

JUST EAT

Février 2020

JUST EAT S'ASSOCIE À 20 MINUTES DANS UN ARTICLE ORIGINAL À L'OCCASION DE LA SAINT VALENTIN

Les objectifs de la marque

- ♥ Communiquer différemment autour de la **Saint Valentin**
- ♥ Pousser une offre promotionnelle via un **code promo**

La réponse de 20 Minutes

- ♥ Un **article print et digital** écrit par 20 Minutes autour de la relation des Français au Food et au Sexe
- ♥ Une **vidéo exclusive** relayée sur les réseaux sociaux
- ♥ Une **campagne print et display** impactante pour relayer la promotion

20 PRODUCTION pour **JUST EAT**

Saint-Valentin. On a demandé aux Français s'ils préféreraient faire l'amour ou manger?
Food et sexe : les plaisirs à partager

36% des Français privilégient un petit festin

8€ POUR UN TÊTE À TÊTE SANS PRISE DE TÊTE
TETEATETE

MANGER OU FAIRE L'AMOUR ?

20 Minutes avec **Just Eat France**.
Partenariat rémunéré.

36% des Français préfèrent manger que faire l'amour !

20 minutes **AVEC** **JUST EAT**

Étude réalisée online du 16 au 17 janvier 2020 par TNSiMOP (IPOP pour Just Eat) auprès d'un échantillon de 1 000 personnes. Âge de 18 ans et plus (échec de sondage national représentatif de la production française).



JUST EAT

Février 2020

UN ARTICLE SURPRENANT POUR COMMUNIQUER DIFFÉREMMENT AUTOUR DE LA SAINT VALENTIN

PRODUCTION pour JUST EAT
Saint-Valentin. On a demandé aux Français s'ils préféreraient faire l'amour ou manger?
Food et sexe : les plaisirs à partager

La nourriture, star des préliminaires
Nombres sont les Français à ne pas réussir à trancher entre un bon repas ou une nuit d'amour. Pour résoudre ce dilemme, 53% ont trouvé la solution : ils ne choisissent pas 38% ont déjà sauté le pas de mûrier virtualités et ébats sensuels. Si l'expérience à essayer au moins une fois, seuls 2% privilégient ce petit jeu régulièrement, mais 15% y voient un moyen d'ajouter une dose de nouveauté à leur vie sexuelle. En revanche, veule à l'avance en âge, moins on est considéré le « sex food » comme inévitable. L'appétit ne vient pas toujours en mangeant...

La chantilly ou lit, parti réussi?
Les Français et la gastronomie, une longue histoire d'amour, pas si cliché! Répétés pour leur bon goût culinaire, ils ne lésinent pas sur les bonnes choses, même au lit. Entre champagne et chocolat, ils inventent leurs fantasmes et inculquent le plaisir. Mais parmi ceux qui ont déjà testé, 7% reconnaissent que l'expérience s'est transformée en mini désastre. Bien collant le miel, trop chaud le chocolat... Le fait est jamais très bon, surtout du côté des 18/24 ans puisqu'un quart des jeunes s'y est déjà confronté. Quant aux 19% de terre à terre, le cliché salissant l'emporte sur le côté excitant de l'activité. Nuit agitée ou draps immaculés, le choix est fait.

36% des Français privilégient un petit festin
à une partie de jambes en l'air sous les draps. 34% se montrent indécis face à ce grand dilemme. Seuls 30% d'entre eux préfèrent faire l'amour, une minorité donc! Côté femmes, la préférence est encore plus écrasante : 48% d'entre elles déclarent préférer manger par plaisir que de faire l'amour. Entre le fait de manger et les plaisirs de la chair... Le cœur balance mais bat toujours très fort!

Sushis sur campé, la meilleure Saint-Valentin?
La traditionnelle sortie au restaurant du 14 février est-elle la meilleure idée? Si beaucoup reconnaissent que partager un bon repas est le chemin idéal vers une nuit tendre (mesdames, soyez informées que 44% des hommes sont émuillonnés après un dîner partagé), celui-ci peut aussi se déguster à domicile. Surtout quand on sait que la moitié des Français a déjà couru un repas pour « passer à l'acte ». Vous pourriez donc sauter le dessert pour sauter au côté de votre partenaire. Pen- sées aux sushis, toujours choucou des livraisons! En revanche, soyez vigilants si vous ne voulez pas être le Français ébats par l'arrivée du livreur!

Ingredients phares pour recettes de préliminaires
S'ils veulent mettre du piment, les Français qui utilisent de la nourriture lors de leurs ébats n'optent pas pour celui d'Espélette.

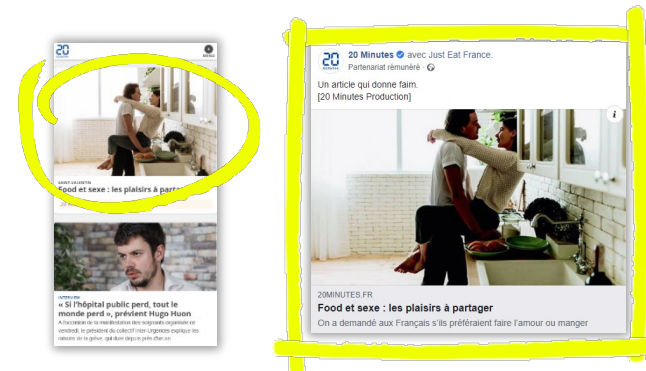
Champagne	32%
Chantilly	58%
Chocolat	30%

Cette contenu a été réalisé pour Just Eat par 20 Minutes Production, l'agence contenu de 20 Minutes.

8€ POUR UN TÊTE À TÊTE SANS PRISE DE TÊTE
TETEATETE

20 Minutes **20 Minutes Production**

- ♥ Un article print et digital dédié à Just Eat publié le **14 février 2020**
- ♥ Mise en avant de l'article en native sur le site 20 Minutes et sur Facebook



Près de **4M** de lecteurs touchés



JUST EAT

Février 2020

UNE VIDÉO SOCIALE CRÉÉE SUR MESURE POUR JUST EAT ET SON OPÉRATION SAINT VALENTIN : FOOD ET SEXE



Reprise de la thématique Food et Sexe dans une vidéo Facebook et une story Instagram

200k
de vidéos vues

LE CODE PROMO SPÉCIAL SAINT VALENTIN RELAYÉ VIA UNE CAMPAGNE PRINT ET DIGITAL IMPACTANTE

- ♥ Mise en avant du code promo :
- ♥ En print : 1/4 de page dans l'article et un streamer
- ♥ En digital : via les formats Masthead, Grand Angle et Pavé Mobile.

Près de **4M** de lecteurs touchés*

The collage features several key promotional elements:

- Newspaper Article:** A snippet from '20 minutes' with the headline "Saint-Valentin. On a demandé aux Français s'ils préféreraient faire l'amour ou manger? Food et sexe : les plaisirs à partager". The article discusses how many people prefer eating to sex on Valentine's Day.
- Mobile Phone Mockup:** A smartphone displaying the article and a red banner for "8€ POUR UN TÊTE À TÊTE SANS PRISE DE TÊTE" with the promo code "TETEATETE".
- Print Ads:** Multiple versions of the "8€ POUR UN TÊTE À TÊTE SANS PRISE DE TÊTE" banner featuring a plate of sushi and the Just Eat logo.
- Infographic:** A bar chart showing ingredients for 100% of recipes: Champagne (32%), Chintilly (58%), and Chocolat (30%).



*Source : ONE Global 2019 – plan cross