MEDIA KIT

INTERLUDE

SAS INTERLUDE MEDIA
158 Boulevard Voltaire, 75011 Paris

-document confidentiel-



INTERLUDE RACONTE LE MEILLEUR DU DIVERTISSEMENT ET DES TENDANCES CULTURELLES AUX 18-34 ANS.

NOS CONTENUS COUVRENT

4 THÈMATIQUES PRINCIPALES

CULTURE
LIFESTYLE
SPORT
TECH

+130M

de vues par mois

15 MILLIONS

de personnes touchées par mois

6%

taux d’engagement

UN MÉDIA EN

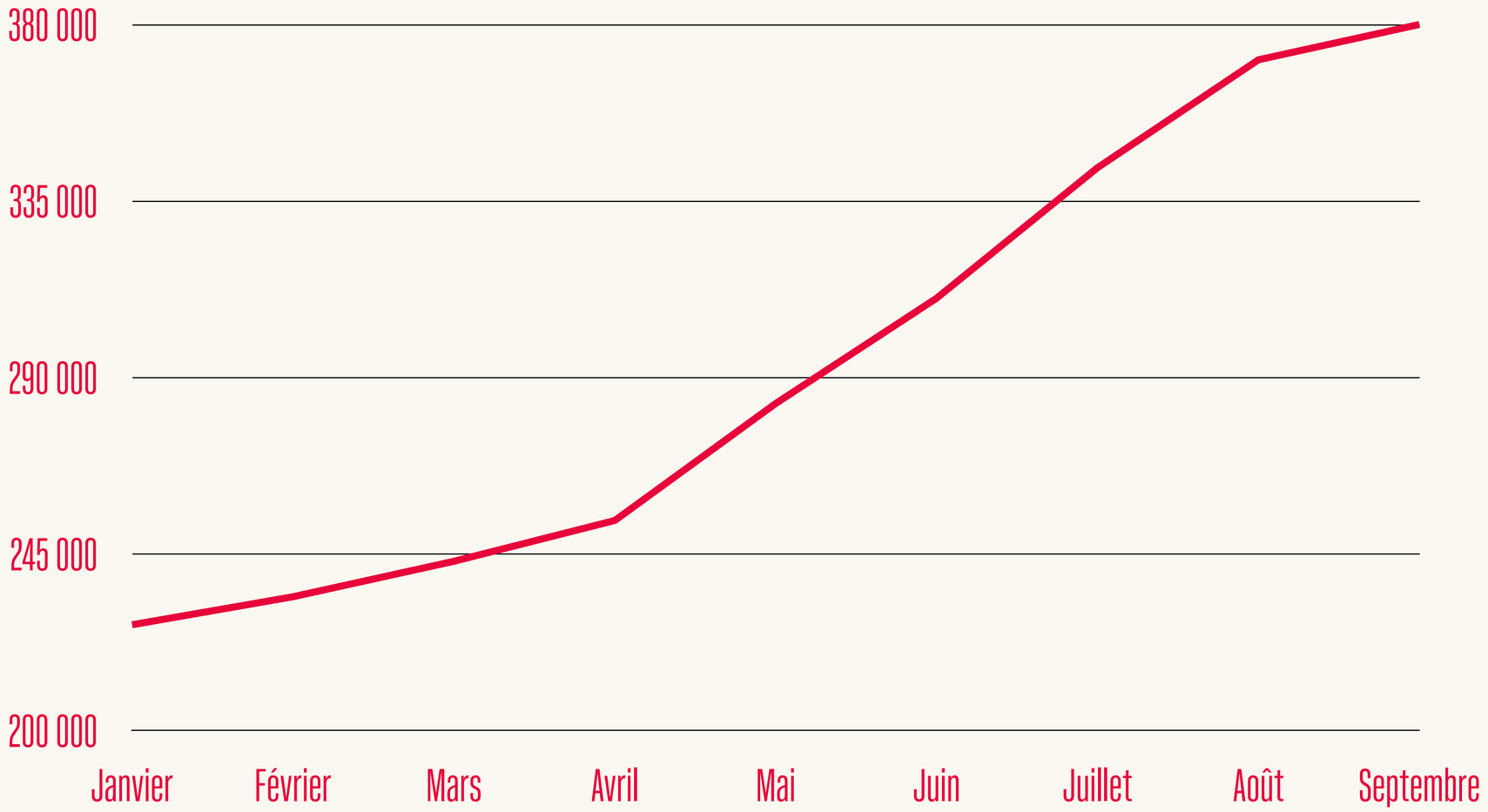
FORTE CROISSANCE

+380K

Followers sur **instagram**

+150K

Followers depuis le
1er janvier 2026



NOTRE AUDIENCE

LA GÉNÉRATION QUI INFLUENCE LA CULTURE

Ancrée dans des univers naturellement prescripteurs (musique, sport, tech, food, lifestyle).
Très forte réactivité sociale : saves, partages, UGC
interlude joue déjà un rôle de référent culturel auprès d'eux.

Femmes **Hommes**

45% 55%

18-24 ans **25-34 ans** **35-44 ans**

33% 37% 12%

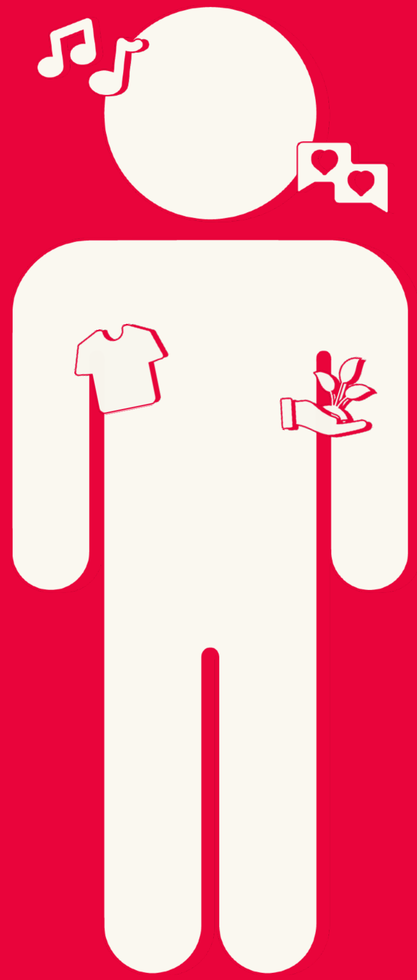
Villes :

Paris (30%), Marseille (13%), Lyon (12%)

suit l'actualité sportive, y compris des disciplines moins médiatisées

écoute les tendances musicales et va régulièrement en concert

est très connectée aux réseaux sociaux et aux plateformes de streaming



adopte rapidement **les nouvelles tendances lifestyle** (food, mode, événement…)

a un regard attentif sur **l'actualité pop-culture** (créateurs de contenus, gaming, série, ciné…)

s'implique socialement dans les sujets qui la touche (écologie, consommation, etc.)

POURQUOI S'ASSOCIER À INTERLUDE ?

UNE COMMUNAUTÉ
JEUNE ET ENGAGÉE

Nous parlons chaque jour à une audience **qualifiée** avec des contenus **natifs** qui génèrent un **engagement élevé**.

UN PARTENAIRE
CRÉATIF ET STRATÉGIQUE

Avec notre sens du storytelling et notre exigence éditoriale, chaque contenu est pensé **pour être clair, vivant et engageant.**

UN ANCRAGE
CULTUREL FORT

interlude incarne l**a culture du moment.** Pour une marque, c'est le point d'entrée naturel vers la Gen Z et ses **centres d'intérêt** (lifestyle, sport, musique, etc.).

