

Tère campagne !

La Française Des Jeux « **La Ola FDJ** »
Plus de 2000 places à gagner pour
l'Euro 2016.



Un an après sa création, en cours de 2^{ème} levée de fonds, ONPOD annonce une 1^{ère} campagne en partenariat avec Havas Média. 6 Millions de buchettes de sucre brandées « La OLA FDJ » distribuées au sein du réseau de cafés C10, de Mars à Mai 2016.

1^{ère} campagne !

La OLA FDJ : Olafdj.fr



- + 1 plateforme de jeux gratuits « La OLA FDJ » permettant de gagner + 2000 places pour l'EURO 2016
- + 6 millions de dosettes « brandées » La OLA FDJ
- + 5 000 points de ventes du réseau de cafés C10
- + Lancement : 21 Mars 2016



PATRICK BUFFARD

Directeur général Adjoint FDJ

La FDJ a souhaité s'associer au lancement de ONPOD. Cette volonté s'inscrit pleinement dans l'élan collectif lancé par FDJ à travers « LA OLA FDJ », son programme d'actions qui entend faire de l'UEFA EURO 2016™ une fête partout en France. Le plus petit média digital aura un grand rôle à jouer durant la compétition en créant du lien social et de la convivialité. FDJ souscrit pleinement à cette initiative qui correspond à son virage numérique et d'innovation.



CAMILLE DELETTREZ

Directrice Trade Marketing C10

En travaillant avec ONPOD, il nous a semblé intéressant de saisir l'opportunité de pouvoir commercialiser des espaces habituellement vides sur les produits génériques distribués sous la marque C10, pour 3 raisons principales : proposer à nos clients points de vente une offre ONPOD unique et donc un avantage concurrentiel, surprendre le consommateur, en lui offrant une expérience digitale originale et de pouvoir mieux connaître nos clients grâce à l'offre Big Data d'ONPOD.

Campagne réalisée en partenariat avec

HAVAS
MEDIA GROUP