

## Le MULTICAM Visa : MEC et TF1 Publicité orchestrent pour Visa le lancement d'un dispositif innovant

### Prenez les commandes des plus belles affiches de la Coupe du Monde de la FIFA 2014™

Visa, Partenaire Officiel de la Coupe du Monde de la FIFA 2014™ annonce aujourd'hui la mise en place avec TF1 Publicité d'un dispositif permettant aux téléspectateurs de prendre le contrôle sur MYTF1 des 28 meilleurs matchs de la compétition.

#### **Un dispositif innovant et engageant pour le plus grand plaisir des téléspectateurs**

Lors de la retransmission des matchs par TF1, Visa proposera en exclusivité à tous les téléspectateurs français un dispositif multicanal exceptionnel, accessible sur MYTF1, leur permettant de prendre les commandes des matchs.

En effet, en plus du flux officiel diffusé, pas moins de 5 caméras additionnelles seront activables au choix et en direct depuis le site web et les applications Mobile/Tablette de MYTF1. Pour la première fois lors de la Coupe du Monde de la FIFA™, les téléspectateurs pourront visionner les rencontres selon différents angles, sur tous les écrans. Un moyen plus personnel de vivre son match en suivant le joueur vedette, le banc de touche, ou la vue aérienne offrant une meilleure compréhension de la stratégie de jeu des équipes. Cette fonctionnalité, baptisée « Multicam Visa », permettra aussi de revoir sous différents angles les actions-phares de chacun des matchs pendant leur diffusion sur TF1 et de suivre plus de 4h de direct à chaque rencontre, de l'arrivée des joueurs au stade à la conférence de presse d'après-match.

Avec cette opération développée en collaboration avec l'agence MEC, Visa offre aux téléspectateurs de TF1, une nouvelle manière de consommer leur programme, plus interactive et personnalisée. C'est une manière pour Visa, à travers son partenariat avec la FIFA de démontrer qu'au-delà des paiements, la marque continue à innover. Des innovations qui se retrouvent sous différentes formes mais qui servent toujours un même objectif : simplifier et agrémenter le quotidien des Français.

Le dispositif sera annoncé via un message de promotion de 10 secondes diffusé en écran publicitaire avant les 6 matchs les plus emblématiques de la compétition. En complément, il sera accompagné d'une campagne d'autopromotion sur MYTF1.

En parallèle, Visa diffusera pendant la Coupe du Monde de la FIFA™ son dernier film de marque. Dans la continuité de la campagne promotionnelle lancée par Visa en mars dernier, celui-ci mettra en scène Usain Bolt, Ambassadeur de l'Innovation pour Visa Europe et fan inconditionnel de football. Ce

spot montrera le trajet d'Usain Bolt depuis son pays d'origine, la Jamaïque, jusqu'au stade Maracana au Brésil. Durant ce périple, chacun des achats de l'athlète illustrera les innovations technologiques de paiement Visa mobile, sans contact, e-commerce et leurs avantages, à savoir : la rapidité, la facilité et la sécurité.

Pour Visa, le sponsoring des plus grands événements sportifs internationaux constitue une toile de fond unique pour inciter les consommateurs à se tourner vers la marque.

Charlotte Desbons, Directrice marketing et communication chez Visa Europe, précise : « *Visa est une marque très proche du grand public et s'engage à faciliter le quotidien des Français. Ce dispositif exceptionnel s'inscrit dans une démarche d'innovation aujourd'hui totalement ancrée dans notre ADN. Grâce à ce partenariat avec le Groupe TF1, les Français pourront avoir accès à un dispositif inédit leur permettant de devenir acteurs de la Coupe du Monde de la FIFA™.* »

Bertrand Nadeau, Directeur délégué 361 de TF1 Publicité, ajoute : « *A l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014™, TF1 Publicité se devait de déployer un dispositif de grande envergure permettant à une marque d'être en contact avec tous nos utilisateurs sur tous les écrans grâce à une intégration native dans MYTF1. Visa nous est alors rapidement apparu comme étant le partenaire naturel de ce dispositif innovant et multicanal.* »

#### Contacts presse :

**TF1 Publicité** : Sophie Danis - Chef de service communication - 01 41 41 17 28 - [sdanis@tf1.fr](mailto:sdanis@tf1.fr)