UNE PRODUCTION
RAPIDE, SIMPLE ET COHÉRENTE

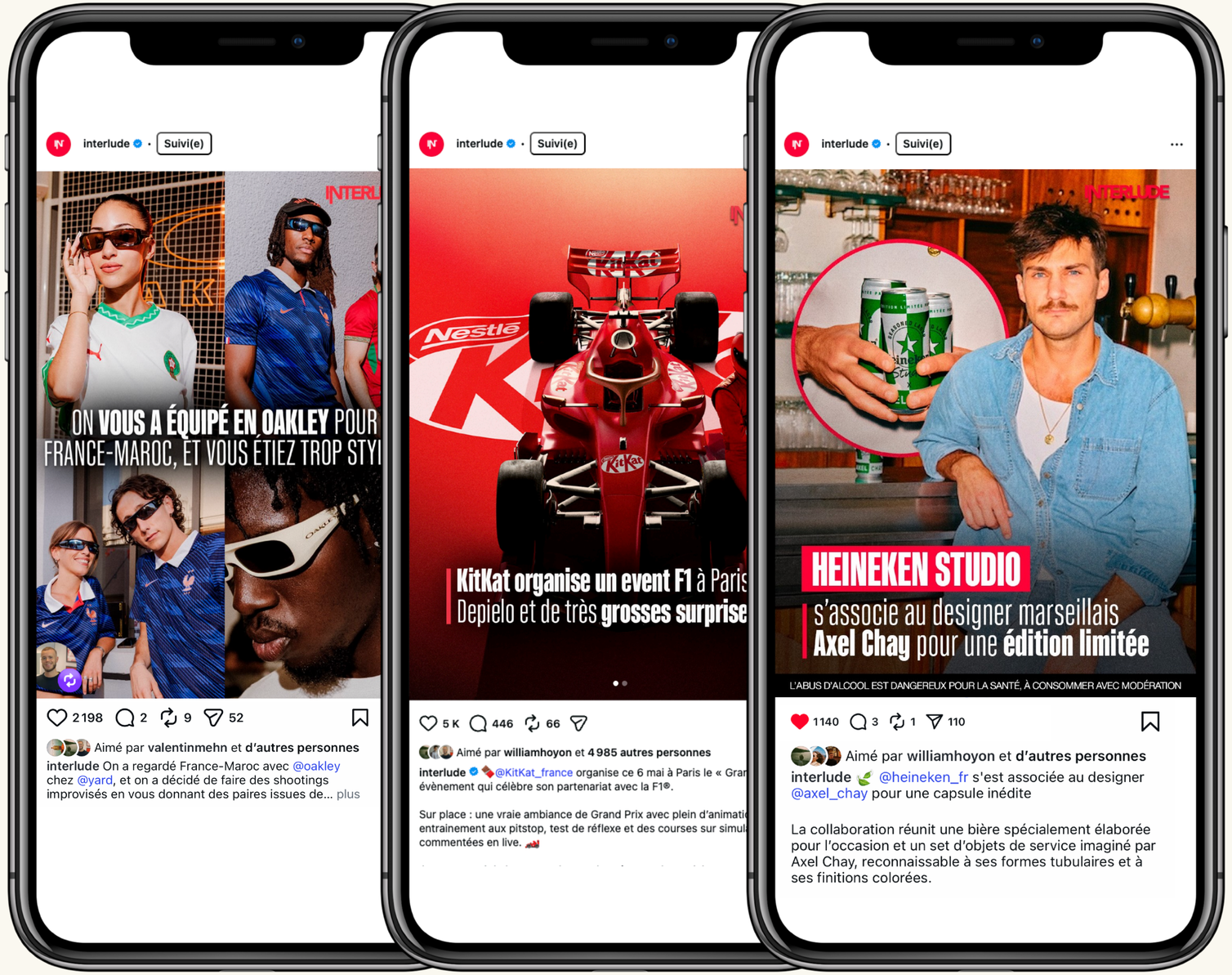
Nos process nous permettent de créer des formats adaptés aux plateformes et alignés avec les codes de la culture internet.

POST FEED

POUR MARQUER

I IDÉAL POUR

Révéler une collab
Annoncer un événement
Mettre en avant un produit
Teaser une nouveauté
Poster une image iconique

