

Paddington™ devient le nouveau défenseur des enfants à l'UNICEF
L'UNICEF et Vivendi annoncent un nouveau partenariat qui s'inspirera de l'ours emblématique pour promouvoir les droits des enfants dans le monde entier



20 Septembre 2017 - Vivendi, groupe industriel intégré dans les contenus, les médias et la communication, propriétaire de la marque Paddington, annonce aujourd'hui un partenariat de long terme avec l'UNICEF, la plus grande organisation de défense des droits des enfants au monde. Le partenariat verra Paddington, le petit ours adoré des enfants, devenir le nouveau défenseur des enfants pour l'UNICEF et poursuivre l'objectif de l'UNICEF de promouvoir les droits des enfants partout dans le monde et d'aider à les garder heureux, en bonne santé et en sécurité. Le partenariat est né de la mutuelle reconnaissance des deux organisations que les valeurs incarnées par Paddington, de gentillesse, tolérance et persévérance face à l'adversité, ou même ses mésaventures entachées de marmelade, faisaient de lui le parfait défenseur des droits des enfants.

Les premières activations du partenariat se produiront au Royaume-Uni, aux États-Unis, et en Europe, et devraient coïncider avec la sortie fin 2017 de *Paddington 2*, la suite très attendue du film *Paddington* sorti en 2014, et avec le 60^{ème} anniversaire du premier livre de *Paddington* qui sera célébré dans le monde en 2018.

Au Royaume-Uni, *Paddington* soutiendra la campagne de l'UNICEF UK en faveur des enfants réfugiés et sera mis en avant dans la campagne *OutRight* de l'UNICEF UK, au cours de laquelle des millions d'enfants à travers le Royaume-Uni, apprennent sur leurs propres droits et deviennent ainsi habilités à s'exprimer eux-mêmes pour soutenir et défendre les droits de tous les enfants. La campagne de cette année mettra en avant l'histoire de *Paddington*, qui doit quitter son foyer au Pérou, et est envoyé à Londres avec une étiquette autour de son cou demandant poliment à quiconque le trouve « S'il vous plait, prenez soin de cet ours. Merci ». *Paddington* trouve une nouvelle famille, une nouvelle maison et une nouvelle communauté, notamment grâce à sa nature amicale, sa politesse et sa capacité à se défendre en cas de besoin, en fixant d'un air réprobateur les personnes qui ont « oublié » comment se comporter. Son histoire aidera les enfants au Royaume-Uni à apprendre, que le droit à un foyer, à être pris en charge et à une éducation s'applique à tous les enfants.

L'activation dans les autres pays sera communiquée au cours des prochains mois.

Lily Caprani, Directrice exécutive adjointe chez UNICEF UK, a déclaré : « *Nous vivons un temps où des millions d'enfants dans le monde sont forcés de quitter leur foyer et doivent faire confiance à la bonté des étrangers. Ainsi, il semble particulièrement approprié et bienvenu de travailler avec un partenaire comme Vivendi, et d'avoir un défenseur comme Paddington, dont la propre histoire de quitter le Pérou et de trouver une nouvelle famille et une maison dans un pays étranger, résonne aussi fortement aujourd'hui, comme lors de sa première publication. Avec l'aide de partenaires comme Vivendi et Paddington, nous pourrions nous assurer que des millions d'autres personnes entendent parler des droits de l'enfant et, avec leur soutien, construire un monde dans lequel chaque enfant, où qu'il se trouve, sait qu'il y aura des gens comme Monsieur et Madame Brown, pour les garder heureux, en bonne santé et en sécurité* ».

Simon Gillham (OBE), membre du Directoire de Vivendi, a déclaré : « *Nous sommes extrêmement fiers que l'UNICEF ait choisi Paddington pour sa campagne de promotion des droits des enfants partout dans le monde. Paddington est l'exemple parfait de tolérance, d'amour et d'ouverture à d'autres cultures, du Pérou au reste du monde* ».

* * *

Pour plus d'information, veuillez contacter :

Stephanie Shepherd, Senior Communications Manager, Unicef UK

Email: stephanies@unicef.org.uk

Tel: + 44 (0)20 7375 6095

Jean-Louis Erneux, Vice President, Press Relations and New Media

Email: Jean-Louis.erneux@vivendi.com

Tel: 01 71 71 15 84

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

A propos de l'UNICEF

L'UNICEF promeut les droits et le bien-être de chaque enfant, dans toutes ses actions. Dans 190 pays et territoires, nous travaillons pour chaque enfant, chaque jour, partout, afin de construire un monde meilleur pour tous. Pour plus d'informations sur l'UNICEF et son travail : www.unicef.fr

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, l'ours venu du fin fond du Pérou et connu pour son amour de la marmelade. Depuis la publication en 1958 chez HarperCollins du premier livre, « Un ours nommé Paddington », 14 autres romans et d'innombrables autres formats ont été publiés.

Paddington a fait ses premiers pas au cinéma en 2014. Le film, produit par STUDIOCANAL, une filiale du groupe de médias et de contenus internationaux Vivendi, fut le film familial non hollywoodien qui a généré le plus gros box-office à ce jour. Un deuxième film sur Paddington, Paddington 2, sortira en salles partout dans le monde dès fin 2017.

En 2016, Vivendi est devenu l'unique propriétaire mondial de la marque Paddington en acquérant The Copyrights Group.

©P&Co. Ltd./SC 2017

Licensed on behalf of Studiocanal S.A.S by Copyrights Group