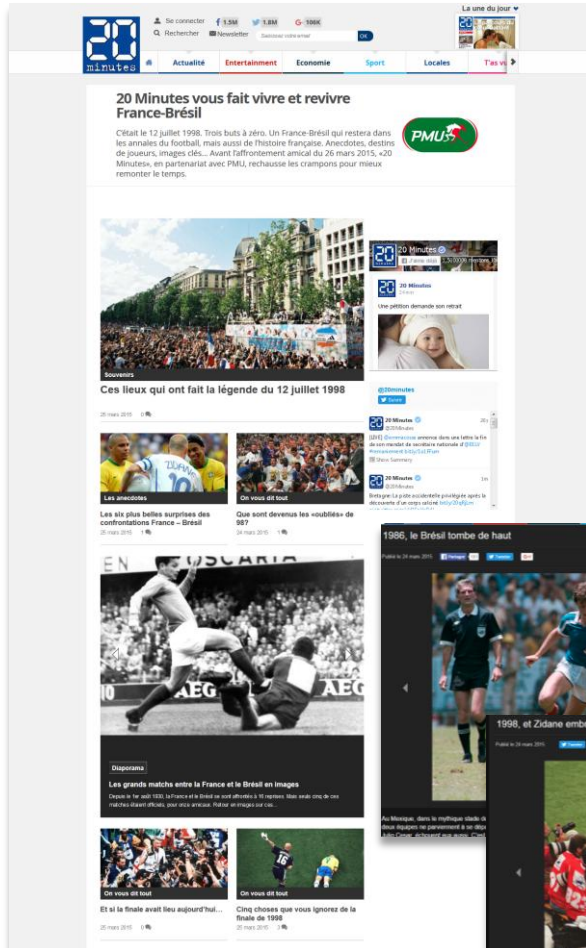




PMU

Espace dédié en courte durée (2 jours)

Mars 2015



Objectif de la marque :

- A l'occasion du match de foot amical **France – Brésil** en mars 2015, PMU souhaite **faire revivre le mythe** des affrontements entre les deux pays. A travers l'évocation des matchs légendaires, la marque souhaite **stimuler les paris sportifs**.

Réponse 20 Minutes :

- **Création d'un espace dédié** complet sur une durée très courte.
- **Une écriture multi-formats**, entièrement produite par les journalistes du pôle Magazine de 20 Minutes : infos insolites et anecdotes, images et vidéos qui retracent les matchs, destins des joueurs, parcours revival du 12 juillet 1998....

Dispositif :

- Une mise en place rapide (10 jours), un dispositif mise en avant sur une durée de 2 jours.
- Push des contenus sur la home sous formats native (web fixe, mobile et réseaux sociaux)