



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE



PUBLICIS LA MAISON

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 15 mars 2017

#HIDDENTRACK : LA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE DS ULTRA-EXCLUSIVE

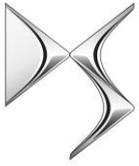
Pour l'arrivée des DS 3 Ines de la Fressange et DS 4 CROSSBACK Moondust dans les points de vente en France, la marque DS inaugure une nouvelle campagne publicitaire digitale nommée « #HiddenTrack » (titre caché).

Celle-ci vient illustrer de façon innovante et totalement inédite, la stratégie adoptée par DS AUTOMOBILES : proposer des modèles ultra-exclusifs au travers de ses Éditions Limitées. Ainsi pour les propriétaires de ces voitures, croiser la même DS que la leur relève du défi. Seuls ceux qui sauront déjouer les lois de probabilité vivront une expérience musicale unique à bord de leur DS en découvrant l'intégralité du titre « On our way home » du groupe d'electro-pop australien *Empire of the Sun*.

Imaginée et conçue par l'agence Publicis La Maison, cette campagne célèbre la créativité musicale. Pour donner un avant goût de ce titre réservé en exclusivité mondiale à la marque DS, le rendez-vous est donné dès aujourd'hui sur internet : <https://www.youtube.com/watch?v=5qDcOKzDo08&feature=youtu.be> (spot DS 3 Ines de la Fressange) et <https://www.youtube.com/watch?v=NFg9r4sC3gE> (spot DS 4 CROSSBACK Moondust)



Alors que la marque DS lance en France, DS 3 Ines de la Fressange et DS 4 CROSSBACK Moondust, deux nouvelles Éditions Limitées de la collection printemps/été 2017, Yves Bonnefont, son directeur général, déclare « chez DS, nous créons des voitures pour les clients en quête d'expression personnelle. Nous voulons offrir du 'sur mesure' et cultiver la rareté pour que chaque client trouve dans sa DS cette touche qui lui ressemble. Nos éditions limitées enrichissent notre offre de produits d'exception. Croiser deux DS identiques, relève du défi ! »



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

C'est dans ce contexte que l'agence Publicis La Maison a imaginé et créé « #HiddenTrack », une campagne publicitaire digitale qui sera déployée dans les pays majeurs où les modèles seront commercialisés. En France, elle sera renforcée par des insertions dans la presse

Cette nouvelle création s'inscrit dans la continuité de celle réalisée en 2015 pour l'Édition Limitée DS 3 '1955' qui montrait au volant de leur DS, un homme et une femme fredonnant chacun dans leur voiture l'air d'une même chanson (« Le Chrome et le Coton » de Jérôme Echenoz). Si le film suggérait qu'ils seraient sans doute heureux qu'ils se rencontrent, il en ressortait le peu de probabilités que deux DS 3 de l'Édition Limitée '1955' se croisent un jour.

Aujourd'hui, c'est dans ce même esprit que la nouvelle campagne publicitaire a été créée. Avec DS 3 Ines de la Fressange et DS 4 CROSSBACK Moondust proposés respectivement en France à 500 et 150 exemplaires (1 000 et 210 pour le monde), passer à côté de la même voiture sur la route est quasi improbable.

Une fois de plus la créativité musicale est au cœur du dispositif. Un dispositif qui célèbre l'exclusivité des modèles et qui va plus loin en offrant à leurs possesseurs la possibilité d'une expérience unique à bord de leur voiture. En effet, si la marque DS a l'apanage du titre « On our way home », créé et composé par le groupe d'électro-pop australien *Empire of the Sun*^{*}, elle a choisi de dévoiler des extraits au grand public au travers des spots – de 20 et 30 secondes - visibles sur internet, mais surtout elle a réservé son intégralité en exclusivité aux propriétaires de l'une des Éditions Limitées. Pour ces derniers, il s'agira de télécharger l'application « The Hidden Track »^{**} de saisir le numéro de VIN de leur DS puis de rencontrer la perle rare c'est-à-dire une autre DS 3 Ines de la Fressange s'ils roulent eux-mêmes avec ce modèle ou une autre DS 4 CROSSBACK Moondust si c'est cette voiture qu'ils ont retenue.

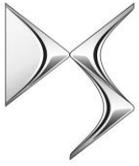
Lorsque la rencontre aura lieu, si elle a lieu, chacun des propriétaires pourra dans sa voiture découvrir depuis son mobile l'intégralité du titre aujourd'hui le plus caché au monde. Il aura également l'opportunité de visionner le clip qui met en scène, réinterprète et modernise une histoire d'amour complexe entre une princesse et un prince. Arriveront-ils à se rencontrer ?

