



9 février 2024

Volkswagen révèle la version longue de son film « An American Love Story » avant sa diffusion pendant le Super Bowl LVIII

- Après « The Force », film signé Volkswagen et référence absolue dans le monde de la publicité automobile, Lance Acord présente aujourd'hui sa nouvelle création publicitaire, réalisée en collaboration avec l'agence Johannes Leonardo.
- Dans sa version longue de 2 minutes, le film nous plonge dans les 75 ans d'histoire américaine de la marque, de l'importation des premières Coccinelles en 1949 à l'introduction du minibus électrique ID. Buzz en 2024.
- Dans sa version d'une minute, « An American Love Story » marquera le grand retour de la marque parmi les publicités du Super Bowl après 10 ans d'absence

Volkswagen of America, Inc. vient de révéler la [version longue de 2 minutes de son film publicitaire « An American Love Story »](#) dans le cadre du 75e anniversaire de son arrivée aux États-Unis et du compte à rebours avant le Super Bowl du dimanche 11 février 2024. Une version d'une minute sera diffusée pendant le troisième quart-temps du match sur CBS et dans la retransmission en espagnol du réseau Univision.



Réalisé par Volkswagen en collaboration avec l'agence de création et de publicité Johannes Leonardo, son partenaire de longue date, le film « An American Love Story » vous plonge dans une représentation saisissante et teintée de nostalgie des 75 ans d'histoire de Volkswagen aux États-Unis. Vous pourrez ainsi revivre l'arrivée des premiers modèles Type 1 (affectueusement surnommés « Coccinelles »), importés par l'homme d'affaires néerlandais

Contact presse

Communication Groupe
Volkswagen VP et VU
Leslie Peltier
Responsable Communication Groupe
Tél. : 06 60 32 49 20
leslie.peltier@volkswagen.fr

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

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



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



Ben Pon en 1949. Les reconstitutions se confondent avec les images d'archives pour former des visuels captivants qui résument le rôle joué par Volkswagen dans certains tournants de l'histoire culturelle du pays et mettent en avant le pouvoir fédérateur de la marque. Vous reconnaîtrez notamment des scènes du *Nouvel Amour de Coccinelle*, de *La Coccinelle à Monte-Carlo* et des *Simpson*, ainsi que des personnages ressemblant fortement à ceux de *Star Wars*. Vous pourrez d'ailleurs voir ces classiques et retrouver vos productions Disney, Pixar, Marvel, *Star Wars* et National Geographic préférées sur la plateforme Disney+. Le film se termine par un coup de projecteur sur le nouveau Volkswagen ID. Buzz, un véhicule qui permettra à la marque de poursuivre son engagement dans l'électromobilité plus tard en 2024 et d'entrer dans une nouvelle ère pour les 75 prochaines années de son histoire.

Le réalisateur Lance Acord, récompensé aux Emmy Awards, était déjà derrière le film commercial Volkswagen The Force, révélé en 2011 et nommé meilleure publicité de l'année par *Adweek*, *Creativity* et YouTube. Il s'agit également d'un éternel favori dans le top des meilleures publicités diffusées au Super Bowl toutes éditions confondues.

« An American Love Story » est accompagné par l'interprétation passionnée de Neil Diamonds de son tube de 1971, « I Am... I Said ». À l'image de la Coccinelle qui a timidement entamé son périple américain dans un pays sans commune mesure et plein de promesses, la chanson trouve un écho chez les personnes qui souhaitent comprendre le monde qui les entoure et y trouver leur place.

Pour la première fois dans l'histoire de la publicité du Super Bowl, la version longue du film sera présentée aujourd'hui lors d'une projection spéciale pendant l'avant-première presse du Chicago Auto Show 2024. Volkswagen a également décidé de faire preuve d'originalité en envoyant sa « lettre d'amour » aux propriétaires actuels de véhicules VW par le biais de l'application myVW. On aperçoit dans le film l'usine Volkswagen de Chattanooga, qui emploie 5 500 collaborateurs chargés de monter le SUV 100 % électrique ID.4 et les SUV Atlas et Atlas Cross Sport.

