



1 juillet 2023

Envie de quitter les villes cet été ? Évadez-vous en Volkswagen California 6.1 !

Volkswagen Véhicules Utilitaires lance une nouvelle campagne publicitaire pour son célèbre modèle Volkswagen California 6.1. Cette campagne présente le California 6.1 comme le véhicule parfait pour s'éloigner des paysages urbains cet été. La campagne baptisée « Escapade olympique » joue sur l'ambiance sportive de trois métropoles.



L'agence créative Scholz & Friends signe une nouvelle campagne pour Volkswagen Véhicules Utilitaires France.

Avec l'organisation d'épreuves sportives internationales en France, Volkswagen Véhicules Utilitaires prend l'initiative d'offrir aux citoyens français de trois grandes villes une solution idéale pour s'éloigner de l'agitation urbaine.

Cependant, Volkswagen Véhicules Utilitaires n'étant pas un sponsor officiel du sport, l'agence de publicité Scholz & Friends a créé des accroches sportives astucieuses qui utilisent des métaphores ou expressions courantes pour encourager les français à prendre la route et aller explorer la nature. Par exemple, les accroches "Parisiens, portez la flemme" ou "Marseillais, prenez le large !" incitent les citoyens à quitter la ville et s'offrir une escapade à la cool dans un California 6.1, tout en gardant une tonalité en lien avec l'actualité des villes concernées.

Avec le Volkswagen California : partez où vous voulez, quand vous voulez.

Le Volkswagen California 6.1 est le van idéal pour toute personne souhaitant se déconnecter de la ville et partir à l'aventure. Avec sa capacité à pouvoir accueillir 4 à 5 personnes, ses 4 lits et sa cuisine équipée, le California 6.1 offre tout le confort nécessaire pour vivre des moments inoubliables en toute liberté. La marque offre également un tarif actuel attractif pour une location de véhicule avec option d'achat : à partir de 530 € par mois jusqu'au 31 Août 2024.

Le slogan "L'été va être sportif. Évadez-vous en California 6.1." est un clin d'œil subtil à l'évènement international sur notre territoire. Orchestrée en média par Re-Mind PHD, la campagne sera affichée sur des panneaux publicitaires OOH de 8m2 dans les villes de Paris et Marseille du 2 au 9 juillet et Lille du 2 au 8 juillet, ainsi que sur les flancs des autobus parisien.

Contact presse

Communication Groupe
Volkswagen VP et VU
Leslie Peltier
Responsable Communication Groupe
Tel: 06 60 32 49 20

Communication Volkswagen VP et VU
Michael Martinez
Responsable Presse Produit
Tel: 06 77 65 85 31
michael.martinez@volkswagen.fr

Communication Volkswagen VP et VU
Audrey Vasseaux
Attachée de presse
Tel: 06 63 76 34 01
audrey.vasseaux@volkswagen.fr



<https://media.volkswagen.fr/>



Marseillais, prenez le large

L'été va être sportif.
Évadez-vous en California 6.1.

À partir de **530 €/mois***

1^{er} loyer majoré de 5 244 €
En LOA 37 mois / 90 000 km

F 212g CO₂/km

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

*Location avec option d'achat pour un California BEACH 2.0 TDI 150 ch BVM avec options au prix catalogue de 71 910 € sur 37 mois / 90 000 km. 1^{er} loyer majoré de 5 244 € suivi de 36 loyers de 530 €. Offre réservée aux particuliers chez les distributeurs participants pour toute commande avant le 31/08/2023. Option d'achat finale : 54 291,90 € ou reprise du véhicule sous conditions du distributeur. Montant total dû : 70 496 €. 1995 cc, 105 km/h, 17,5 l/100 km. Conditions sur www.fr.vw.com. Modèle présenté : California COAST 2.0 TDI 150 ch BVM avec FM, jantes alliage 18", vitrage surteint et toit électrohydraulique avec soufflet Basalt Grey. 1^{er} loyer majoré de 6 010 € suivi de 36 loyers de 610 €. Option d'achat finale : 53 791 €. Montant total dû : 81 476 €.

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo #SeDéplacerMoinsPolluer

La Van Life : une alternative zen aux centres-villes bondés cet été.

