DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

PUBLICIS LA MAISON

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 4 novembre 2015

NOUVELLE DS 4 ET DS 4 CROSSBACK :
JOËL DICKER AU CŒUR DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE « THE DS WRITER »

Alors que Nouvelle DS 4 et DS 4 Crossback arrivent dans les showrooms de la Marque, DS AUTOMOBILES lance la campagne publicitaire de ses deux dernières créations : 'The DS Writer'*. Réalisée avec l'agence PUBLICIS La Maison, celle-ci exprime une fois de plus l'esprit d'avant-garde de la Marque notamment au travers de son nouvel ambassadeur Joël Dicker - auteur du best-seller 'la vérité sur l'Affaire Harry Quebert' - et de son rôle majeur dans le dispositif digital inédit mis en place. Ce dernier se concrétise par la diffusion d'une web-série composée de cinq épisodes et d'une nouvelle exclusive rédigée, pour DS, par Joël Dicker laquelle sera éditée et offerte uniquement aux personnes qui essaieront Nouvelle DS 4 ou DS 4 Crossback. Pour tout savoir et vivre une expérience digitale riche de suspens, rendez-vous sur : www.nouvelleDS4.fr

Quelques semaines après leurs premières apparitions au Salon automobile de Francfort, Nouvelle DS 4 et DS 4 Crossback se dévoilent désormais en concession et au travers de la campagne publicitaire 'The DS Writer' lancée aujourd'hui en France.

Dernières créations de DS AUTOMOBILES, Nouvelle DS 4 et DS 4 Crossback se distinguent par leur design d'avant-garde et leur raffinement ou encore par leurs technologies et leur hyper-confort dynamique. De la famille des compactes, elles adoptent la nouvelle calandre 'DS Wings', marqueur fort de l'identité de la Marque, et offrent le choix entre une berline puissante, raffinée et unique par sa personnalisation, son style et

son dynamisme, et une nouvelle silhouette inédite, DS 4 Crossback au look 'baroudeur chic', polyvalente et expressive avec une position de conduite plus haute.

A l'heure où leurs commercialisations démarrent en France, et en suivant dans les autres pays européens, DS AUTOMOBILES lance la campagne publicitaire de ces deux modèles, un moment important dans son histoire naissante.

Pour cette occasion, et en cohérence avec l'esprit d'avant-garde de la Marque, celle-ci, en collaboration avec l'agence Publicis la Maison, a conçu la campagne 'The DS Writer'. Avant tout digitale, cette campagne s'appuie sur un dispositif inédit qui a pour objectif de faire vivre une expérience hors du commun riche de suspens et d'évasion.

Pour incarner cette campagne et devenir l'ambassadeur de Nouvelle DS 4 et DS 4 Crossback, c'est Joël Dicker, l'auteur du best-seller 'la vérité sur l'Affaire Harry Quebert', qui a été retenu. Ainsi il devient, aux côtés de Nouvelle DS 4, l'acteur majeur d'une web-série aux allures de thriller.

Composée de cinq épisodes, elle raconte l'histoire de Joël Dicker qui face à l'angoisse de la page blanche décide de partir au volant de sa Nouvelle DS 4 pour trouver l'inspiration. Un voyage empreint d'évasion qui débute à Paris pour s'aventurer dans la Forêt Noire en Allemagne. Au travers de ces épisodes, le processus créatif suivi par Joël Dicker pour écrire sa prochaine histoire est décrypté et mis en image. Nouvelle DS 4 y joue un rôle important car tout au long de ce périple, l'écrivain profite des dernières innovations qu'offre cette voiture dont la fonction Apple CarPlay™ qui lui permet de noter en toute sécurité et en continuant de rouler, les idées qui lui viennent à l'esprit. Ces idées, seuls les lecteurs de la nouvelle intitulée 'Pour les Initiés uniquement' les retrouveront.

En effet dans le cadre de son association avec DS AUTOMOBILES, Joël Dicker a écrit, pour la Marque, cette nouvelle exclusive. Si chaque chapitre pourra être consulté en ligne au fur et à mesure de la diffusion des épisodes de la web-série, la version éditée sera quant à elle uniquement offerte aux personnes qui essaieront Nouvelle DS 4 ou DS 4 Crossback.

Pour découvrir la bande annonce 'The DS Writer' et les épisodes de la web-série diffusés du 4 au 13 novembre 2015, une adresse www.nouvelleDS4.fr *.

Tout comme Joël Dicker, il appartient désormais au grand public de prendre le volant de Nouvelle DS 4 ou DS 4 Crossback et de se laisser inspirer.

#DSWriter

*The DS Writer = l'écrivain DS

**adresse pour la France qui se déclinera dans chaque pays au moment du lancement

DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

PUBLICIS LA MAISON

A SAVOIR SUR JOËL DICKER :

Ecrivain Suisse de langue française. Né à Genève le 16 juin 1985. Se passionne pour l'écriture depuis son plus jeune âge.

En 2005, il obtient le Prix international des jeunes auteurs pour sa nouvelle 'Le Tigre'

En 2010, il remporte le Prix des écrivains genevois pour le roman 'Les derniers jours de nos pères' lequel sera édité.

En 2012, il publie 'La Vérité sur l'Affaire Harry Quebert'. Traduit en 40 langues, il est paru dans 60 pays. Vendu à 3 million d'exemplaires.

En septembre 2015, lancement du roman 'Le Livre des Baltimores. N°1 des ventes en France (source : http://www.edistat.com/palmares.php)

DÉTAILS TECHNIQUES DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DE NOUVELLE DS 4 & DS 4 CROSSBACK :

Annonceur : Marque DS

Agence : PUBLICIS La Maison
Directeurs de la Création: Anne de Maupeou, Dimitri Guerassimov, Fabien Teichner
Directeur de Création digital : Lionel Bui
Head of design: François Prost
Concepteur-rédacteur : Julien Sens
Directeurs Artistiques : Roman Vychnevsky, E.Holzgraph
Directrice Artistique digitale : Samantha De-Biasi
Directrice Artistique édition : Dune Collet
Concepteur-rédacteur édition : Maxime Dos-Santos
Maquettiste : Karine Villalon

Responsables Agence : Charles Georges-Picot, Alberto Scorticati, Alexis Delwasse, Alice Boulard, Margot Paquien, Noëlla Neffati
Directeur du planning stratégique : Nicolas Levy
Planneur stratégique : Séverine Bavon

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

DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

PUBLICIS LA MAISON

FILMS

Réalisateurs : D.A.R.Y.L
Maison de production : Standard
Producteur : Julien Pasquier
TV producers : Guillaume Delmas, Cléo Ferenczi
Co-production son : Prodigious, THE
Producteur son : Clémens Hourriere, Boris Nicou, Anthony Leblond, Jérôme Alquier, Alexandre Rabia

---

À propos de la Marque DS

Marque française née à Paris, DS a officiellement été créée le 1er 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 DS 3, DS 3 CABRIO, Nouvelle DS 4, DS 4 CROSSBACK, Nouvelle 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, Hybrid 4x4, proposée sur Nouvelle 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 PRIVILEGE. À ce jour, la marque totalise plus de 580 000 ventes depuis son lancement. www.driveDS.com

Suivez toute l'actualité de DS sur @DS_Official.

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.

DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

PUBLICIS LA MAISON

PUBLICIS La Maison s'engage à soutenir les marques premium et les marques de luxe face aux multiples défis auxquels 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.