

Škoda France présente sa nouvelle campagne de communication: "Les grandes discussions méritent de longs trajets"

- › Škoda met en avant la polyvalence de la Fabia, aussi à l'aise en ville que sur des trajets au long cours
- › Des vidéos drôles et franches de questions-réponses
- › Une campagne réalisée en partenariat avec l'agence Track DDB Paris



Paris, le 1er septembre 2023 - Škoda France accompagnée par son agence Track DDB Paris, révèle sa nouvelle campagne de communication autour de la Škoda Fabia : la citadine "qui n'a pas peur des longues distances". La première diffusion TV est prévue le 3 septembre au soir, avec des déclinaisons pour la radio et les médias digitaux.

Quand on parle des citadines en automobile, on imagine tout de suite des petites voitures avant tout pensées pour un usage urbain et moins adaptées à des trajets au long cours mais rien de tout ça ne s'applique à la Škoda Fabia, voiture polyvalente par excellence.

Spacieuse, dotée d'un coffre de 380 litres et de nombreux systèmes de sécurité et d'assistances, elle est le modèle le plus habitable de avec la meilleure habitabilité de sa catégorie. La citadine la mieux parée pour les longues distances.

Partant du constat qu'on ne discute jamais autant que lors des trajets en voiture, Škoda France, en collaboration avec l'agence Track DDB Paris, a choisi de développer 3 films TV mettant en scène des conducteurs de Skoda Fabia accompagnés de membres de leur famille. Ceux-ci, bien installés au volant sont prêts à prendre beaucoup de temps pour répondre avec honnêteté aux questions les plus embarrassantes de leurs passagers, plutôt que de prendre les chemins les plus courts, évitant ainsi de se diriger vers les réponses les plus faciles.

Les films proposent une forme inédite : plutôt que de tout exprimer par des dialogues, ce sont les panneaux de direction routiers qui deviennent les choix de réponse possibles.

A chaque fois plusieurs panneaux et donc directions possibles : la direction avec la réponse la plus facile nécessitant le moins de temps en voiture. Et la réponse la plus complexe impliquant un chemin bien plus long. Et les conducteurs de Škoda Fabia eux apprécient les longs trajets.

C'est comme ça qu'un conducteur va décider de se lancer dans une grande tirade sur la parade nuptiale des chihuahuas auprès de sa fille qui demande « pourquoi Yuki il monte toujours sur le chien de mamie » plutôt que d'opter pour le traditionnel « parce que ». Qu'une jeune conductrice choisît de faire son coming-out bien installée en Škoda Fabia auprès d'un père trop curieux et qu'une mère de famille est prête à dévoiler les origines de son tatouage « Gustavo » à ses enfants, fruit de ses années étudiantes.

La campagne sera orchestrée avec l'agence Remind PHD à partir du 3 septembre en média TV, digital & radio.

La campagne peut être visionnée sur YouTube :

<https://www.youtube.com/watch?v=8tKEYBg8h9I&feature=youtu.be>

Contacts

Quentin Fouvez

Head of PR

+33 3 23 73 51 29

quentin.fouvez@skoda.fr

Floriane Gouyer

PR Officer

+33 3 23 73 53 25

floriane.gouyer@skoda.fr

Yasmine Senhaji

PR Intern

+33 3 23 73 53 20

yasmine.senhaji@skoda.fr

Škoda Auto

- › est un constructeur automobile parmi les plus anciens de l'histoire. Dans son berceau tchèque de Mladá Boleslav, la production de cycles puis de motos et d'automobiles a commencé en 1895.
- › poursuit avec succès sa feuille de route pour la décennie avec Next Level – Škoda Strategy 2030.
- › vise une place dans le top 5 en Europe à horizon 2030 avec une offre attractive et des nouveaux modèles électriques.
- › émerge comme le premier constructeur européen sur les marchés à fort potentiel comme l'Inde ou l'Afrique du Nord.
- › propose actuellement une gamme de 12 véhicules : les Fabia, Rapid, Scala, Octavia et Superb ainsi que les Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq iV, Enyaq Coupé iV, Slavia et Kushaq.
- › a livré plus de 731 000 véhicules à ses clients en 2022 à travers le monde.
- › a immatriculé 28 904 véhicules en France en 2022, avec une part de marché VP record de 1,9%.
- › a intégré Volkswagen Group il y a plus de 30 ans. Volkswagen Group est un des principaux acteurs du monde de l'automobile.
- › produit et développe indépendamment non seulement des véhicules, mais aussi des pièces telles que des moteurs ou des boîtes de vitesses pour d'autres entités de Volkswagen Group.
- › dispose de 3 sites de production en République Tchèque ainsi que de capacités de production supplémentaires en Chine, Slovaquie, Inde, ainsi qu'en Ukraine.
- › emploie 40 000 personnes à travers le monde sur plus de 100 marchés.

Fiche technique

- › Annonceur : Škoda France
- › Agence Media : Remind PHD
- › Agence : TRACK DDB Paris
- › Responsables agence : Vincent Léorat, Coralie Bouillier, Adèle Hrabina et Alexis Mouchot
- › Responsables annonceur : Antoine Weil, Ludovic Bouisset et Céline Hahn
- › Responsables media : Olivia Deschamps, Martin Briand
- › Chief Creative Officer : Alexander Kalchev
- › Directeurs de la création : Benjamin Dessagne et Stéphane Santana
- › Concepteur rédacteur : Stéphane Kaczorowski
- › Directeur artistique : Alexandre Lagoet
- › Head of TV Production : Corinne Persch
- › TV productrices : Gaëlle de Pompignan, Lucie Dumas
- › Production : Sovage
- › Producteur : Willy Morence
- › Réalisateur : Hafid Benamar