

Paris, le 13 septembre 2017

Vivendi fier d'avoir accompagné Paris 2024 jusqu'à la victoire !

Vivendi, seul groupe de médias partenaire officiel de Paris 2024, est fier d'avoir aidé Paris à obtenir l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de 2024. Pendant plus d'un an, le Groupe a mis son savoir-faire médias et contenus au service de la candidature parisienne et tous ses métiers ont été associés aux temps forts de Paris 2024.

À l'aide de sa filiale audiovisuelle OFF.tv, Universal Music France a réalisé une cinquantaine de vidéos en lien avec l'actualité de Paris 2024. De plus, pour les journées olympiques des 23 et 24 juin derniers, l'artiste Prequell, accompagné de 80 musiciens, a été sollicité pour réinterpréter le Boléro de Ravel sur la piste d'athlétisme flottante entre le Pont Alexandre-III et le Pont des Invalides. Cet événement a été capté puis diffusé lors de la présentation de Paris 2024 devant le CIO à Lausanne en juillet.

Acteur majeur du sport et co-diffuseur des Jeux de Rio 2016, Canal+ a valorisé la candidature de Paris sur ses antennes sport (Canal+ Sport, Infosport+) et au-delà (Festival de Cannes, Césars, Grand Journal, Touche Pas à Mon Poste). Le groupe a également produit un documentaire d'une vingtaine de minutes sur les coulisses de la promotion internationale de Paris 2024 et consacré une rubrique hebdomadaire à Paris 2024 dans l'émission « Le + » sur Infosport+.

Gameloft a développé un jeu événementiel qui permet de découvrir le projet parisien pour les JO de manière ludique et interactive. Le jeu invite chaque joueur à parcourir les principaux sites olympiques de Paris 2024, du Château de Versailles à la Tour Eiffel, en incarnant les champions Teddy Riner ou Marie-Amélie Le Fur. Plus de 850 000 parties ont été jouées et le jeu reste accessible sur run.paris2024.org/.

Dailymotion, en tant qu'hébergeur de la chaîne officielle de Paris 2024, a relayé de nombreux temps forts de la candidature sur sa plateforme. Il assurera également le live stream du concert organisé ce vendredi 15 septembre sur le parvis de l'Hôtel de Ville, retransmis en direct par C8, où plusieurs artistes Universal Music se produiront.

A travers ces différentes initiatives, Vivendi a pleinement joué son rôle de « *relais d'émotion* », la signature que le Groupe a adoptée tout au long de cette campagne.

A propos de Vivendi

Groupe industriel intégré dans les contenus, les médias et la communication, Vivendi est présent sur toute la chaîne de valeur qui va de la découverte des talents à la création, l'édition et la distribution de contenus. Universal Music Group est le leader mondial de la musique présent tant dans la musique enregistrée que l'édition musicale et le merchandising. Il dispose de plus de 50 labels couvrant tous les genres musicaux. Groupe Canal+ est le numéro un de la télévision payante en France, présent également en Afrique, en Pologne et au Vietnam. Sa filiale Studiocanal occupe la première place du cinéma européen en termes de production, vente et distribution de films et de séries TV. Groupe Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde. Il est organisé en trois unités opérationnelles qui couvrent l'ensemble des métiers du secteur : créativité, expertise média et santé/bien-être. Gameloft est un des leaders mondiaux des jeux vidéo sur mobile, fort de 2 millions de jeux téléchargés par jour. Vivendi Village rassemble les activités de licence de la marque Paddington, Vivendi Ticketing (billetterie au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et en France), MyBestPro (conseil d'experts), la salle de spectacles L'Olympia et le Théâtre de l'Œuvre à Paris, les salles de spectacles CanalOlympia en Afrique et Olympia Production. Avec 300 millions d'utilisateurs uniques par mois, Dailymotion est l'une des plus grandes plateformes d'agrégation et de diffusion de contenus vidéo au monde.

www.vivendi.com, www.cultureswithvivendi.com