

COMMUNIQUE DE PRESSE

PRBK VA VOUS METTRE DES GIFs! PUREBREAK

La nouvelle communauté digitale #1
des 15/24 ans dédiée à la Pop Culture

Levallois-Perret, le Mardi 26 Avril

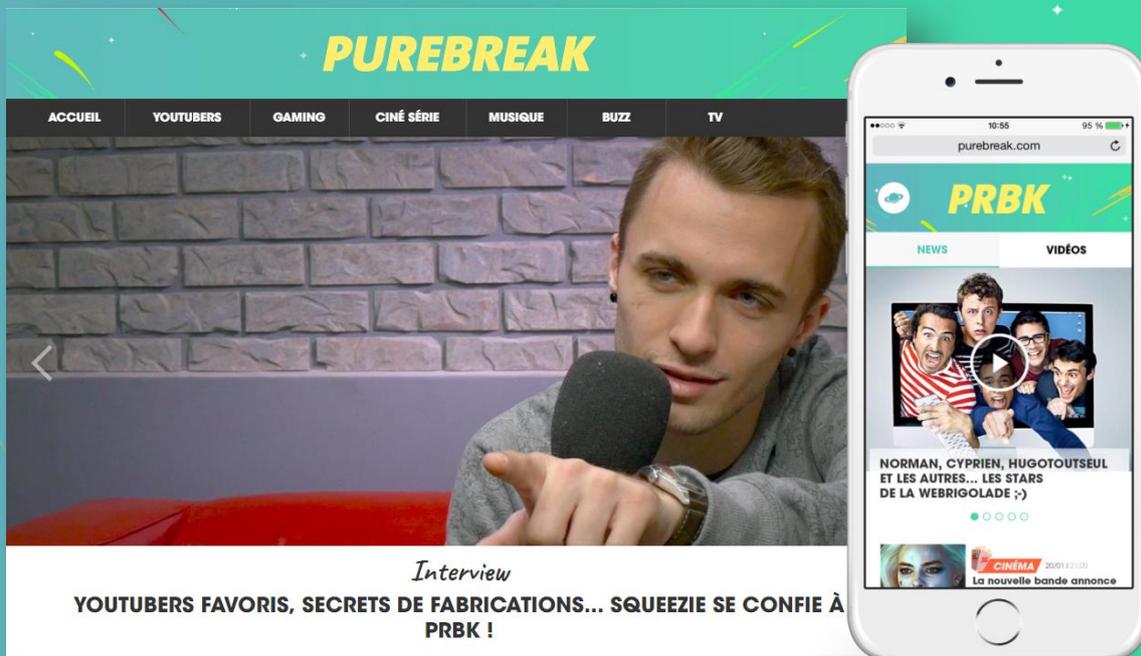


Lancée en 2013, Purebreak est devenue, en quelques mois, une marque incontournable de l'actualité des 15/24, de la musique, de la télévision et de ses séries, des jeux vidéo... touchant une cible jeune et connectée avec un ton libre, décalé et fun.

Alors que la **génération Z** développe des codes de communication et modes d'expression en rupture, Purebreak opère dès ce mardi 26 avril 2016 sa transformation en **PRBK**, une nouvelle expérience Pop Culture entièrement consacrée à ses centres d'intérêt, nouvelles incarnations et églées.

Avec **8 univers éditoriaux immersifs et affinitaires**, PRBK devient la marque multi-plateformes dédiée aux thématiques du divertissement plébiscitées par les 15/24 ans, et intègre à cette occasion les contenus et équipes rédactionnelles de JeuxActu.com (et ses marques FilmsActu - 1ère chaîne cinéma en France sur YouTube - et MusiqueMag), et de PureCharts (1er site sur l'actualité musicale en France*), déjà entités du groupe Webedia.