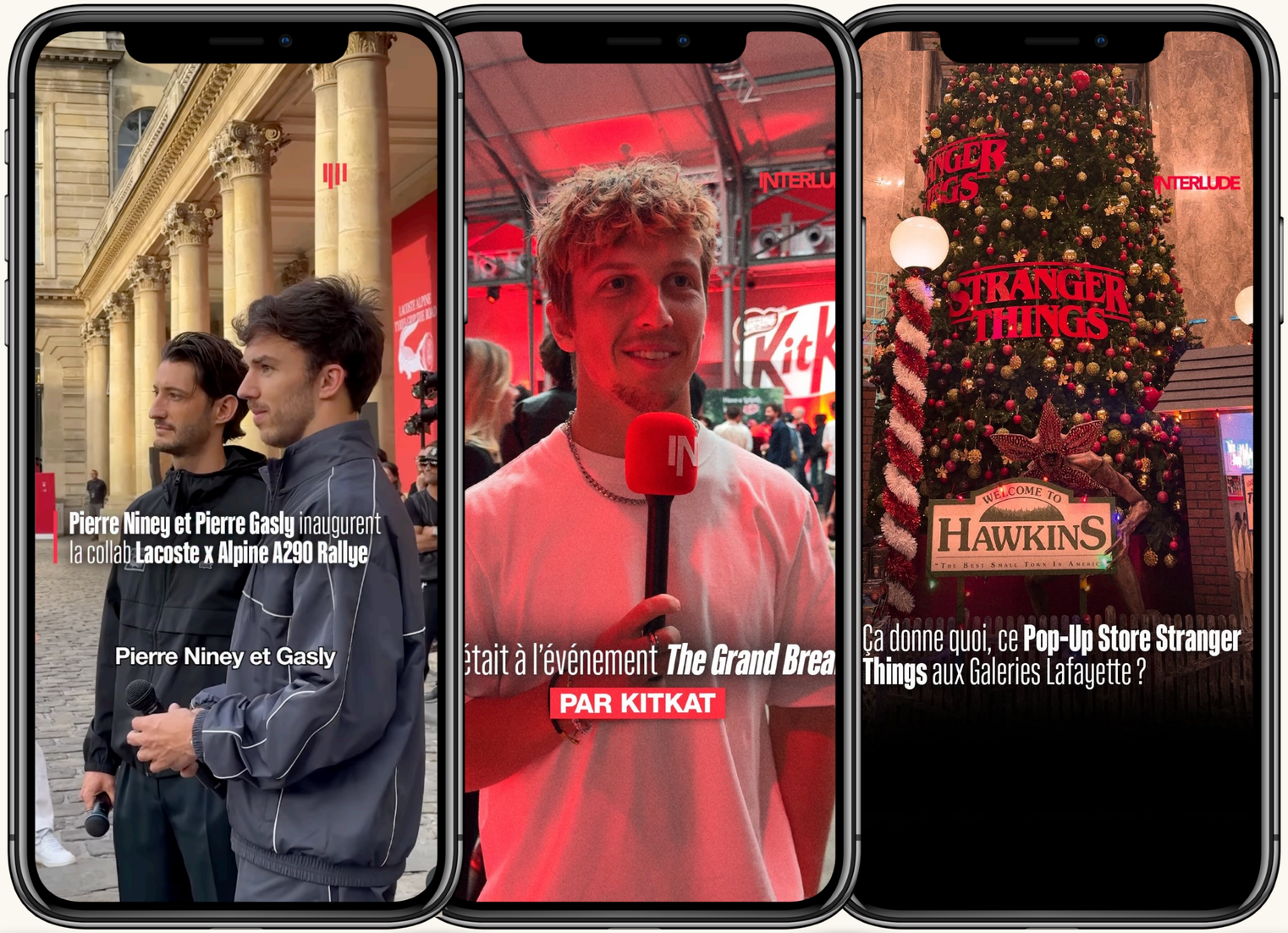


REEL+TIKTOK

POUR FAIRE VIVRE

I IDÉAL POUR

Faire rayonner une activation
Raconter une expérience
S’affilier à un talent



ACTIVER UNE COMMAUNUTÉ DANS LA VRAIE VIE

Depuis ses débuts, **interlude construit ses formats autour de sa communauté**. À travers des concepts comme Fan vs Artiste, Le rêve des abonnés ou Qui peut battre le champion, notre ligne est restée la même : **impliquer, faire participer, créer du lien réel avec les gens qui nous suivent.**

Avec le Club interlude, cette relation prend **une nouvelle dimension**. Le média **sort du digital** pour devenir une **expérience physique** faite de **rencontres**, **d'activités sportives** et **culturelles** et **d'accès privilégiés** à des **lieux** et **événements**.

Lancé récemment, le Club réunit déjà plus de **300 membres préviligiés** sur son canal WhatsApp. Une **communauté engagée**, **impliquée** dans les décisions : du vote du maillot aux futures activations. La communauté ne se contente plus de consommer du contenu mais y **participe activement**.

