

Paris, le 9 mars 2009

VIVENDI SE POSITIONNE COMME UN LEADER MONDIAL DE LA COMMUNICATION ET DU DIVERTISSEMENT DANS SA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

À partir du 9 mars, Vivendi lance une nouvelle campagne de communication. L'objectif de cette prise de parole est d'afficher, de façon claire et attrayante, le lien entre Vivendi, ses métiers et ses marques. C'est l'occasion pour Vivendi de rappeler aux milieux économiques, aux leaders d'opinion et au grand public averti, la richesse de son portefeuille d'activités et d'affirmer le leadership de chacun des métiers : Activision Blizzard N°1 mondial des jeux vidéo, Universal Music Group : N°1 mondial de la musique, SFR : N°2 français des télécoms, Maroc Telecom : N°1 marocain des télécoms, Groupe Canal+ : N°1 français de la télévision payante.

La campagne, développée avec BETC Euro RSCG, met à l'honneur les différents métiers du groupe, chacun illustré par une planète. L'ensemble des «planètes-métiers» forme l'univers Vivendi : un écosystème d'activités fédérées sous la bannière de la communication et de l'entertainment (divertissement).

Les métiers sont représentés de manière immédiate et divertissante. Les visuels sont travaillés en détail pour donner à chacun la curiosité et le plaisir de s'immerger dans les différents mondes.

La conception et la réalisation de ces visuels ont été confiées à différents graphistes à Paris, à Madrid, et à Milan.

Cette campagne sera déployée principalement en presse (quotidienne, économique, news et financière) en France et au Royaume Uni, dans un premier temps.

Vivendi parrainera également, de mars 2009 à janvier 2010, l'émission «C'est au Top» sur i>Télé, chaîne d'information du Groupe Canal+ diffusée sur la TNT, le câble et le satellite.

Site dédié à la campagne : <http://www.vivendi.com/publicite/>

A propos de Vivendi

Groupe français leader mondial de la communication, Vivendi rassemble Activision Blizzard (numéro un mondial des jeux vidéo), Universal Music Group (numéro un mondial de la musique), SFR (numéro deux français de la téléphonie mobile et fixe), Maroc Telecom (numéro un marocain de la téléphonie mobile et fixe), Groupe Canal+ (numéro un français de la TV payante) et NBCU (20 % du leader américain de la TV et du cinéma). En 2008, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 25,4 milliards d'euros et un résultat net ajusté de 2,7 milliards. Présent dans 77 pays, il compte environ 44.000 collaborateurs. www.vivendi.com