



25 juin 2024

Volkswagen France célèbre les 50 ans de la Golf dans un documentaire inédit

A l'occasion de l'anniversaire des 50 ans de la Golf, Volkswagen France présente un documentaire inédit intitulé « Unique(s), 50 ans d'histoires partagées » mettant en lumière des instants de vie et de souvenirs de français autour de leur Volkswagen Golf. Ce documentaire est disponible sur Amazon Prime Video depuis le 24 juin.



Unique(s), 50 ans d'histoires partagées

Voiture iconique et populaire depuis 1974, la Golf célèbre cette année ses 50 années d'existence. Pour l'occasion, Volkswagen lance une version restylée et améliorée de la 8^e génération de la Golf. La nouvelle Golf a tout pour convaincre : un système d'infodivertissement de dernière génération, des commandes plus intuitives, des lignes épurées à l'avant et à l'arrière et une motorisation plus efficace, notamment sur la version hybride rechargeable, qui affiche une autonomie en mode électrique de plus de 130 km en cycle mixte WLTP.

Création d'une campagne unique pour célébrer la Golf à travers la création de contenus originaux innovants.

Volkswagen raconte l'histoire de la Golf avec la création d'un documentaire intitulé « Unique(s), 50 ans d'histoires partagées ». Ce documentaire, disponible sur la plateforme Amazon Prime Vidéo, explique comment la Golf a su tisser des liens uniques et indéfectibles avec les français. Aussi, une série de portraits « Trajectoires » (16 portraits de 3 minutes) relayés en digital sur les marques du réseau Webedia, met en scène les témoignages de personnalités au volant d'une Golf.



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

Cette approche innovante, orchestrée par Re-Mind PHD, met en avant l'importance de la narration et de l'émotion dans la célébration d'un modèle aussi emblématique.

Avec l'accompagnement de Re-Mind PHD, et son entité créative Fuse France, la campagne a trouvé une résonnance à travers un dispositif média multicanal :

- Une campagne TV sur plusieurs formats avec des écrans premium
- Une campagne d'affichage de grande envergure où un dispositif DOOH a été déployé pour la première fois dans les métros parisiens et les abris de bus partout en France.
- Un plan presse qualitatif avec des parutions pleine page
- Une campagne digitale importante avec des formats géants en 100% SOV mais également des formats adaptés pour les réseaux sociaux, les contenus digitaux et les plateformes de streaming.



« L'anniversaire de la Golf est un moment unique dans la stratégie de communication de la marque, avec un enjeu de célébration couplé au lancement de la version restylée de celle-ci. C'est ainsi que nous avons eu l'idée de créer l'événement via la production d'un documentaire qui parle à tous les Français. Re-Mind PHD et Fuse France nous ont accompagné sur ce beau projet. », a confié Antoine Gaston-Breton, directeur marketing de Volkswagen France.

« Nous sommes très heureux d'accompagner Volkswagen France et l'anniversaire de son modèle historique est un excellent levier, créateur d'émotions. Les équipes de Re-Mind PHD et de Fuse France ont allié leurs forces pour proposer un dispositif média à la hauteur de l'héritage historique de la Golf tout en rendant compte des innovations apportées par la Golf 8. » ont déclaré Marie Costeux et Geoffrey Hayat, respectivement Présidente et DG de Re-Mind PHD.

A propos de Re-Mind PHD

Re-Mind PHD est l'agence née de la fusion en 2015 de Re-Mind, alors une des plus grandes agences media digitales indépendantes françaises, et de PHD, un des réseaux mondiaux d'Omnicom Media Group, dans le but d'offrir le meilleur des 2 univers aux annonceurs : performance et temps réel du digital s'associant à la culture de marque et à la créativité media du réseau PHD.

À propos de Fuse France

Fuse France est l'agence de partnerships media, de brand content et de sport marketing du groupe Omnicom Media. Son rôle est de conseiller, concevoir et déployer, des partenariats média, de la création de contenus ou des opérations d'activation hors média. L'agence est aussi experte dans l'accompagnement des clients du groupe autour de stratégies de sponsoring dans le sport : conseil stratégique, négociation de droits, implémentation et amplification des partenariats.

A propos de Volkswagen France

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans plus de 140 pays dans le monde entier et produit des véhicules sur 29 sites répartis dans 12 pays. En 2023, Volkswagen a livré environ 4,9 millions de voitures dont les best-sellers Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan et Passat, ainsi que les modèles 100% électriques à succès de la famille ID. (ID.3, ID.4, ID.5, et ID.7). L'année dernière, l'entreprise a livré environ 394 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 170 000 collaborateurs travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement afin de devenir la marque de référence en matière de mobilité durable.

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans le monde entier et produit des véhicules sur 29 sites répartis dans 12 pays. En 2023, Volkswagen a livré environ 4,9 millions de véhicules dont les best-sellers Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan ou Passat ainsi que les modèles 100 % électriques de la famille ID.. L'année dernière, l'entreprise a livré à clients plus de 3940 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 170 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement afin de devenir la marque de référence en matière de mobilité durable.

