



Communiqué de Presse  
Paris, le 14 septembre 2017

## Disneyland® Paris comme vous ne l'avez jamais vu !

Du 15 septembre au 1er octobre 2017, la TV d'Orange propose à ses clients pour la première fois un dispositif exceptionnel dédié à Disneyland Paris.

### Disneyland Paris sur la TV d'Orange : dispositif innovant et immersif

Orange Advertising<sup>1</sup>, la régie du groupe Orange, accélère dans l'innovation publicitaire en proposant du Native Advertising sur l'IPTV et dédie une chaîne événementielle (canal 29) de la TV d'Orange à la première destination touristique d'Europe.

Cet univers totalement immersif renforce l'interactivité avec le client qui peut naviguer librement au sein du programme dédié à Disneyland Paris en choisissant les contenus qu'il souhaite visionner. L'abonné peut ainsi consulter l'ensemble des contenus proposés grâce à une programmation quotidienne basée sur une navigation originale.

Orange TV propose l'accès à des vidéos inédites sur les attractions de Disneyland Paris ainsi qu'un jeu concours pour tenter de gagner des séjours en famille et des places pour les parcs à thèmes. Tout l'univers de la magie Disney est également disponible à cette occasion sur le canal 29 au travers des offres Orange : chaînes TV Disneynature, Disney Pop Pick Play, des vidéos à la demande et de jeux vidéo inspirés des films Disney et Disney-Pixar.

### Une démarche IPTV inédite

La particularité de cette solution Orange de Native Advertising réside dans la proposition d'une expérience TV enrichie grâce à un territoire d'expression privilégié aux couleurs de l'annonceur. Elle représente une opportunité pour Disneyland Paris d'explorer de nouveaux canaux de communication.

Cet évènement dédié à Disneyland Paris sera également fortement médiatisé sur la page d'accueil de la TV d'Orange.

### A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 40 milliards d'euros en 2015 et 154 000 salariés au 30 septembre 2016, dont 95 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 256 millions de clients dans le monde au 30 septembre 2016, dont 194 millions de clients mobile et 18 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

1

Orange Advertising est ancrée dans un univers digital complet, la régie du Groupe Orange commercialise les espaces publicitaires sur les supports desktop, mobile, tablette et IPTV du Groupe et sur un réseau de partenaires (ViaMichelin, Mappy, France TV, TF1...). Son offre publicitaire repose sur 4 piliers : l'UX, la data, la créativité et l'innovation. L'efficacité publicitaire se fonde sur le respect de l'audience : Orange Advertising propose aux annonceurs des formats visibles et respectueux de la navigation de l'internaute quel que soit le device. La valeur d'une offre dépend de la valeur de la data associée : Orange Advertising met à disposition une data unique, pertinente et volumique au service des annonceurs. Irriguée par les technologies, la scène publicitaire digitale est en évolution permanente : Orange Advertising imagine des opérations spéciales où la créativité s'inspire de l'innovation (IPTV, VR...).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : [www.orange.com](http://www.orange.com), [www.orange-business.com](http://www.orange-business.com) ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

*Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.*

## **A propos de Disneyland Paris**

Avec plus de 320 millions de visites depuis son ouverture en 1992, Disneyland Paris est la première destination touristique d'Europe et compte plus de 15 000 salariés. Les collaborateurs exercent plus de 500 métiers différents, représentent plus de 100 nationalités et parlent 20 langues. C'est le premier employeur privé de Seine-et-Marne et le premier employeur mono-site de France. Outre ces emplois directs, Disneyland Paris contribue de façon significative au développement économique de l'ensemble de la Seine-et-Marne et de l'Île-de-France. Son activité génère en effet 56 000 emplois directs et indirects en France.

Pour plus d'information, merci de consulter : <http://corporate.disneylandparis.fr>

Découvrez <http://disneylandparis-news.com/>



[www.facebook.com/disneylandparis](http://www.facebook.com/disneylandparis)



[www.youtube.com/disneylandparis](http://www.youtube.com/disneylandparis)



<http://twitter.com/EuroDisney>

### **Contacts presse :**

**Orange:** Rachel ROBERT [rachel.robert@orange.com](mailto:rachel.robert@orange.com) +33(0)1 55 22 96 77

**Disneyland® Paris:** Coralie PINAULT [coralie.pinault@disney.com](mailto:coralie.pinault@disney.com) +33(0)1 64 74 57 18