



COPYRIGHTS GROUP FETE LE 60ème ANNIVERSAIRE DE PADDINGTON AVEC UNE CHASSE AU TRESOR NUMERIQUE

Paris, Londres, le 11 octobre 2018 - Pour célébrer le 60ème anniversaire de Paddington et le développement de cette franchise familiale aux quatre coins du monde, la société Copyrights Group, qui gère les droits de la marque Paddington dans le monde, a créé une chasse au trésor numérique, ludique et interactive. Plusieurs autres entités de Vivendi et les partenaires de Paddington se sont associés à cette initiative.

Pour cette chasse au trésor, tous les amis de Paddington seront invités à l'aider à trouver une liste d'indices précieux. Ces derniers seront partagés en ligne tous les deux jours et donneront accès à un microsite dédié. Les fans y découvriront un tout nouvel univers, avec de nombreux mini-jeux permettant de gagner des prix. Cette chasse au trésor numérique sera lancée mondialement le jeudi 18 octobre sur les comptes des réseaux sociaux de Paddington et de ses partenaires. Elle durera dix jours.

Studiocanal, Dailymotion et UMG, trois entités de Vivendi, assureront la couverture médiatique de la chasse au trésor. Par ailleurs, Gameloft a créé des mini-jeux dédiés à la chasse tandis que Studiocanal et Dailymotion délivreront des indices. De son côté, Digital Factory, filiale d'Havas, la plate-forme numérique, qui permet de rendre vivante la chasse au trésor de Paddington, et Organic, autre entité d'Havas, assurera la promotion de l'événement.

Les partenaires de Paddington ont également répondu présents. Ils guideront les fans dans leur chasse au trésor :

Au Royaume-Uni, Studiocanal et Gameloft seront rejoints par HarperCollins Children's Books, maison d'édition de Paddington depuis soixante ans, et par Butlin's, chaîne de résidences de tourisme qui créera en 2019 un spectacle Paddington dans ses établissements.

Aux États-Unis, Dailymotion, Gameloft et HarperCollins Children's Books seront aussi accompagnés par Yottoy, la société qui crée notamment depuis plus de dix ans une large gamme de peluches Paddington.

En France, Gameloft sera rejoint par l'éditeur français du petit ours, Michel Lafon, et par deux distributeurs clés : Fnac, le leader européen de la distribution omnicanale de produits culturels et technologiques, et Le Comptoir Irlandais, l'ambassadeur en France de l'alimentation, du textile, des cadeaux et des spiritueux britanniques et irlandais (son site a été classé 2ème meilleure expérience client dans la catégorie des achats de produits alimentaires en 2018 par le magazine Capital).

En Allemagne, Studiocanal et Gameloft seront accompagnés par l'éditeur allemand de Paddington, Knesebeck, et par Europa Park, lauréat du Golden Ticket Award du meilleur parc d'attractions 2018. Les visiteurs d'Europa Park, qui est situé dans le sud-ouest de l'Allemagne, peuvent profiter d'attractions Paddington depuis 2017.

En 2018, 60 ans se sont écoulés depuis la publication du premier livre de Michael Bond, A Bear Called Paddington, qui a propulsé le petit ours dans les foyers du monde entier. Grâce à The Copyrights Group, Vivendi marque cette importante étape par le développement de nouveaux contenus, d'événements en direct, de partenariats commémoratifs et de produits. Sans oublier sur les réseaux sociaux l'hashtag #Paddington60 !

Notes aux journalistes

Pour toute information, merci de contacter :

Polly Emery, SVP Brand and International Licensing chez Copyrights Group.
Email : polly.emery@copyrights.co.uk

À propos de l'ours Paddington

Pendant presque 60 ans, l'écrivain britannique Michael Bond a diverti parents et enfants du monde entier avec ses histoires de Paddington, un petit ours venu du fin fond du Pérou connu pour son amour de la marmelade.

Paddington est populaire auprès des enfants et des adultes qui l'affectionnent et sont particulièrement chaleureux avec lui. Le charme et l'humour des histoires de Paddington sont la clé de cette durable popularité.

Les aventures de Paddington ont été adaptées à plusieurs reprises pour la télévision et, fin 2014, le petit ours a fait ses débuts sur grand écran. Le film, produit par Studiocanal, une filiale du groupe international de médias et de contenus Vivendi, fut le film familial non hollywoodien ayant généré le plus gros box-office à ce jour. Un deuxième film, Paddington 2, est sorti partout dans le monde fin 2017. En 2016, Vivendi est devenu l'unique propriétaire mondial de la marque Paddington en acquérant The Copyrights Group.

Michael Bond est décédé en juin 2017, laissant l'héritage de l'un des personnages pour enfants les plus aimés au monde. Cette année marque le 60e anniversaire du premier livre Paddington, A Bear Called Paddington, publié par la maison William Collins, le 13 octobre 1958.

Vous pouvez suivre Paddington sur Twitter : [@paddingtonbear](https://twitter.com/paddingtonbear)

Et "Liker" la page Facebook de Paddington's à : <https://www.facebook.com/PaddingtonBear/>

©P&Co. Ltd./SC 2018

Licence pour le compte de Studiocanal S.A.S par Copyrights Group