

# Volvo sur la route de la littérature

May 26, 2026

« Voyages littéraires, voyages intérieurs »

*Une création éditoriale immersive entre littérature, Scandinavie et exploration intérieure en partenariat avec Le Figaro Magazine et Madame Figaro*



©Ganaëlle Tilly

À travers une prise de parole élégante et immersive, la marque automobile Volvo, *Le Figaro Magazine* et *Madame Figaro* s'associent autour d'un dispositif éditorial inédit célébrant le voyage sous toutes ses formes, physique et émotionnel, à travers deux créations littéraires originales en plusieurs chapitres, portées par deux auteurs contemporains, **Alfred de Montesquiou** et **Maria Pourchet**.

Inspirés par l'héritage Suédois de Volvo, les paysages scandinaves, les traditions et l'art de vivre nordiques, ces écrivains – dont les univers mêlent aventure, introspection et puissance narrative – imaginent chacun une nouvelle originale où se rencontrent exploration intime et road-trip initiatique.

## Les activations clés :

### 1. Deux nouvelles inédites en feuilleton magazine à retrouver en digital :

**Alfred de Montesquiou** et **Maria Pourchet** imaginent chacun un récit original construit autour d'un thème commun : le voyage et la Scandinavie comme territoire d'émotions, de contemplation et de liberté. Diffusées sous forme de feuilleton, les nouvelles sont dévoilées chapitre par chapitre pendant trois semaines dans *Le Figaro Magazine* et *Madame Figaro* entre avril et mai. À travers ces récits, Volvo accompagne subtilement les personnages dans leurs traversées physiques et intérieures.

Les auteurs puisent dans les codes esthétiques et émotionnels de Volvo (les grands espaces, la lumière nordique, les traditions et l'art de vivre scandinaves...), pour nourrir leurs intrigues et construire leurs personnages. Qu'il s'agisse d'un voyage à travers les contrées suédoises ou d'une exploration plus personnelle, chaque histoire célèbre la beauté de la nature et l'importance des liens humains.

## 2. Une expérience audio en podcast :

Les récits seront également prolongés en septembre en format podcast, avec une lecture incarnée par un comédien. Cette déclinaison sonore viendra enrichir l'expérience immersive en donnant une nouvelle dimension aux paysages et aux récits imaginés par les auteurs.

Ce partenariat entre Volvo Car France, *Le Figaro Magazine* et *Madame Figaro* donne naissance à un dispositif éditorial singulier, à la croisée de la littérature et de l'expérience de marque. En s'associant à deux auteurs reconnus, Volvo affirme son ancrage culturel et renforce la dimension émotionnelle de son territoire de communication, autour de la Scandinavie, du voyage et de la liberté.

Ce projet installe une relation éditoriale forte avec les audiences du Figaro, en célébrant une certaine idée du voyage : celle qui transforme autant les paysages traversés que ceux que l'on porte en soi.

A suivre ici en digital : [Volvo, l'art suédois du juste équilibre](#)

### **A propos de media FIGARO**

Régie publicitaire du Groupe Figaro, **media FIGARO** commercialise l'ensemble des marques du Groupe : *Le Figaro*, *Le Figaro Magazine*, *Madame Figaro*, *TV Magazine*, *Gala*, *Le Particulier*, *L'Internaute*, *Le Journal des Femmes*, *le JDN*, *CCM*, *La Chaîne Météo*, *PhonAndroid*...

Dans un univers médiatique marqué par la saturation des messages et la fragmentation des audiences, **media FIGARO place la réputation au cœur de son action.**

A travers sa promesse « **Rien n'a plus de valeur qu'une réputation** », la régie met la puissance et l'exigence éditoriale de ses marques au service des annonceurs pour construire des prises de parole **crédibles, durables et efficaces.**

Chaque mois, ces marques rassemblent **plus de 34,4 millions de Français, soit près de 2 Français sur 3**, tous supports confondus (*Source : ACPM OneNext Global 2026 S1*).

### Contacts :

-Laura Lavergne-Morazzani – Directrice Générale 14H & MAD - [llavergne@wearemad.fr](mailto:llavergne@wearemad.fr)

-Chantal Follain- de Saint Salvy – Directrice Générale Déléguée Pôle Actu et Développement sectoriel Régie - [cdesaintsalvy@media.figaro.fr](mailto:cdesaintsalvy@media.figaro.fr)

### **À propos d'Initiative France**

Initiative aide les annonceurs à accélérer leur développement et à transformer leurs marques et leur business. L'agence combine deux principes fondamentaux : le Fame – la notoriété – et le Flow – l'expérience consommateur. Ensemble, ils génèrent une croissance durable en connectant les marques aux consommateurs et en offrant une expérience engageante tout au long du parcours d'achat. Initiative France accompagne des marques comme Nike, Patek Philippe ou Deliveroo en s'appuyant sur une compréhension fine des cultures et tendances sociétales. La responsabilité des médias est au cœur de notre mission, avec des engagements forts en matière de diversité, de sécurité des marques et de développement durable.

### **À propos d'Omnicom Media**

Omnicom Media, une Connected Capability (capacité connectée) d'Omnicom (NYSE : OMC), est le plus grand réseau mondial d'agences média. Soutenues par la puissance de la plateforme Omni Intelligence, les agences d'Omnicom Media mettent à profit 73,5 milliards de dollars d'investissements média, plus de 40 000 experts présents dans plus de 70 pays, ainsi que l'ensemble de capacités le plus puissant du secteur en matière d'Identité (Acxiom RealID™), de Commerce (Flywheel) et d'Intelligence (Q™), pour concevoir des écosystèmes de croissance dynamiques permettant aux entreprises les plus ambitieuses au monde de se développer plus rapidement et plus intelligemment. Omnicom Media regroupe les grandes marques mondiales d'agences média OMD, Initiative, PHD, UM, Hearts & Science et Mediahub, les acteurs de référence en data, identité et analyse Acxiom et Annalect, ainsi qu'un large éventail de services spécialisés. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [omnicommedia.com](https://www.omnicommedia.com).

### **À propos de Volvo Car Group**

*Volvo Cars existe depuis 1927. Aujourd'hui, Volvo est l'une des marques automobiles les plus connues et les plus respectées au monde, avec des véhicules vendus dans plus de 100 pays.*

*Volvo Cars est cotée au Nasdaq de Stockholm sous le nom « VOLCAR B ».*

*« Pour la vie. Nous voulons vous offrir la liberté de vous déplacer de manière personnalisée, durable et sûre. » Cette devise se reflète dans l'ambition de Volvo Cars : devenir un constructeur automobile entièrement électrique et réduire en permanence son empreinte carbone afin d'être climatiquement neutre d'ici 2040.*

*En 2025, Volvo Cars a vendu 710 000 voitures dans le monde, dont 46% étaient électrifiées.*

*Volvo Cars comptait environ 42 600 employés à plein temps. Le siège social, le développement produit, le marketing et l'administration de Volvo Cars sont principalement situés à Göteborg, en Suède. Les principales usines de production de Volvo Cars se situent à Göteborg (Suède), à Gand (Belgique), en Caroline du Sud (États-Unis) ainsi qu'à Chengdu, Daqing et Taizhou (Chine). La société possède également des centres de R&D et de conception à Göteborg et Shanghai (Chine).*

**[Pour en savoir plus, rendez vous sur le site média Volvo Cars.](#)**

### **Contacts Presse :**

Marc Debord

[marc.debord@volvocars.com](mailto:marc.debord@volvocars.com)

Céline Léger

[celine.leger-ext@volvocars.com](mailto:celine.leger-ext@volvocars.com)