

Persbericht

Hilversum, 3 februari 2025

CANAL+ kleurt het straatbeeld met graffiti-kunstwerk

Creatieve mural en crossmediale aanpak versterken campagne

‘Er zijn geen slechte keuzes bij CANAL+’

CANAL+ start deze week met de campagne 'Er zijn geen slechte keuzes bij CANAL+'. Een belangrijk onderdeel van de campagne is een immense Sylvester Stallone-muurschildering, die nu in het Amstelveense straatbeeld te zien is. Dit graffiti-kunstwerk is bedacht door Higuita Amsterdam en gecreëerd door de broers Wessel en Stein Koning van Ik wil graffiti.

Kunst en merkbeleving komen samen

Een iconische Cliffhanger-afbeelding met Sylvester Stallone en de slogan ‘Van Stallone tot live voetbal en alles wat er tussenin hangt’ benadrukken het brede aanbod. Live tv, sport, films en series zijn bij CANAL+ eenvoudig te streamen in één app. Naast deze uiting wordt volop ingezet op tv, outdoor, podcast, social en digital media.

Over CANAL+

CANAL+ begon veertig jaar geleden als Franse tv-zender. Tegenwoordig is het een wereldwijd mediabedrijf dat actief is in 52 landen, waaronder Europa, Afrika, Azië en de VS. CANAL+ heeft wereldwijd 26,8 miljoen abonnees en meer dan 400 miljoen maandelijkse actieve gebruikers op zijn OTT- en videostreamingplatforms.

Tot de activiteiten van CANAL+ behoren alle audiovisuele media, waaronder tv-abonnementen, live- en on-demand diensten via het CANAL+ OTT-platform, en advertentie-ondersteunde televisie via Dailymotion en Viu. Daarnaast produceert CANAL+ content via Studiocanal en levert het telecommunicatiediensten via GVA in Afrika en CANAL+ Telecom in de Franse overzeese gebieden.

In Europa is CANAL+ een marktleider in productie, acquisitie en distributie van films en series, met merken als STUDIOCANAL, SPI International en Dutch FilmWorks. In Nederland omvat het aanbod van CANAL+ de streamingdienst CANAL+, Film1 (vier tv-zenders en on demand), tv-zenders FilmBox en CANAL+ Action, evenals de merken Canal Digitaal en Online.nl. Wat je ook kiest, bij CANAL+ zijn er geen slechte keuzes.