



20 Minutes s'associe à Taboola pour proposer aux annonceurs de l'entertainment une nouvelle offre alliant puissance et recommandation de contenus

Première marque de news des moins de 50 ans et média référent dans le traitement de l'actualité culturelle, 20 Minutes lance, en partenariat avec Taboola, une nouvelle offre commerciale « Nativ'Movie » dédiée aux acteurs du secteur « entertainment ».

Pour toute campagne intégrant un format « Masthead », « Native » ou « Publishing » sur l'un ou l'ensemble de ses supports, 20 Minutes y associe un dispositif de recommandation de contenus avec Taboola. Quelque soit le format de la campagne initiale, ce pack offre à la marque une visibilité double et la possibilité de mettre en avant des contenus additionnels pertinents auprès d'une audience qualifiée.

La technologie prédictive de Taboola analyse des centaines de signaux en temps réel (y compris les tendances géographiques et celles liées aux appareils, au comportement des utilisateurs, aux réseaux sociaux, et bien plus encore) afin de déterminer le meilleur contenu auquel une personne pourrait s'intéresser.

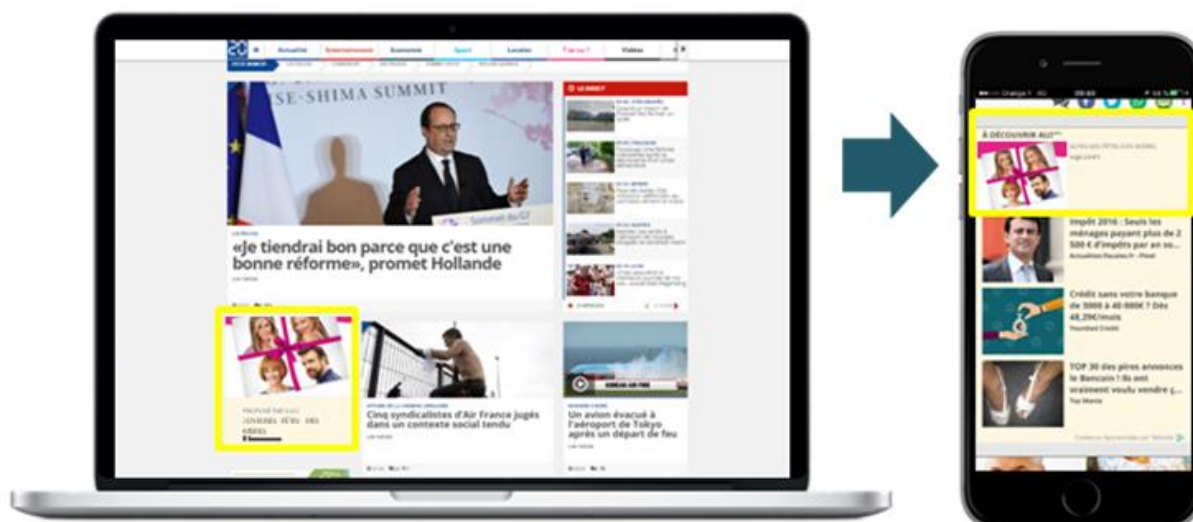
Grâce au mix visibilité/contenu, ce dispositif garantit ainsi un potentiel d'engagement fort des cibles.
>>> Télécharger l'offre commerciale en cliquant [ici](#)

Nativ'movie, l'offre qui allie la puissance 20 Minutes à la force de recommandation de Taboola
Exemple dispositif Nativ Movie Nativ Ad :

1 format « Native Ad »

+

1 contenu recommandé par Taboola



A propos de 20 Minutes : 20 Minutes réunit 18,5 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). Suivi par 2 millions de followers sur Twitter et par 1,8 million de fans sur Facebook, 20 Minutes est le site média français qui génère quotidiennement le plus d'interactions sur les réseaux sociaux (sources : étude ACPM ONE Global V1 2016 ; rapport Graphystories, février 2016)

Contacts presse : Anne Baron + 33 1 72 74 53 80 abaron@20minutes.fr Nathalie Desaix ndesaix@20minutes.fr

À propos de Taboola : Taboola est la plateforme leader de découverte de contenu. Elle propose plus de 300 milliards de recommandations à plus de 750 millions de visiteurs uniques chaque mois sur les sites d'éditeurs les plus novateurs du Web, comme USA TODAY, Business Insider, Chicago Tribune et The Weather Channel. Taboola, dont le siège social se trouve à New York, possède également des bureaux à Los Angeles, Londres, Tel Aviv, New Delhi, São Paulo et Bangkok. Les éditeurs, les experts en marketing et les agences misent sur Taboola pour fidéliser les utilisateurs sur leurs sites, monétiser leur trafic et diffuser leur contenu afin d'attirer une audience de qualité. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.taboola.com et suivez [@taboola](https://twitter.com/taboola) sur Twitter.