Le Club interlude devient ainsi un **terrain d'activations unique** pour les marques. Un espace où elles peuvent **s'intégrer naturellement** à des expériences réelles, **créer du lien direct avec une audience engagée** et prolonger cette présence à travers les **contenus du média**.

Le CLUB INTERLUDE



NOS FORMATS **ORIGINAUX**





SUPPORTER INFILTRÉ

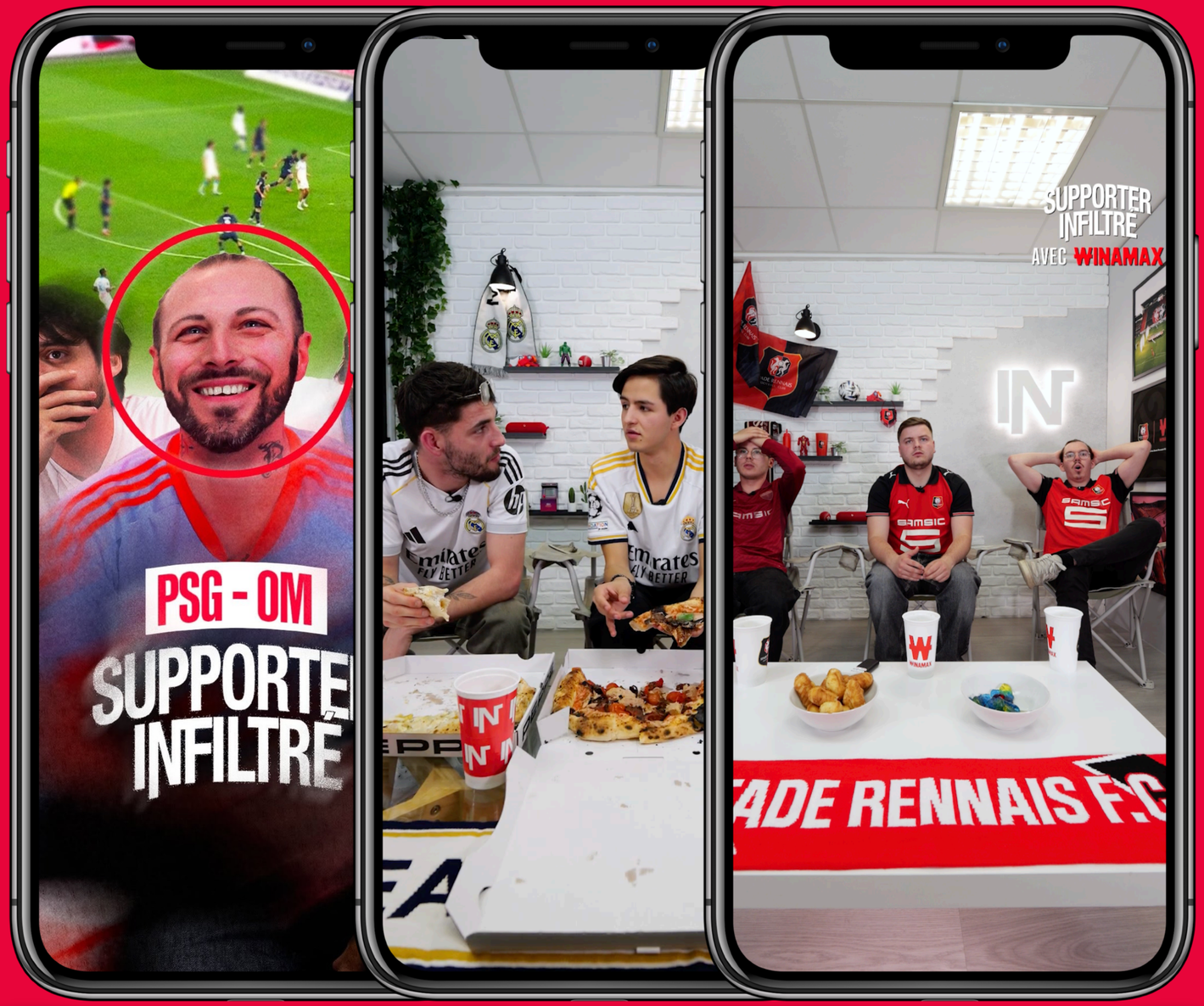
Lors d'un match, **deux supporters d'une même équipe** regardent la rencontre ensemble. **Un supporter de l'équipe adverse s'infiltre** parmi eux en se faisant passer pour un supporter du même camp.