Charles Hervet, Directeur Marketing Volkswagen Véhicules Utilitaires France : « *Le California est l'âme de la Van Life : partir au gré du vent et voyager sans être dépendant d'un hôtel ou d'une location de vacances. Avec un van aménagé tout confort comme le California 6.1, tout est possible : rendre visite à des amis, faire un festival, un road trip, s'arrêter dans les campings ou utiliser le site Park4Night. Il n'y a plus qu'à s'évader.* »

Ghislain Laffite, Directeur Volkswagen Véhicules Utilitaires France : « *Le California est synonyme de liberté. Pendant le Covid, les Français l'ont bien compris : nous y avons fait nos meilleures ventes. Alors que le prix des hôtels et des locations a beaucoup augmenté, un van aménagé pour 4 personnes devient tout à fait compétitif. En ce début d'été sportif, nous souhaitons juste rappeler aux français des villes qu'ils ont le droit d'aller visiter la France des champs. Et que le California est le van idéal pour s'évader et partir prendre l'air.* »

Crédits :

Client : Volkswagen Véhicules Utilitaires

Ghislain Laffite, Charles Hervet, Thibaud Sommier, Lenka Kornosova, Antoine Le Bihan

Agence : Scholz & Friends Hamburg

Directeurs de Création : Francis Cazal, Johan von Suchodoletz

Senior Copywriter : Clotilde Maillard

Senior Art Directors : Sven Burnand, Kristian Wegelius



Junior Copywriter : Ismaël Callouet
Directrice de Clientèle : Dominika Hanshen
Production : Joachim Vornkahl

A propos de Scholz & Friends :

Scholz & Friends est une agence de publicité basée à Hambourg. Depuis 40 ans, nous créons avec passion et créativité des expériences de marque qui changent la façon de penser, de ressentir et d'agir des gens. Aujourd'hui, près de 1.000 Friends répartis sur sept sites développent des solutions uniques pour des clients uniques. L'excellence stratégique, l'exigence créative et la confiance mutuelle sont les bases de notre succès - en Allemagne, en Europe et dans le monde entier. Scholz & Friends fait partie du réseau mondial VMLY&R au sein du groupe WPP. Cela permet à nos clients de bénéficier de solutions internationales dans plus de 40 pays.

<https://www.s-f.family/en/about/>

A propos de Re-Mind PHD :

Re-Mind PHD, nouvelle agence née de la fusion de Re-Mind, première agence media digitale indépendante française, et de PHD, un des réseaux du groupe Omnicom Media, dans le but d'offrir le meilleur des 2 univers aux annonceurs : l'ADN mesure, performance et temps réel du digital avec la culture de marque et de créativité media du réseau PHD. Avec près de 170 collaborateurs, Re-Mind PHD compte parmi ses clients : Audi, AXA France, Mano Mano, HP, Netflix, Orange, Porsche, ŠKODA, SEAT, SC Johnson, Volkswagen, WW, Winamax, Notre créneau : « Impacter le plus le business de notre client ».

A propos de la marque Volkswagen Véhicules Utilitaires : Nous transportons le succès, la liberté et l'avenir.

En tant que marque autonome au sein du Groupe Volkswagen, Volkswagen Véhicules Utilitaires (VWVU) prend en charge le développement, la construction et la vente de véhicules utilitaires légers. Cela comprend les gammes Transporter, Caddy, Amarok et ID. Buzz, qui sont construites à Hanovre (D), Poznań (PL), Września (PL) et Pacheco (ARG). Nos véhicules transportent des ouvriers du bâtiment, des familles et des aventuriers, des petits pains, des colis et des planches de surf. Chaque jour, ils aident d'innombrables personnes dans le monde entier à faire du bon travail, ils fonctionnent comme des ateliers mobiles et ils transportent les ambulanciers et la police là où l'on a besoin d'eux. Au sein du Groupe Volkswagen, Volkswagen Véhicules Utilitaires est également la marque leader pour la conduite autonome, la mobilité en tant que service (MaaS) et le transport en tant que service (TaaS), et développera et produira donc à l'avenir des véhicules spéciaux (SPV) correspondants, tels que des robots-taxis et des robots-fourgonnettes. Ainsi, nous mettons une société entière en mouvement, avec toutes ses exigences en matière de mobilité propre, intelligente et durable. Plus de 24 000 employés travaillent sur les différents sites de l'entreprise dans le monde entier, dont environ 15 000 sur le site de Hanovre