« An American Love Story constitue un vibrant hommage à la relation durable entre Volkswagen et les États-Unis », explique Rachael Zaluzec, Directrice Générale chargée de l'Expérience Client et du Marketing de la marque chez Volkswagen of America, Inc. « Au cours des 75 dernières années, le parcours de la marque a reflété l'esprit et les évolutions des États-Unis, et leurs histoires se sont entrelacées. Ce court-métrage ne nous permet pas seulement de célébrer notre histoire, mais également de nous réjouir d'un avenir fait d'innovation et de durabilité. Vous trouverez également dans le film quelques références à d'anciennes créations Volkswagen. Ces clins d'œil procèdent de l'identité promotionnelle de la marque. C'est notre manière de remercier les États-Unis pour leur contribution à notre histoire et d'inviter les amateurs de la marque à poursuivre l'aventure et à aborder avec nous les nouveaux chapitres excitants qui nous attendent. »



« Lorsque nous avons commencé à travailler sur ce projet avec Volkswagen il y a 5 ans, notre objectif était de réenchanter l'engouement des Américains pour Volkswagen tout en respectant l'esprit et le charme de la marque. Notre but est resté le même. », déclare Jonathan Santana, directeur artistique de l'agence de création Johannes Leonardo. « Tout le monde partage une histoire avec Volkswagen, et il est difficile d'imaginer une histoire plus américaine que celle de l'arrivée de la marque dans notre pays : il s'agit de l'épopée d'un outsider qui caresse un rêve ambitieux et qui, non content de réussir, devient partie intégrante de la culture américaine. Il nous tarde de passer le flambeau et de voir une nouvelle génération tomber à son tour amoureuse de la marque Volkswagen et en faire une figure emblématique à la hauteur des 75 dernières années et pour les 75 années à venir. »

Au cours des dernières semaines, Volkswagen a révélé 7 teasers - parmi lesquels « Car Meetup » - qui ont été diffusés pendant le Saturday Night Live du 3 février. Chaque vidéo rend hommage au peuple américain et à des tournants culturels qui ont contribué à la richesse des 75 ans d'histoire de la marque aux États-Unis. Tous les teasers et le film en version longue sont disponibles sur la [page du 75e anniversaire](#).

Dans le cadre de la campagne menée par Volkswagen sur les réseaux sociaux pour fêter les 75 ans de son arrivée aux États-Unis, « An American Love Story » sera disponible en ligne dans sa version d'une minute après le match de dimanche, y compris sur Instagram.

À propos de Volkswagen

Volkswagen of America, Inc. est une entité opérationnelle de Volkswagen Group of America, qui est une filiale de Volkswagen AG. Sise à Reston, en Virginie, Volkswagen of America commercialise les modèles Arteon, Atlas, Atlas Cross Sport, Golf GTI, Golf R, ID.4, Jetta, Jetta GLI, Taos et Tiguan grâce à un réseau américain de plus de 600 distributeurs agréés.

Volkswagen Group of America exploite une usine de montage de pointe à Chattanooga dans le Tennessee, où sont produits les véhicules Volkswagen Atlas, Atlas Cross Sport et ID.4.

Volkswagen Group compte parmi les principaux acteurs du secteur automobile dans le monde. Le groupe est le premier constructeur automobile en Europe. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.vw.com ou sur media.vw.com.

À propos de Johannes Leonardo

Johannes Leonardo est une agence de création indépendante qui considère l'humain comme le moyen de diffusion d'idées le plus puissant. Fondée à New York en 2007, l'agence propose des idées révolutionnaires à des marques qui figurent parmi les plus influentes au monde, telles qu'Adidas, Kraft-Heinz, Instagram, Volkswagen ou encore Uber. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.johannesleonardo.com.
