



COMMUNIQUE DE PRESSE

Issy-les-Moulineaux, le 30 juillet 2025

CANAL+ ET NETFLIX JOUENT DE CONCERT POUR LA SAISON 2 DE MERCREDI



Le retour tant attendu de MERCREDI ne pouvait se faire qu'en grande pompe.

A cette occasion, CANAL+, accompagné de son agence BETC, crée la surprise en réinventant les codes de communication des deux marques dans le cadre de leur partenariat. En effet, dans cette campagne, Mercredi - le personnage principal et éponyme de la série Netflix dont nous avons découvert les talents de violoncelliste lors de la saison 1 - réinterprète la musique signature de la marque CANAL+. Une identité sonore, mais aussi visuelle, qui résonne parfaitement avec l'univers gothique et obscur de MERCREDI et de son réalisateur, Tim Burton.

Dans ce film de 30 secondes, Mercredi est de dos avec son violoncelle, éclairée par la seule lueur d'un immense écran LED... Un film qui joue avec humour et malice sur l'identité de chacune des marques.

Pour accompagner ce lancement, CANAL+ déploiera un dispositif TV et digital du 30 juillet au 14 août, qui lui permettra de toucher près de 126 millions de contacts.

DIRECTION DE LA COMMUNICATION

CANAL+ : Olivia Abehassera / olivia.abehassera@canal-plus.com