



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE



PUBLICIS LA MAISON

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 1^{er} juin 2015

DS 3 ÉDITION LIMITÉE '1955' : LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE TV

Aujourd'hui démarre, en France, la campagne TV de la DS 3 Édition limitée '1955'. Un film qui met en scène l'exclusivité de ce modèle numéroté et produit à 1955 exemplaires. Un spot empreint de séduction à l'esprit joyeux et léger, à l'image de la DS 3.

À découvrir sur : <https://youtu.be/IO5x0cJKGBs> ou dans nos points de ventes. Attention ! Il n'y en aura pas pour tout le monde.

Cette édition limitée, clin d'œil aux 60 ans de la DS historique est également proposée à la vente pour les DS 4 et Nouvelle DS 5.



A l'occasion des 60 ans de la DS d'origine, la marque DS a choisi de lancer une édition limitée numérotée sur l'ensemble de sa gamme : de la DS 3, et sa déclinaison Cabrio, à la Nouvelle DS 5, en passant par la DS 4.

Ces modèles - en nombre limité (1955 pour DS 3 et DS 3 CABRIO, 955 pour DS 4 et 955 pour Nouvelle DS 5) – sont à découvrir dans les points de ventes de la Marque et, à partir d'aujourd'hui, sur vos écrans avec le lancement du film publicitaire TV de la DS 3 Édition limitée '1955'. Cette campagne s'accompagne également d'un volet digital. Trois versions du film sont proposées : 20'' (<https://youtu.be/z8QomrUIB5I>), 30'' (<https://youtu.be/EdRKHFmncbl>) et 60'' (<https://youtu.be/IO5x0cJKGBs>)

Dans ce spot réalisé par Rob Chiu (Standard film), la marque DS et l'agence PUBLICIS la Maison ont décidé de mettre en avant les futurs propriétaires privilégiés qui pourront s'offrir cette DS 3 '1955'.

Au volant de leur voiture, un homme et une femme fredonnent, chacun de leur côté, l'air d'une même chanson. Si le film suggère qu'il serait sans doute heureux qu'ils se rencontrent, il en ressort le peu de probabilité que deux DS 3 de l'Édition limitée '1955' se croisent un jour.





DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE



PUBLICIS LA MAISON

Pour ce spot, une chanson interprétée en live sur le tournage par les deux comédiens mis en scène, a été écrite sur la base d'un titre de Jérôme Echenoz.

Ce film met en avant l'exclusivité qui caractérise la DS 3, une citadine ultra-personnalisable et qui propose de nombreuses déclinaisons au travers des éditions limitées commercialisées. Aujourd'hui, c'est le raffinement de l'Édition '1955' qui est à l'honneur !

DÉTAILS TECHNIQUES DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DE LA DS 3 ÉDITION LIMITÉE '1955' :

FICHE TECHNIQUE

Annonceur : marque DS

Agence : PUBLICIS La Maison

Directrice de la Création : Anne de Maupeou

Directeur de création : Fabien Teichner et Dimitri Guerassimov

Directeur Artistique : Souen Le Van

Concepteur-rédacteur : Antonin Jacquot

Responsables Agence : Charles George-Picot, Alberto Scorticati, Nathalie Do Dang Vinh

Chef de publicité : Thibaud Muratyan

TV Prod. Prodigious : Cleo Ferenczi

Responsables Annonceur : Arnaud Ribault, Jules Tilstone, Pénélope Yeatman Eiffel

Film TV

Réalisateur : Rob Chiu

Production : Standard

Post-production : Nightshift

Recherche musicale : The / Schmooze

Production son : Schmooze

LES KITS PRESSE*, PHOTOS* ET VIDÉOS* SONT DISPONIBLES SUR :

<http://www.dscommunication-echange.com>

Identifiant (MAJ) : MARQUEDS2015

Mot de passe (MAJ) : 60ANSDS

*A usage exclusivement de la presse





DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE



PUBLICIS LA MAISON

A propos de la Marque DS

Marque française née à Paris, DS a officiellement été créée le 1^{er} juin 2014 et affirme son ambition : permettre à l'automobile française de renouer avec le haut de gamme. Inspirée du meilleur du savoir-faire français, DS perpétue les valeurs d'innovation et de distinction héritées de la DS de 1955. Conçue pour une clientèle à la recherche d'expression personnelle, la gamme DS comprend les DS 3, DS 3 CABRIO, DS 4, DS 5, DS 5LS* et DS 6*. Elle propose des voitures qui se distinguent par leur style remarquable, leur raffinement dans les moindres détails, leurs matériaux nobles et leur technologie avec notamment la chaîne de traction hybride diesel, Hybrid4, proposée sur la DS 5. Distribuée en Europe dans des DS Store ou dans des zones d'exposition dédiées au sein du réseau CITROËN, DS bénéficie d'un réseau de points de vente spécifique en Chine. DS c'est aussi, pour ses clients, une expérience de marque qui se prolonge au-delà des produits, avec une offre de services premiums exclusifs, notamment au travers du club DS PRIVILÈGE. À ce jour, la marque totalise plus de 550 000 ventes depuis son lancement.

www.driveDS.com

Suivez toute l'actualité de DS sur [@DS_Official](https://twitter.com/DS_Official) et les 60 ans de la DS grâce au hashtag [#DSis60](https://twitter.com/DSis60)

*Commercialisées en Chine uniquement

A propos de l'agence PUBLICIS La Maison

La création de PUBLICIS La Maison s'appuie sur une collaboration exclusive entre Google, Condé Nast et les agences digitales de PUBLICIS Groupe, ayant pour but de permettre aux marques de luxe de connaître et d'anticiper les tendances de leurs marchés, de générer des expériences et des contenus localisés à une échelle globale et d'appréhender les changements liés au digital.

PUBLICIS La Maison s'engage à soutenir les marques premium et les marques de luxe face aux multiples défis auxquelles elles sont confrontées : la compréhension des consommateurs des marchés émergents, une concurrence mondialisée, et une évolution perpétuelle du paysage et des usages digitaux.

PUBLICIS La Maison est dirigée par Charles Georges-Picot, CEO de Publicis 133 et de l'agence Marcel, et expert dans le marketing du luxe. Raul Martinez, Design Director de Vogue USA, Co-fondateur et Chief Creative Officer de AR, est en charge du produit créatif. Une équipe spécialiste du luxe chez Google contribue à la recherche d'insights et de tendances.

