

20  
minutes

# MOVE IT

#MoiJeune & le sport

Notre offre de Contenu pour vous associer à la jeune génération autour de la thématique sport





**LE SPORT... Passion pour les uns, objet de détestation pour les autres**, une chose est sûre, ce simple mot ne nous laisse pas indifférent !

**Mais alors quelle relation entretient la jeune génération avec le sport ?** Quelle place prend le sport dans sa vie au quotidien ?

Plus encore, est-elle intéressée par les **grands événements sportifs** ? Une finale de Coupe du Monde et une discipline olympique les font-elles frissonner ?

**ASSOCIEZ-VOUS À LA PROCHAINE ÉTUDE  
#MOIJEUNE ET ACCOMPAGNEZ LA JEUNE  
GÉNÉRATION DANS SA ROUTINE SPORTIVE**



#mojjeune

**SOYEZ PARTENAIRE DE LA JEUNE GÉNÉRATION**  
FAITES AVEC EUX LE SELFIE DE LEUR GÉNÉRATION,  
À TRAVERS UNE DÉMARCHE INÉDITE ET COLLABORATIVE

# UN PARTENARIAT INTÉGRÉ EN 3 TEMPS

## 1/PHASE



### SOYEZ PARTENAIRE DES 18-30 ANS

Co-crédation d'une étude #MoiJeune autour de la thématique du **SPORT**.

Crédation de **deux questionnaires sur vos thématiques phares**.

## 2/PHASE



### 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

## 3/PHASE



### AMPLIFIEZ ET CIBLEZ VOS COMMUNICATIONS

Médiatisation sociale + création d'un **cluster d'audience**

Activation d'une **campagne de retargeting** et lookalike

# I. PHASE : L'ÉTUDE #MOIJEUNE

CAPITALISER SUR NOTRE PANEL #MOIJEUNE ET INTERROGER LA JEUNE GÉNÉRATION AVEC “*opinionway*”

Le projet

## #MoiJeune

+5 000 membres actifs  
âgés de 18 à 30 ans

+150 articles & dossiers  
édito

+170 enquêtes



Une enquête 100% mobile  
réalisée avec OpinionWay

**5-10 QUESTIONS**  
AUTOUR DE LA THÉMATIQUE DU **SPORT**



Cliquez pour visualiser nos  
études

## THÉMATIQUES POSSIBLES :

- **Le sport comme source d'épanouissement** (*diminution du stress, bien être au quotidien*)
- **Le sport en tant que lien social** (relations, rassemblements...)
- **Le sport de demain** (*Esport*)

## 2. PHASE 2 : LE DISPOSITIF EDITORIAL

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

### ARTICLE PRINT

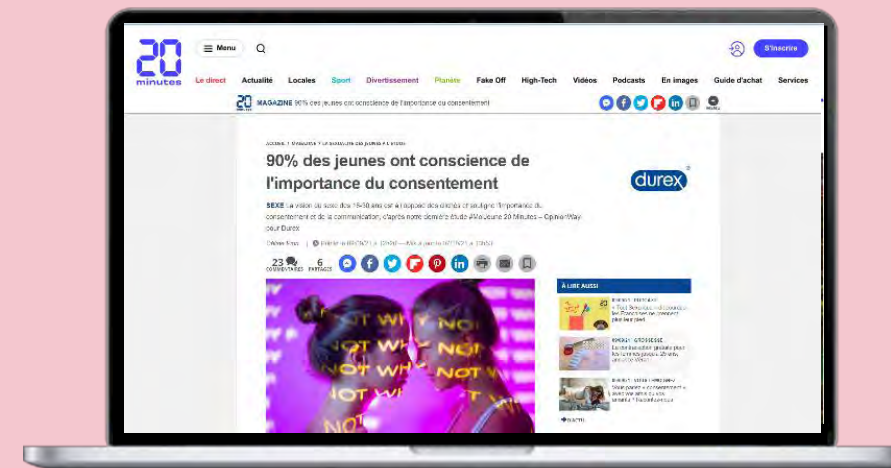
Restitution des résultats de l'étude sur les 2 thématiques choisies à travers 2 articles en print

### VIDEO

2 vidéos mettant en avant les insights de l'étude et les initiatives de la marque

### DIGITAL

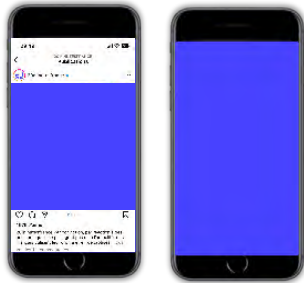
Un espace dédié pour retrouver tous les contenus réalisés par 20 Minutes (relais des articles print + 2 articles qui hébergent les vidéos)



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

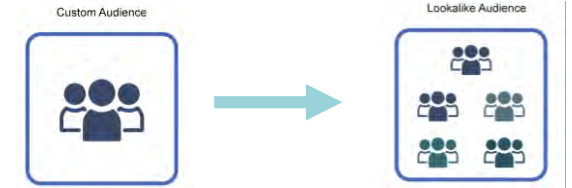
## 1ÈRE PHASE

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



## 2ÈME PHASE

Création d'un cluster pour mettre en place la campagne de retargeting à partir des visites sur l'espace dédié et les articles de la 1ère phase



# MOVE-T

## 3ÈME PHASE

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



# [ON TOP] L'ÉVÉNEMENT #MOIJEUNE :

UNE CONFÉRENCE BTOB DÉDIÉE À LA RESTITUTION DE L'ETUDE #MOIJEUNE



## La conférence **#MoiJeune**

### DÉROULÉ DE L'ÉVÉNEMENT :

- 1/ Restitution de l'étude
- 2/ Présentation des initiatives de la marque partenaire et notre partenariat
- 3/ 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**





## Contactez-nous !

**Sonia Lopes da Costa**

Directrice exécutive  
slopes@20minutes.fr

**Jérôme Pallier**

Directeur commercial  
jpallier@20minutes.fr

**Equipe Marketing & Etudes**

marketing@20minutes.fr

**Laurent Gautier**

Directeur de Publicité en  
charge des OPS  
lgautier@20minutes.fr