

## 20 Minutes accompagne l'ouverture d'Eataly Paris Marais, le tout nouveau temple de la food à Paris prévue demain, vendredi 12 avril 2019

Opérée par le groupe Galeries Lafayette, l'ouverture du 39ème et tant attendu concept store venu d'Italie est prévue ce vendredi à Paris, au cœur du Marais. Afin de soutenir le plan de communication, 20 Minutes orchestre pour Eataly Paris Marais – accompagnée par son agence média Zenith – un dispositif de contenus impactant, à paraître demain dans 20 Minutes.

«20 Minutes pour nous répond à notre enjeu de proximité et de crédibilité en tant que media. Nous sommes fiers de cette création originale travaillée conjointement pour ce lancement stratégique des Galeries Lafayette » souligne Pascale Miguet, Présidente de Zenith.



Le dispositif permet à Eataly Paris Marais de créer un maximum d'impact en bénéficiant d'un **format « Une » exclusif, parfaitement intégré**. Cet emplacement le plus visible du journal renvoie vers une page intérieure éditorialisée valorisant les spécificités de ce concept nouvelle génération. L'enjeu : créer l'événement et susciter l'envie de découvrir le nouvel espace auprès de la cible premium parisienne.

En amont, un module dans la page "Paris" du journal annonçait l'ouverture du nouveau point de vente. La semaine prochaine, des formats événementiels innovants viendront créer de la répétition ainsi qu'une nouvelle page de contenus conçus par « 20 Minutes Production », le département expert « content marketing » de 20 Minutes.

**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, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 22,1 millions d'utilisateurs chaque mois dont 72% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. *Source : étude ACPM ONE Global V3 2018*

**A propos de Zenith** : Zenith est “l’agence du ROI”. Nous combinons données, technologie et les meilleures spécialistes pour explorer de nouvelles opportunités, résoudre des défis complexes et développer la croissance de nos clients. Zenith fait partie de Publicis Media, l’un des quatre pôles de solutions du Groupe Publicis [Euronext Paris FR0000130577, CAC40] et dispose de bureaux au sein de Publicis One. En tant que réseau média leader, Zenith compte 6000 personnes travaillant dans 95 pays. Soutenu par les pratiques internationales de Publicis Media, Zenith offre à ses clients une gamme complète de services intégrés comme le mediaplanning, l’optimisation de la valeur et de la performance, la création de contenu et l’analyse de données. Zenith travaille avec certaines des plus grandes marques comme Nestlé, Kering, BPCE, Aviva, Essity, SNCF, Groupement des Mousquetaires et Galeries Lafayette.

Twitter : @zenithfr

Contact presse : Catherine Helfenstein, Directrice Communication Publicis France [catherine.helfenstein@publicis.fr](mailto:catherine.helfenstein@publicis.fr)

**A propos d’Eataly** : Eataly a été fondé à Turin en 2007 par Oscar Farinetti : fort d’un chiffre d’affaires de 465 millions d’euros, Eataly dispose de 39 magasins dans le monde entier.

Le concept Eataly vise à proposer des produits de saison et de qualité pour une alimentation responsable allant de l’accessible au premium, et favorisant une chaîne d’approvisionnement courte entre le producteur et le client final. L’ambition d’Eataly est de sensibiliser ses clients sur la meilleure façon de se nourrir en choisissant des produits italiens de première qualité et en portant une attention particulière à l’origine des produits et des matières premières. Cette ambition se traduit dans le slogan de l’entreprise : « bien manger aide à mieux vivre ». Depuis l’ouverture de FICO Eataly World à Bologne, de nouveaux magasins ont ouvert, le prochain prévu étant Eataly Paris Marais, au cœur de la capitale Française.