



24 avril 2019

Le T-Cross et Cara Delevingne: « Pour tous ceux que vous êtes »

- Volkswagen lance une campagne européenne pour la sortie du T-Cross
 - Cara Delevingne sera le personnage testimonial et la voix de la campagne publicitaire
 - Communication à 360° avec spots télévisés, publicité dans la presse, panneaux publicitaires, contenus numériques et de médias sociaux
 - Jürgen Stackmann, membre du Directoire en charge des Ventes : « Cara Delevingne et le T-Cross sont en parfaite adéquation : deux êtres polyvalents aux multiples facettes. Jeunes, décontractés et dotés d'une excellente capacité d'adaptation. »
-

Pour la sortie du T-Cross, Volkswagen lance une campagne publicitaire européenne. Cette communication à 360° associe spots télévisés, publicité dans la presse, panneaux publicitaires, contenus numériques et de médias sociaux. Cara Delevingne sera le personnage testimonial et la voix de la campagne du T-Cross. Le message « Pour tous ceux que vous êtes » reflète parfaitement la polyvalence du véhicule et de son personnage testimonial.

Pour Jürgen Stackmann, membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes, du Marketing et de l'Après-Vente, la britannique de 26 ans avec ses multiples professions et passions est le choix idéal. « Cara Delevingne et le T-Cross sont en parfaite adéquation : deux êtres polyvalents aux multiples facettes – jeunes, décontractés et dotés d'une excellente capacité d'adaptation, explique-t-il. Cara est la personnification même du message que nous avons imaginé pour le T-Cross : « Pour tous ceux que vous êtes ». Je suis ravi de cette coopération. »

Cara Delevingne a commencé sa carrière dans le mannequinat il y a près de 10 ans. Elle est également chanteuse, actrice, activiste et femme d'affaires. Sur le plan personnel, elle aime tout particulièrement faire du surf, jouer de la batterie et prendre des photos. Dans la nouvelle campagne de Volkswagen, le T-Cross devient le compagnon idéal d'une personnalité aussi polyvalente, qui sait user d'un ton créatif et vivant pour en vanter tous les atouts.

Contacts presse

Communication Volkswagen Group /
Volkswagen

Leslie Peltier

Responsable Relations Presse

Tel: 01 49 38 88 80

leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Audrey Garousse

Attachée de presse

Tel: 01 49 38 88 02

audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Adrien Boutroue

Attaché de presse

Tel: 01 49 38 88 40

adrien.boutroue@volkswagen.fr



Site Presse France :

media.volkswagen.fr



« Je pense que le T-Cross est le reflet parfait de ma propre personnalité dans la mesure où il brille par son caractère ludique, sa jeunesse, sa diversité et sa polyvalence, et qu'il peut passer d'une chose à l'autre instantanément, explique Cara Delevingne. ... Il est rapide, élégant... Il est tout à la fois. »

Le nouveau T-Cross est le dernier-né de la famille des SUV de Volkswagen. Lancé au niveau mondial à l'automne dernier, il est venu compléter la gamme de SUV de la marque sur le segment des petites voitures. Associant un style affirmé, praticité, flexibilité, connectivité et économies, ce crossover urbain innove dans de nombreux domaines dans sa catégorie. Cette polyvalence est le thème principal de la vaste campagne lancée. Cette campagne a été conçue et gérée par les agences DDB Berlin, DDB Hamburg et adam&eve/DDB London.

Le spot télévisé est diffusé dans toute l'Europe en avril. Certains contenus de la campagne sont disponibles sur les sites Internet de Volkswagen pour les marchés concernés.

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2018, Volkswagen a livré 6,24 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 198 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
