



**PEUGEOT CELEBRE LE CINEMA
AU CŒUR DU LOUVRE AVEC
CINEMA PARADISO**





PEUGEOT

30 juin 2026

PEUGEOT CELEBRE LE CINEMA AU CŒUR DU LOUVRE AVEC CINEMA PARADISO



- Partenaire de Cinéma Paradiso Louvre, PEUGEOT s'inscrit au cœur de cet événement culturel pour accompagner le public dans une expérience partagée, où le cinéma devient un moment de rencontre et de convivialité.
- L'Exposition de la PEUGEOT 408 Noire, présente dans le film *Le Fantôme de l'Opéra* (sortie le 28 octobre), accompagnée d'un Photo Booth immersif permettant au public de vivre une expérience inspirée du film.
- PEUGEOT s'inscrit dans une collaboration globale avec mk2, pensée comme un véritable parcours culturel tout au long de l'été. Initiée avec le Drive-In Paradiso au Mans, au cœur d'un événement emblématique de la marque, elle se poursuit au Louvre dans un cadre patrimonial d'exception, avant de se prolonger à La Seine Musicale.



PEUGEOT

Partenaire officiel du Festival Cinéma Paradiso Louvre, PEUGEOT s'installe du 1er au 4 juillet 2026 dans la mythique cour Carrée pour proposer au public une expérience immersive où se rencontrent cinéma, design et émotion. À travers ce partenariat, la marque au Lion confirme son engagement en faveur de la culture et du 7^e art, en offrant une nouvelle manière de vivre le cinéma.

PEUGEOT x Cinéma : une même promesse d'émotion

Depuis toujours, cinéma et automobile partagent un langage commun : celui de l'émotion, du mouvement et des histoires qui marquent. Avec Cinéma Paradiso Louvre, PEUGEOT fait vivre cette rencontre dans un cadre exceptionnel, au cœur de l'un des événements culturels les plus emblématiques de l'été parisien.

Pensée comme une véritable expérience, la présence de PEUGEOT invite le public à prolonger la magie des projections à travers des moments de découverte et d'interaction.

Une installation exclusive autour de la nouvelle PEUGEOT 408

À l'occasion du festival, PEUGEOT met à l'honneur la PEUGEOT 408 Noire, qui sera prochainement visible au cinéma dans le film *Le Fantôme de l'Opéra* réalisé par Alexandre Castagnetti, en salle le 28 octobre 2026. Installée au cœur du dispositif, cette mise en scène permet de créer un pont entre cinéma et automobile, en révélant le rôle de la voiture comme élément narratif à part entière.

Un Photo Booth immersif inspiré du film

Pour prolonger l'expérience, PEUGEOT propose aux invités un Photo Booth exclusif permettant de se photographier aux côtés de la PEUGEOT 408, devant un décor inspiré de l'univers du film *Le Fantôme de l'Opéra*. Cette activation immersive invite le public à devenir, le temps d'un instant, acteur de son propre scénario, dans un univers mêlant mystère, élégance et émotion.

Un partenariat culturel qui s'inscrit dans la durée

Au-delà de sa présence au Louvre, PEUGEOT développe avec mk2 un partenariat culturel structurant, qui se déploie sur plusieurs temps forts :

- Drive-In Paradiso by PEUGEOT au cœur des 24 Heures du Mans (juin 2026), mêlant cinéma et culture automobile dans un format inédit,
- Cinéma Paradiso Louvre (juillet 2026), dans l'écrin patrimonial du musée du Louvre,
- Ciné-Club Paradiso à La Seine Musicale (juillet 2026), pour prolonger l'expérience auprès du grand public.



PEUGEOT

PEUGEOT, acteur de nouvelles expériences culturelles

À travers cette présence multi-événements, PEUGEOT affirme sa volonté de rendre la culture accessible au plus grand nombre, tout en proposant des expériences innovantes et émotionnelles.

Fidèle à ses valeurs de plaisir et d'innovation, PEUGEOT poursuit son ambition : créer des expériences qui dépassent la simple mobilité. En s'associant à Cinéma Paradiso, la marque affirme sa capacité à :

- S'inscrire dans les grands rendez-vous culturels
- Proposer des expériences immersives et innovantes

Lien

Site presse Peugeot

<https://www.media.stellantis.com/em-en/peugeot>

PEUGEOT

PEUGEOT, la marque automobile préférée des Français pour la sixième année consécutive, propose la gamme électrique la plus large de tous les constructeurs généralistes européens. Les valeurs de la marque PEUGEOT sont le plaisir de conduire, l'empreinte et le panache à française, et la durabilité. Présente dans plus de 140 pays, PEUGEOT a vendu près de 1,1 million de véhicules dans le monde en 2025. Leader des véhicules électriques du segment B et des véhicules utilitaires légers (VUL) en Europe, PEUGEOT propose désormais une gamme complète de 12 modèles, dont 9 véhicules particuliers et 3 utilitaires. Elle offre à ses clients « PEUGEOT CARE GARANTIE », une garantie de 8 ans/160 000 km sur la batterie et le véhicule, ainsi que la carte Pass On-the-go pour une tranquillité d'esprit totale. ChatGPT est disponible sur l'ensemble de la gamme pour une expérience interactive améliorée. PEUGEOT s'engage également dans l'éducation des jeunes générations en soutenant des initiatives comme Born Free et Under The Pole pour les rapprocher de la nature. Par ailleurs, la passion de PEUGEOT pour la performance et l'innovation se manifeste à travers l'Hypercar PEUGEOT 9X8, engagée dans le Championnat du Monde d'Endurance (WEC), dont les 24 heures du Mans.



mk2

Fondée en 1974, mk2 est une maison de cinéma indépendante de référence en Europe. Depuis cinquante ans, le groupe déploie un modèle intégré qui réunit l'ensemble des métiers du cinéma : production, distribution, ventes internationales, exploitation, hôtellerie, médias et expériences culturelles. Des films aux salles, mk2 défend une autre vision du cinéma : exigeante, ouverte et profondément tournée vers les publics. Portée par trois valeurs — sélection, altérité, transmission — cette ambition se prolonge dans l'accompagnement des œuvres avec un catalogue unique de plus de 1 000 films, la programmation de ses cinémas, réunissant plus de 7 millions de spectateurs chaque année et le déploiement de formats culturels contemporains qui prolongent l'expérience du cinéma.





PEUGEOT

mk2 agency

mk2 agency est l'agence créative du groupe mk2. Forte de plus de 20 ans d'expertise et d'un écosystème cinématographique puissant, mk2 agency accompagne les marques, institutions et distributeurs dans la conception de stratégies culturelles capables de générer attention, engagement et adhésion dans la durée. L'agence structure son offre autour de trois piliers clés : expériences, média et contenus. Depuis 2013, mk2 agency conçoit et produit le festival Cinéma Paradiso, d'abord sous la nef du Grand Palais en 2013 et 2015, suivies depuis 2019 par six éditions dans la Cour Carrée du Musée du Louvre.

