



COMMUNIQUE DE PRESSE

Issy-les-Moulineaux, le 17 juillet 2025

## IA ET CREATION :

# CANAL+ RENFORCE SON POSITIONNEMENT DE MARQUE AVEC LES IA TALKS



Après avoir proposé à une IA de se divertir dans sa campagne de marque RO\_BO+ lancée le 6 juin dernier, CANAL+ nourrit son positionnement sur l'IA en proposant les IA TALKS, des réunions d'experts autour de deux thématiques : l'imagination et ses mécanismes sous-jacents - en contraste avec les algorithmes des IA - et l'impact de l'IA sur les émotions humaines. Un cadre d'échanges inédit pour explorer des perspectives différentes sur l'IA et la créativité.

**Disponibles sur l'App CANAL+ et Dailymotion**, les deux IA TALKS, d'une durée d'environ 30 minutes chacun et présentés par Blaise Mao, rédacteur en chef d'Usbek & Rika, ouvrent la discussion sur le rôle de l'IA dans le processus créatif.

Le premier IA TALK intitulé « **L'imagination est-elle une spécificité humaine ?** », réunit **Gauthier Vernier**, co-fondateur du collectif Obvious, **Apolline Guillot**, rédactrice en chef de Philonomist et philosophe des techniques et **Sylvie Chokron**, neuropsychologue. Au cours de cet échange, les différents intervenants questionnent les frontières de l'imagination avec l'IA.

Le second IA TALK intitulé « **Les émotions sont-elles programmables ?** » réunit **Mathieu Corteel**, philosophe et historien des sciences, **Valentina Peri**, commissaire d'exposition et **David Defendi**, scénariste et co-auteur de la série Braquo et président de Genario - une IA qui aide à l'écriture des scénarios, et les invite à s'interroger sur l'impact de l'IA sur nos émotions et sa place dans notre rapport aux œuvres.

En lancant les IA TALKS, le groupe mondial de média et de divertissement parachève une campagne de marque sans pareil centrée autour de l'imagination et de la créativité. Ainsi, après avoir réaffirmé **le pouvoir de l'imagination** avec une expérience inédite et le film **RO\_BO+** qui bouscule les codes de l'IA, CANAL+ fait place à la discussion et aux **explorations de points de vue** sur l'intelligence artificielle. Pour CANAL+, l'imagination se cultive aussi par la discussion, une conviction à l'origine des IA TALKS qui fait écho à sa signature de marque : '**Ne confiez pas votre imagination à n'importe qui!**'.

Pour accompagner ce lancement, CANAL+ déployera un dispositif **100% digital**, qui permettra à la marque de toucher **près de 41 millions** de contacts et une couverture de **67% sur la tranche des 25-49**.

## A PROPOS DE CANAL+

Fondée il y a 40 ans en tant que chaîne de télévision française payante, CANAL+ est aujourd'hui un groupe de média et de divertissement mondial. Le groupe compte 26,9 millions d'abonnés à travers le monde, plus de 400 millions d'utilisateurs actifs mensuels sur ses plateformes de streaming vidéo, et emploie plus de 9 000 collaborateurs. Il génère des revenus dans 195 pays et opère

directement dans 52 pays, occupant une position de leader sur la TV payante dans 20 d'entre eux. Le groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur audiovisuelle, notamment la production, la diffusion, la distribution et l'agrégation.

CANAL+ abrite **STUDIOCANAL**, studio de cinéma et de télévision de premier plan qui dispose de capacités de production et de distribution d'envergure mondiale ; **Dailymotion**, plateforme vidéo internationale qui s'appuie sur une technologie propriétaire de pointe pour la diffusion, la promotion et la monétisation des vidéos ; **Thema**, société de production et de distribution spécialisée dans la création et la distribution de contenus et de chaînes diversifiés ; ou encore les services de télécommunication **GVA** en Afrique et **CANAL+ Telecom** dans les départements et territoires français d'outre-mer. Le groupe s'appuie également sur ses salles de spectacles emblématiques que sont **L'Olympia** et le **Théâtre de l'Œuvre** en France et **CanalOlympia** en Afrique.

Le groupe CANAL+ détient également d'importantes participations en Afrique, en Europe, et en Asie, notamment dans **MultiChoice** (leader de la télévision payante en Afrique anglophone et lusophone), **Viaplay** (leader de la télévision payante en Scandinavie) et **Viu** (plateforme de premier plan en Asie du Sud).

[canalplusgroup.com/fr](http://canalplusgroup.com/fr)

## **DIRECTION DE LA COMMUNICATION**

Karima Mhoumadi / [karima.mhoumadi@canal-plus.com](mailto:karima.mhoumadi@canal-plus.com)