Pour découvrir la nouvelle campagne publicitaire DS, un extrait de « On our way home » et l'univers onirique du clip, le rendez-vous est donné, dès aujourd'hui, sur <https://www.youtube.com/watch?v=5qDcOKzDo08&feature=youtu.be> (spot DS 3 Ines de la Fressange) et <https://www.youtube.com/watch?v=NFg9r4sC3gE> (spot DS 4 CROSSBACK Moondust)

Cette campagne est aujourd'hui réservée à la promotion de DS 3 Ines de la Fressange et de DS 4 CROSSBACK Moondust et d'ici quelques mois, à de nouvelles Éditions Limitées DS.

* célèbre pour son tube « walking on a dream »

** disponible d'ici quelques jours sur Play Store pour Android et App Store pour iPhone



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

#HIDDENTRACK - DÉTAILS TECHNIQUES DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE :

Annonceur : DS AUTOMOBILES

Directeur Général : Yves Bonnefont

Directeur Marketing & Ventes monde : Arnaud Ribault

Directrice Brand Content : Pénélope Yeatman Eiffel

Directrice Communication : Xiaoyan Hua-Schwab

Agence : PUBLICIS La Maison

Président : Charles Georges-Picot

Directeurs de la Création : Anne de Maupeou, Dimitri Guerassimov, Fabien Teichner

Directeur Artistique : Clément Sechet

Concepteur-rédacteur : Antonin Jacquot

Head of Design : François Prost

Directeur de Création Digital : Lionel Bui

Directeur Artistique : Margaux Marie

Managing Partner en charge des Stratégies : Nicolas Levy

Planneur stratégique : Séverine Bavon

Director of International Business : Alberto Scorticati

Group Account Director : Nathalie Do Dang Vinh

Account Director : Arthur Lenfant

Account Executive : Thibaud Muratyan

TV Producer : Cleo Ferenzi (Prodigious)

Production film : Standard

Réalisateur : Fabien Teichner

Producteur : Julien Pasquier

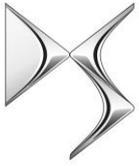
Post-production : Nightshift

Production Son : Prodigious

Musique

Artiste : Empire of the Sun

Titre : On our way home



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

À propos de DS AUTOMOBILES

Marque française née à Paris, DS a été créée le 1^{er} juin 2014 et affirme son ambition : incarner dans l'automobile le savoir-faire français du luxe. Forte d'un héritage exceptionnel et animée par l'esprit d'avant-garde, DS perpétue les valeurs d'innovation et de distinction de la DS de 1955.

Conçue pour une clientèle à la recherche d'expression personnelle, la Collection DS comprend DS 3, DS 3 CABRIO, DS 4, DS 4 CROSSBACK, DS 4S, DS 5, DS 5LS, DS 6, complétée de DS 7 CROSSBACK. Elle propose des voitures qui se distinguent par leur design d'avant-garde, leur raffinement dans les moindres détails, leurs technologies avancées et leur sérénité dynamique.

Présenté au Salon de Genève 2017, DS 7 CROSSBACK, le SUV selon DS à l'innovation et au savoir-faire signés Paris, inaugure la seconde génération des modèles DS. Aux avant-gardistes, l'édition limitée DS 7 CROSSBACK La Première leur donne la possibilité d'être réservée en ligne ou dans un DS Store ou DS Salon afin d'être parmi les premiers à en prendre le volant. Engagée dans la voie des voitures hybrides et électriques performantes, la Marque proposera dès 2019, DS 7 CROSSBACK équipé d'E-TENSE, l'hybride selon DS.

Distribuée dans les DS Stores et les DS Salons ou dans les zones dédiées au sein du réseau Citroën, DS a également deux flagships le DS WORLD PARIS et le DS WORLD SHANGHAI. DS c'est aussi, une expérience de Marque qui se prolonge au-delà des produits, avec ONLY YOU un programme de services exclusifs présenté à l'occasion du Mondial de Paris 2016.

Suivez toute l'actualité de DS France sur www.DSautomobiles.fr @DS_France et de DS à l'international sur www.DSautomobiles.com @DS_Official

À propos de PUBLICIS LA MAISON

La Maison est le fruit d'une alliance inédite dans la communication entre Publicis, Google et Conde Nast / une nouvelle façon de « cibler les marques de luxe pour leur fournir connaissance clients, contenus et solutions technologiques ». Comme le résumait Arthur Sadoun, CEO Publicis Groupe au moment de sa création il y a 2 ans.