



Paris, le 30 octobre 2020

Vivendi est Sponsor Officiel de la Coupe du Monde de Rugby France 2023

Vivendi devient Sponsor Officiel de la prochaine Coupe du Monde de Rugby qui se tiendra en France en 2023. L'annonce a été faite aujourd'hui lors d'une émission spéciale rassemblant toutes les forces vives de l'Ovalie sur le plateau du Canal Rugby Club et diffusée sur Dailymotion ainsi que sur le site web de Vivendi.

Vivendi, qui comptait déjà parmi les premiers soutiens de la candidature de la France à l'organisation de la Coupe du Monde de Rugby 2023, est également le seul **Sponsor Officiel Entertainment** de la compétition. Il s'agit d'un des premiers sponsors à rejoindre **le troisième plus grand spectacle sportif au monde**.

L'ensemble du groupe Vivendi se mobilise pour que cette Coupe du Monde de Rugby soit un grand succès. Tous les métiers du divertissement du Groupe, chacun avec ses formes d'expression et ses publics propres, assurera un retentissement sans précédent à cette compétition sportive pour faire découvrir et aimer le rugby à de nouveaux publics.

Vivendi n'a pas attendu l'annonce officielle de sa collaboration avec l'événement phare du rugby mondial pour s'engager sur plusieurs projets d'ampleur. **Universal Music A&R** a réalisé la production du Train de la Coupe du Monde de Rugby qui a sillonné la France pendant un mois et demi du 8 septembre au 12 octobre. À cette occasion, **Editis** a édité le livre de recettes du *XV de la gastronomie* composé de 23 Chefs réunis par France 2023.

Au sein d'Havas, **BETC** a pensé et réalisé les vidéos animées annonçant chaque Sponsor Officiel de la Coupe du Monde de Rugby France 2023. **Havas Paris** a réalisé l'ensemble du « branding » et de la communication de Campus 2023, le Centre de Formation des Apprentis créé par le Comité d'Organisation France 2023 pour former en alternance la nouvelle génération des experts du sport de demain.

Enfin, plusieurs filiales d'**Havas** (Havas Sports & Entertainment, Havas Media, Havas Data Business Intelligence, ecselis), ainsi que **See Tickets** pour son expertise de CRM, ont été retenus par France 2023 pour le marketing et le plan media de l'événement.

Pour **Yannick Bolloré**, Président du Conseil de surveillance de Vivendi, « *Le rugby est intimement lié à l'identité de Vivendi depuis plus de trente ans. Il était donc naturel pour nous de nous associer à cette formidable aventure que constitue l'organisation d'une Coupe du Monde de Rugby en France. En plus de faire découvrir ce sport à un public plus large, je suis extrêmement heureux d'inscrire cette démarche aux côtés de la Coupe du Monde de Rugby France 2023 autour d'engagements sociétaux forts.* »

Pour **Arnaud de Puyfontaine**, Président du Directoire de Vivendi, « *Mettre en adéquation une compétition sportive de tout premier plan et un événement festif s'adressant à un large public est un superbe défi à relever. Nos différents métiers évoluent au croisement du divertissement, des médias et de la communication, et sont porteurs de valeurs fortes. A ce titre, je suis convaincu que nous pourrons tous ensemble contribuer au succès de la Coupe du Monde de Rugby France 2023.* »

Au-delà des 48 matchs du tournoi, Vivendi et la Coupe du Monde de Rugby France 2023 veulent porter haut et fort les valeurs du rugby et inscrire leur action autour d'engagements sociétaux portant sur l'économie circulaire et durable, l'éducation et la formation, l'inclusion sociale et territoriale et le respect de toutes les différences.

Pour plus d'informations : <https://www.vivendi.com/france2023/>

A propos de Vivendi

Vivendi travaille depuis 2014 à la construction d'un groupe européen d'envergure mondiale dans les contenus, les médias et la communication. Dans la création de contenus, le Groupe détient des actifs puissants et complémentaires dans la musique (Universal Music Group), les séries et films (Groupe Canal+), l'édition (Editis) et les jeux vidéo (Gameloft), qui sont les contenus de divertissement les plus consommés dans le monde. Dans la distribution, Vivendi a acquis et repositionné Dailymotion pour doter ses contenus d'une nouvelle vitrine numérique. Le Groupe s'est également rapproché de plusieurs opérateurs télécoms et plateformes afin d'élargir au maximum ses réseaux de distribution. Dans la communication, Havas dispose d'une expertise créative unique dans la valorisation des contenus gratuits et dans les formats courts, de plus en plus utilisés sur mobile. Par ailleurs, dans le spectacle vivant, la valorisation de franchises et la billetterie, Vivendi explore de nouvelles activités complémentaires de ses métiers, fédérées sous Vivendi Village. Les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré et créant ainsi plus de valeur. www.vivendi.com