



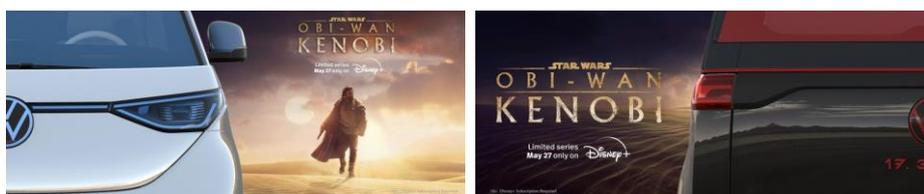
Media information

20 Mai 2022

Volkswagen unit ses forces avec "Obi-Wan Kenobi" pour le lancement de l'ID. Buzz

- Volkswagen annonce une collaboration avec la nouvelle série limitée Star Wars "Obi-Wan Kenobi"
- Klaus Zellmer, Membre du Directoire de Volkswagen en charge des Ventes et du Marketing : " Nous unissons deux marques mondiales fortes dans cette collaboration. "
- L'acteur principal Ewan McGregor devient ambassadeur de la marque Volkswagen
- Contenu produit en collaboration avec Lucasfilm et Industrial Light & Magic

Wolfsburg – Volkswagen donne une charge émotionnelle encore plus forte à sa marque ainsi qu'un nouvel élan à sa stratégie électrique mondiale. La marque ouvre les activités de vente de l'emblématique ID. Buzz¹ avec une collaboration exceptionnelle avec "Obi-Wan Kenobi", la toute nouvelle série limitée Star Wars qui sera diffusée sur Disney+ le 27 mai 2022. La campagne est lancée avec une publicité personnalisée réalisée en collaboration avec Lucasfilm et Industrial Light & Magic mettant en scène l'ID. Buzz et certains personnages familiers de Star Wars, ainsi que l'acteur principal Ewan McGregor, qui sera également ambassadeur de la marque Volkswagen.



ACCELERATE
DIGITAL: ENERGIZED

"Nous unissons deux marques mondiales fortes dans cette collaboration et des générations de fans qui ont grandi avec leurs icônes respectives. Nous sommes vraiment ravis de cette collaboration créative unique. Ewan McGregor est le partenaire idéal pour nous, car il est un grand fan de Volkswagen depuis son enfance, il collectionne et conduit au quotidien des voitures Volkswagen. Son implication permet non seulement d'accroître la notoriété de notre marque, mais aussi d'ajouter de l'authenticité à notre message. Je souhaite la bienvenue à Ewan en tant que nouvel ambassadeur de notre marque, car il fait parfaitement le lien entre notre passé fascinant et notre volonté de créer un avenir neutre en carbone", a déclaré Klaus Zellmer, membre du Directoire de Volkswagen en charge des Ventes, du Marketing et de l'Après-vente.

Une alliance qui attirera l'attention du monde entier

L'attente pour "Obi-Wan Kenobi" est énorme, car les fans du monde entier espèrent le retour de l'emblématique maître Jedi. Cette même connexion émotionnelle est ressentie par les enthousiastes de Volkswagen pour l'iconique ID. Buzz, ce modèle électrique tant attendu.



Media information

"En unissant nos forces, nous aurons l'opportunité de nous adresser à de nouvelles audiences sur des thématiques telles que l'e-mobilité, l'innovation et la digitalisation. À cet égard, nous sommes vraiment ravis de travailler avec certaines des meilleures équipes créatives de l'industrie cinématographique", a déclaré M. Zellmer. La collaboration débute par un spot personnalisé, réalisé en collaboration avec Lucasfilm et Industrial Light & Magic à l'aide de leur solution de production virtuelle de pointe, ILM StageCraft sur The Infinity Stage.

"Cette campagne innovante de premier ordre, et les créations spectaculaires produites par Lucasfilm et ILM, sont le moyen idéal de célébrer la sortie d'"Obi-Wan Kenobi" sur Disney+", a déclaré Lylle Breier, SVP Global Marketing Partnerships chez Walt Disney Studios. "Nous sommes impatients de le partager avec les fans du monde entier."

La campagne 360°, travaillée par Scholz & Friends et Markenfilm, se déroulera sur plusieurs marchés et permettra la diffusion du contenu personnalisé en télévision et en digital, ainsi que sur des panneaux publicitaires attrayants et les médias sociaux. Elle s'étendra également à une collaboration passionnante en matière de design, dans le cadre de laquelle les designers de Volkswagen et de Lucasfilm ont créé conjointement deux ID. Buzz "Star Wars Edition", qui seront dévoilés lors de la Star Wars Celebration à Anaheim, en Californie - le plus grand événement mondial dédié - à la fin du mois de mai.

