



Objectifs de la marque :

- Faire connaître les caractéristiques du prêt personnel Cofidis et ses points forts : taux fixe et personnalisation des mensualités et de la durée.
- Tirer parti de la période de rentrée, propice aux besoins de financements.

La réponse 20 Minutes :

- Une campagne rythmée, sur le principe du compte à rebours (offre limitée dans le temps)
- Des formats impactants et créatifs sur les trois supports
- Un principe de « teasing & reveal »

Le dispositif :

2 semaines de présence en exclusivité PGI :

- **Print** : 4 datés/8 formats détournés et dynamiques en 2 temps
- **Mobile** : Formats News Feed Banner (intégration qualitative et impactante dans le flux de l'actualité) et Cube (format émergent au cœur du fil de lecture, 4 faces, propices au principe de révélation)
- **Tablette** : Interstitiels pour un maximum de visibilité.