**MEC** : Aude Allard, MEC Access - +33 (0)1 53 57 64 72 - [Aude.Allard@mecglobal.com](mailto:Aude.Allard@mecglobal.com)

**VISA** : Nathalie Chabaud - 01 40 15 19 32 - [chabaudn@visa.com](mailto:chabaudn@visa.com)

Lise Gallard / Philippe Torregrossa

01 56 03 12 87 / 13 39 / 12 70

[lise.gallard@bm.com](mailto:lise.gallard@bm.com) / [philippe.torregrossa@bm.com](mailto:philippe.torregrossa@bm.com)

## **A propos de TF1 Publicité**

*TF1 Publicité, première régie plurimédia d'Europe, commercialise les espaces publicitaires des chaînes du Groupe TF1 (TF1, HD1, LCI, Eurosport, TV Breizh, Styliia, Ushuaïa TV, Histoire), des groupes Disney et Turner ainsi que des chaînes TF6, beIN SPORTS, Numéro 23 Discovery Channel et Discovery Science. Elle assure également la régie des espaces publicitaires des sites Internet : MYTF1.fr, MYTF1 News, WAT.tv, Eurosport.fr, TFou.fr, Automoto.fr, Disney.fr, Bouyguestelecom.fr... La Régie continue le déploiement de sa stratégie digitale autour des cinq écrans que sont la télévision, l'IPTV, le Web, le mobile et les tablettes en s'appuyant sur les marques et les droits audiovisuels du groupe TF1. Sur le marché des radios, TF1 Publicité commercialise les espaces des Indés Radios et de MFM Radio ainsi que pour la presse gratuite, Metronews.*

*TF1 Publicité propose à ses annonceurs des modes d'expression différenciés et adaptés au travers de la diversité et de l'attractivité des supports publicitaires qu'elle commercialise.*

*TF1 : ±32 millions de téléspectateurs quotidiens*

*MYTF1 (site et IPTV) : n°1 de la télévision de rattrapage*

*MYTF1 (application mobile et tablette) : 5,4 millions de téléchargements*

*Les Indés Radios : ±8,5 millions d'auditeurs quotidiens*

*Metronews : ±3 millions de lecteurs quotidiens*

*Pour plus d'information, consultez le site [www.tf1pub.fr](http://www.tf1pub.fr) et suivez nous sur Twitter : @tf1pub*

## A propos de MEC

*MEC France est une des cinq agences media de GroupM/WPP (MEC, Mindshare, Mediacom, KR Media et Maxus).*

*MEC est l'un des plus importants réseaux d'agences média au niveau mondial et compte 4 500 talents à travers le monde qui accompagnent les clients à un niveau national ou international. MEC Emea vient par ailleurs d'annoncer le gain de Vodafone. En France, MEC compte 70 collaborateurs. Ses principaux clients sont Colgate, Activision-Blizzard, Michelin, Johnson & Johnson. MEC France a récemment annoncé le gain du budget LesFurets.com.*

## A propos de Visa Europe

Visa Europe est une entité détenue et contrôlée exclusivement par ses membres européens, présents dans 37 pays.

Visa Europe évolue à la pointe de la technologie pour créer des services et des infrastructures qui permettent à des millions de consommateurs européens, aux entreprises et aux gouvernements, d'effectuer des paiements électroniques. Ses membres sont chargés de produire les cartes, de passer des accords de distribution et de fixer les cotisations demandées aux titulaires de cartes et aux commerçants.

En tant qu'organisation associative, Visa Europe applique un modèle à volume élevé et à bas coût fournissant des services à ses membres. Ses bénéfices sont réinvestis dans l'entreprise et viennent grossir son capital et ses réserves.

Il y a aujourd'hui 500 millions de cartes en circulation en Europe et 1 € sur 6,50 est désormais dépensé par carte Visa (1 € sur 4,5 en France). Sur l'année écoulée\*, les dépenses et les retraits par cartes Visa représentent 2 000 milliards d'euros et les dépenses au point de vente atteignent 1 400 milliards d'euros, soit une progression de 8,5%. Les dépenses en ligne, avec une croissance de 20% par an, représentent 240 milliards d'euros, sur la même période.

Depuis 2004, Visa Europe opère en Europe, indépendamment de la société internationale Visa Inc. L'association est enregistrée en Grande-Bretagne et détient une licence de la marque Visa, exclusive, irrévocable et perpétuelle. Visa Europe, système de paiement leader en Europe, peut répondre rapidement aux besoins spécifiques des banques européennes et de leurs clients ainsi qu'aux objectifs de la Commission Européenne afin de mettre en place un véritable marché unifié des paiements.

Pour plus d'information, rendez-vous sur les sites [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com) et [www.visa-europe.fr](http://www.visa-europe.fr)