Son objectif : ne pas se faire démasquer avant la fin du match.

I IDÉAL POUR

S'affilier à un format viral
Engager la communauté
Faire un placement de produit

- UNE INTÉGRATION NATURELLE
- UN FORT POTENTIEL DE VIRALITÉ
- UNE ATTENTION RÉELLEMENT CAPTÉE



LE RÊVE DES ABONNÉS

Une personnalité réalise le **rêve d'un abonné** interlude dans une courte capsule virale.

I IDÉAL POUR

Faire vivre une expérience
S'affilier à un format viral
Engager la communauté

- IMPACT IMMÉDIAT
- MESSAGE SIMPLE & FORT
- BOOST DE PERCEPTION DE MARQUE
- TRÈS BON ENGAGEMENT INSTANTANÉ



NOS FORMATS **SUR MESURES**

WINAMAX

LE SUPPORTER INFILTRÉ

CONTEXTE

Pour **mettre en avant ses partenariats** avec le RC Lens, le RC Strasbourg et le Stade Rennais FC, **Winamax** a fait confiance à interlude pour **intégrer sa marque au sein de "Supporter Infiltré"**, notre format football propriétaire. Déployée sur **trois épisodes**, l'opération mêlait n**aming du format, branding du décor et placement de produit** afin de toucher une **audience de passionnés** dans un **contexte de forte attention.**

3
Livrables

2,3M
de vues

52 SECONDES
de watchtime



MISSIONS

Conception du dispositif
Intégration de la marque et branding
Production des contenus vidéos
Stratégie Social Media & amplification

ADIDAS 10K PARIS

CONTEXTE

Pour promouvoir sa nouvelle paire de running **Adizero EVO SL**, adidas a fait confiance à interlude pour **organiser un Community Run** lors du **adidas 10K Paris 2025,** composé d'abonnés du média et ayant pour capitaine **Mehdi Maïzi.**

2
Livrables

2M
de vues

1,7M
De Reach



MISSIONS

Conception du format
Direction artistique
Sourcing talent
Production des contenus vidéos et photos
Stratégie Social Media & amplification

COCA-COLA TROPHY TOUR

CONTEXTE

À l'occasion du **FIFA World Cup Trophy Tour**, **Coca-Cola** a fait venir le trophée de la Coupe du monde à Paris au Flagship adidas. Pour accompagner l'événement, **la marque a proposé une activation autour des fans de football**, entre rencontres, photos avec le trophée et présence de plusieurs personnalités comme Djibril Cissé, Fabien Barthez et Bigflo & Oli.

2
Livrables

1,2M
vues

4%
d'engagement



MISSIONS

Conception du format
Production des contenus vidéos et photos
Stratégie Social Media & amplification

ADOBE FIREFLY

CONTEXTE

Pour mettre en avant les **applications créatives et l'IA générative Firefly**, interlude a collaboré avec Adobe et Yde.rz autour d'un défi photo en pleine rue.
L'objectif : réaliser un shooting sauvage de passants, puis enrichir chaque cliché avec des éléments liés à leurs passions grâce aux outils Adobe.

1
Livrable

500K
vues

5%
d'engagement



MISSIONS

Conception du format
Sourcing talent
Production des contenus
Stratégie Social Media & amplification

SQUARESPACE

CONTEXTE

Pour développer sa **notoriété** en France, **Squarespace** a fait confiance à interlude pour une campagne **ambitieuse** et **innovante**.

L'objectif était de mettre en avant la **communauté** interlude à travers une **galerie d'art digitale,** où les créateurs ont pu exposer leurs travaux sur un site **Squarespace**. Les meilleures oeuvres ont par la suite pris vie lors d'une **exposition** organisée au coeur de Paris, qui a pris une tournure de **concert** en fin de soirée.

60
oeuvres exposées

1000
Entrées

1M
De vues



MISSIONS

Conception des formats
Direction artistique
Sourcing artiste
Production
Stratégie Social Media & amplification



Contact : baptiste@intrld.com - 06.68.38.15.31

SAS INTERLUDE MEDIA - 158 Boulevard Voltaire, 75011 Paris - Siret: 88184217300018