION

DONNEZ LEUR LA PAROLE SUR LES SUJETS  
QUI LES TOUCHENT ET LES PRÉOCCUPENT

# UN PARTENARIAT INTÉGRÉ EN 3 TEMPS

1/ MAI-JUIN



## SOYEZ PARTENAIRE DES 18-30 ANS

Co-crédation d'une étude MoiJeune autour de la thématique du FUTUR.

Crédation de deux questionnaires sur vos thématiques phares.

2/ JUILLET-AOÛT



## PORTEZ LA VOIX DE LA JEUNE GÉNÉRATION

Restitution de l'étude au sein d'un espace dédié sur 20minutes.fr avec :

- 2 vidéos incarnées
- 4 articles digitaux
- +
- 2 pages articles en print

Crédation d'un cluster d'audience + médiatisation sociale

3/ SEPTEMBRE



## AMPLIFIEZ ET CIBLEZ VOS COMMUNICATIONS

Activation d'une campagne de retargeting et lookalike



# 1. L'ÉTUDE #MOIJEUNE :

CAPITALISER SUR NOTRE PANEL #MOIJEUNE ET INTERROGER LA JEUNE GÉNÉRATION SUR CE QUI LES CONCERNE

## Le projet #MoiJeune

+5 000 membres actifs âgés  
de 18 à 30 ans

+2 000 membres sur les  
réseaux sociaux

+150 articles & dossiers  
édito

+160 enquêtes



**5-10 QUESTIONS**  
AUTOUR DE 2 THÉMATIQUES LIÉES  
AU SECTEUR DE LA BANQUE ET ASSURANCE



## THÉMATIQUES POSSIBLES :

- Confiance en l'avenir, projets, épargne & pouvoir d'achat
- Leur rapport à l'argent & la morale et l'argent  
(inégalités dans le monde, redistribution ...)
- L'argent du futur  
(paiements sans contact, cryptomonnaies, NFT, ... méfiance ou adhésion)

# 3. LE DISPOSITIF EDITORIAL COMPLÉMENTAIRE

## CAPITALISER SUR NOS DIFFÉRENTES EXPERTISES ET LEVIERS POUR CRÉER ET AMPLIFIER LES CONTENUS LIÉS À L'ÉTUDE #MOIJEUNE



### ARTICLE PRINT

Restitution des résultats de l'étude sur les 2 thématiques choisies à travers 2 articles en print



### VIDÉO INCARNÉE

2 vidéos incarnées « Amandine explique... » pour mettre en lumière les 2 thématiques



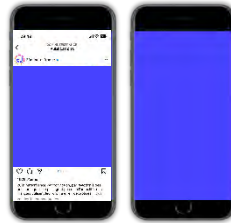
### ESPACE DE MARQUE DIGITAL

Un espace dédié pour retrouver tous les contenus réalisés par 20 Minutes (relais des articles print + 2 articles qui hébergent les vidéos « Amandine explique »)

## 4. MÉDIATISATION ET CAMPAGNE DE RETARGETING : SUR UNE PÉRIODE DE 3 MOIS

JUIN-JUILLET

Contenus médiatisés via Facebook, TikTok et Instagram  
(carrousel, stories, vidéos...)



JUILLET-AOÛT

Création d'un cluster pour mettre en place la  
campagne de retargeting de septembre à partir des  
visites sur l'espace dédié et les articles

Custom Audience



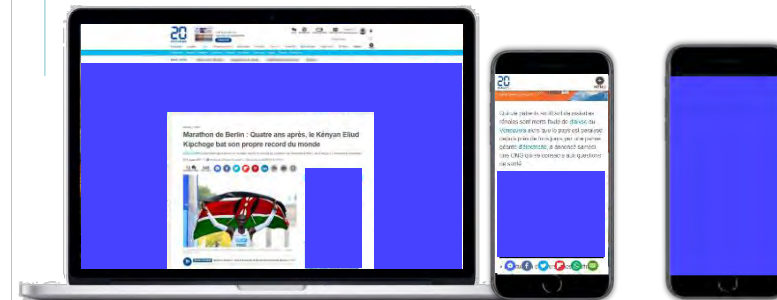
Lookalike Audience



SEPTEMBRE

Campagne de retargeting au format Habillage +  
Grand angle, Native ad, Interstitiel multidevice  
qui renvoie sur le site de l'annonceur

Objectifs : Notoriété – Trafic



Habillage + Grand angle

Native Ad

Interstitiel





# KPIs GARANTIS

(print, digital, réseaux sociaux)

**OMF**  
**OH MY FUTURE**

7 275 000  
contacts

50 000  
VU

1 400 000  
vues garanties

3 530 000  
reach

9 850 000  
impressions



# (ON TOP) L'ÉVÉNEMENT #MOIJEUNE : UNE CONFÉRENCE BTOB DÉDIÉE À LA RESTITUTION DE L'ETUDES MOIJEUNE



Eléonore Quarré  
Directrice d'études OpinionWay



Loubna Ksibi  
Co-fondatrice Meet My Mama

## La conférence #MoiJeune

### DÉROULÉ DE L'ÉVÉNEMENT :

- 1/ Focus sur les 18-30 ans
- 2/ Restitution de l'étude
- 3/ Présentation des initiatives de la marque partenaire
- 4/ Session de questions/réponses

### AU CASTING :

- Journalistes et équipe marketing  
20 Minutes
- Membres de l'équipe OpinionWay
- Porte parole de la marque partenaire

Événement accueillant jusqu'à 80 personnes



**BUDGET**

PÉRIODE : 3 MOIS

- **ÉTUDE #MOIJEUNE :**  
Enquête
- **CAMPAGNE DE CONTENU**  
2 articles print,  
2 vidéos,  
1 espace dédié de 4 articles
- **CAMPAGNE SOCIALE**  
1 story mise en avant de l'espace dédié  
2 carrousels mise en avant de chaque thématique
- **CAMPAGNE PERFORMANCE**  
Mise en place retargeting  
Mise en place du lookalike

150 000€  
dont 35 000€ de FT

ON TOP AVEC L'ÉVÉNEMENT #MOIJEUNE  
+10 000€