L'univers PRBK couvre ainsi 3,4M de visiteurs uniques sur ses supports et représente la première communauté digitale parmi les marques médias dédiées aux 15-24 ans, avec plus de 3 millions de passionnés abonnés à ses réseaux sociaux (Facebook, Snapchat, Instagram, YouTube, Twitter).**



Youtubers

Les coulisses des stars de
Youtube en exclusivité



Cinéma by Filmsactu

Trailers, news, critiques et interviews
ciné et séries, avec FilmsActu

Buzz

Les meilleures vidéos du web
et des réseaux sociaux



Gaming by Jeuxactu

Le gaming en temps réel, avec
JeuxActu.com

Musique by Purecharts

Actu musique, clips, concerts et
interviews exclusives avec PureCharts



Télévision

Toute l'actu des émissions
préférées des 15/24

Street

Mode, streetwear et sneakers



Sport

Vidéos virales et réseaux
sociaux de sportifs

Pour accompagner ce positionnement "Pop Culture", PRBK propose une nouvelle expérience de consommation avec une ergonomie et des contenus à la forme repensée pour s'adapter aux nouveaux usages de cette génération :

- "Snapchatisation" des contenus avec des commentaires visuels, des émojis et des micro vidéos
- **Vidéos in-feed** : un site pensé en priorité pour un usage mobile avec lecture optimisée des vidéos directement depuis les flux d'actu.
- Des animations éditoriales avec une **nouvelle mise en scène de Gifs** dès la home page PRBK et de ses huit univers.
- Une **nouvelle grammaire** qui joue avec les messages et enrichit l'expérience publicitaire, pour s'adresser sans complexe à une cible exigeante : nouveaux messages d'accompagnement des formats publicitaires vidéo.

QUAND TU DÉCOUVRES LES
AVANTAGES DE LA CARTE
BANCAIRE WELOVECINÉMA



DÉCOUVRE



SUR WELOVECINEMA.FR

#WE
LOVE
CINÉMA

par BNP PARIBAS

Lancement accompagné par We Love Cinéma - BNP Paribas

BNP Paribas, et sa plateforme We Love Cinema accompagnent le lancement de PRBK avec un dispositif de visibilité sur mesure, utilisant les nouveaux codes de communication de la plateforme : création de contenus natifs (articles, GIF dédiés), relais sur les plateformes sociales et une présence premium en formats événementiels sur la nouvelle plateforme... Une opération orchestrée par Webedia Brand Solutions en collaboration avec Havas Média.

Gif animé dès la homepage du site

A propos de Webedia

Depuis 2007, Webedia construit un maillage mondial unique de marques médias et de services à destination d'une audience passionnée, sur les thématiques fortes du divertissement et des loisirs. Avec plus de cinquante sites et applications dans le monde (Allociné, PurePeople, Puretrend, jeuxvideo.com, 750g.com, EasyVoyage, Tudo Gostoso...) et des chaînes puissantes sur les plateformes vidéo, le groupe rassemble plus de 90 millions de visiteurs uniques mensuels sur l'ensemble des écrans et plus de 27 millions en France*. Webedia propose des solutions de publicité, de e-commerce, et accompagne également ses clients dans la définition et la réalisation de leurs stratégies digitales, CRM, sociales et de « brand publishing ». Webedia a rejoint en mai 2013 la société française d'investissement Fimalac, dirigée par Marc Ladreit de Lacharrière. **(Inteme et Médiamétrie/NetRatings, Internet Global, octobre 2015, hors chaînes vidéo sur les plateformes)*

Contact Communication - Adrien Verseau – adrien.verseau@webedia-group.com

Contact Rédactions PRBK – Matthieu Renard – matthieu.renard@webedia-group.com

*au sein de la catégorie Musique / Médiamétrie/NetRatings, Internet Global, Janvier 2016, sites éditoriaux dédiés à l'actualité musicale (hors sites d'écoute en streaming ou radio, plateformes vidéo, billetterie, bases de paroles).

**parmi Melty, MinuteBuzz/Hero, Démotivateur

Source : Médiamétrie/NetRatings, Internet Global, Janvier 2016