

## METRO SE DISTINGUE AVEC LE HIGH QUALITY READS

### **Metro réussit sa mission: le storytelling avec des résultats garantis.**

Metro revient fièrement sur ses premières propositions de publicité native en ligne selon la métrique «pay per high quality read». De cette manière, les annonceurs ne paient que pour un nombre garanti de lecteurs qui lisent leurs articles natifs avec attention pendant au moins 15 secondes. Des annonceurs tels que Actiris, AG Insurance, Bizidee, Failing Forward, Farmaline, Fidea, Joker, La Ville de Courtrai ou encore Vlam font déjà partie de cette réussite.

Les campagnes natives ont toutes atteint plus de lecteurs que prévu. Pour chaque article, nous avons enregistré une moyenne de 2.200 High Quality Reads, surpassant ainsi l'objectif de 1.500 High Quality Reads. Il semblerait donc que l'intégration de la publicité native en ligne et son développement de qualité aient été plus qu'appréciés.

Metro confirme ainsi une étape supplémentaire dans l'offre de projets de publicité native. Elle permet aux annonceurs de travailler de manière plus efficace avec le storytelling qualitatif, et cela avec des résultats garantis. Chez Metro, nous sommes déjà impatients de porter notre expertise plus loin dans la réalisation de campagnes natives.

Intéressés?

Renseignez-vous auprès de votre contact commercial Metro et découvrez nos exemples de cas réussis.

**Plus d'informations:** Monique Raaffels, Directrice Générale, 02/227.93.40 – 0477/62.89.44

---

Metro est le seul quotidien gratuit en Belgique et atteint chaque jour 693.200 lecteurs enthousiastes. Metro est distribué à l'échelle nationale dans les deux langues (français et néerlandais), grâce à un réseau de distribution efficace: stations de métro, gares, campus, hôpitaux, entreprises, aéroport de Bruxelles et Panos. Le journal compte deux rédactions indépendantes avec des journalistes néerlandophones et francophones. Metro a été lancé le 3 octobre 2000.