Le spot peut être visionné ici : <https://www.youtube.com/watch?v=NJXUfsKOP7w>

Ewan McGregor devient ambassadeur de marque

En reprenant son rôle principal dans la série, Ewan McGregor devient également le plus récent ambassadeur de la marque Volkswagen. Fan enthousiaste de Volkswagen, Ewan possède sa propre collection de voitures anciennes : "J'ai été un passionné de Volkswagen toute ma vie. Depuis que j'ai eu ma première Volkswagen, à l'âge de 16 ans. Et je les ai toujours collectionnées depuis." Ewan McGregor avait déjà participé activement à la première mondiale de l'ID. Buzz en mars : "L'ID. Buzz a vraiment du caractère. C'est inhabituel pour une voiture récente et cela me donne le sourire. Je pense que c'est une voiture vraiment joyeuse."

Autre élément clé du positionnement de la marque

La marque Volkswagen est en pleine transition depuis 2016. Dans le cadre de ce changement, un nouveau logo et une nouvelle image de marque ont été introduits, et la marque a axé sa stratégie sur l'électromobilité. Volkswagen adopte également de nouvelles approches dans ses activités de communication marketing - notamment son engagement de grande envergure dans le football, les loisirs sponsorisés à l'échelle mondiale, les activités sur les nouveaux événements mondiaux tels que le festival américain South by Southwest en mars 2022.



Media information

A propos de Disney+

Disney+ est la maison de streaming dédiée aux films et émissions de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars et National Geographic, ainsi que la nouvelle marque de contenu de divertissement général sur certains marchés internationaux, Star. Faisant partie du segment Media & Entertainment Distribution de Disney, Disney+ est disponible sur la plupart des appareils connectés à Internet et offre une programmation sans publicité avec une variété de longs métrages originaux, de documentaires, de séries d'action et d'animation, et de contenus courts. Outre un accès sans précédent à l'incroyable bibliothèque de films et de programmes télévisés de Disney, le service est également le foyer exclusif de diffusion en continu des dernières sorties des Walt Disney Studios.

L'abonnement à Disney+ nécessite d'avoir plus de 18 ans pour s'inscrire.

A propos d'Obi-Wan Kenobi

"Obi-Wan Kenobi", la nouvelle série limitée de Lucasfilm pour Disney+, débutera exclusivement sur Disney+ le 27 mai. Dans la série, Ewan McGregor reprend son rôle de l'emblématique maître Jedi. L'histoire commence 10 ans après les événements dramatiques de "Star Wars : Revenge of the Sith", où Obi-Wan Kenobi a dû faire face à sa plus grande défaite - la chute et la corruption de son meilleur ami et apprenti Jedi, Anakin Skywalker, qui s'est tourné vers le côté obscur en tant que Seigneur Sith maléfique Dark Vador. La série marque également le retour d'Hayden Christensen dans le rôle de Dark Vador. Les autres acteurs sont Moses Ingram, Joel Edgerton, Bonnie Pisese, Kumail Nanjiani, Indira Varma, Rupert Friend, O'Shea Jackson Jr, Sung Kang, Simone Kessell et Benny Safdie. "Obi-Wan Kenobi" est réalisé par Deborah Chow et produit par Kathleen Kennedy, Michelle Rejwan, Chow, Ewan McGregor et Joby Harold.

A propos de Lucasfilm Ltd.

Lucasfilm Ltd, filiale à 100 % de The Walt Disney Company, est un leader mondial du cinéma, de la télévision et du divertissement numérique. Outre la production de longs métrages et de séries, l'entreprise propose des effets visuels et une postproduction audio de pointe, des animations numériques, des récits immersifs et la gestion des activités mondiales de merchandising pour ses propriétés de divertissement, notamment les légendaires franchises STAR WARS et INDIANA JONES. Le siège social de Lucasfilm Ltd. est situé dans le nord de la Californie.

Lucasfilm, le logo Lucasfilm, STAR WARS et les propriétés associées sont des marques et/ou des droits d'auteur, aux États-Unis et dans d'autres pays, de Lucasfilm Ltd. et/ou de ses filiales. © & TM 2022 Lucasfilm Ltd. Tous droits réservés.

¹⁾ ID. Buzz Pro. Consommation WLTP combinée de 20,8 à 21,7 kWh/100km. Emissions de CO₂ de 0 g/km.

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 30 sites répartis dans 13 pays. En 2021, Volkswagen a livré environ 4,9 millions de véhicules dont les best-sellers Polo, T-Roc, Tiguan ou Passat ainsi que les modèles 100% électriques ID.3 et ID.4. L'année dernière, l'entreprise a livré à clients plus de 260 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 184 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Plus de 10 000 sociétés commerciales et partenaires de services employant 86 000 collaborateurs travaillent également pour la marque Volkswagen. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement en tant que fournisseur de mobilité orienté vers le logiciel.
