

La nouvelle PEUGEOT 308 lance sa campagne publicitaire et inaugure la nouvelle identité visuelle et sonore de PEUGEOT

Avec le lancement de la campagne de la nouvelle PEUGEOT 308, la marque fait évoluer sa signature sonore afin de répondre au mieux à l'ambition de devenir la meilleure marque généraliste haut de gamme.

C'est avec le film publicitaire de la nouvelle PEUGEOT 308 que la marque lance sa nouvelle identité sonore affirmée et statutaire.

«Avec le succès des nouveaux SUV PEUGEOT 3008 et 5008, et aujourd'hui avec le lancement de la nouvelle Peugeot 308, nous affichons clairement notre objectif pour PEUGEOT : devenir la meilleure marque généraliste haut de gamme. Pour renforcer notre ambition, nous avons travaillé sur un nouvel univers sonore, à la fois affirmé, technologique, avec une touche d'émotion, qui incarne parfaitement les valeurs de la marque.» - Nuno Marques, Directeur de la publicité et de l'image de marque.

C'est William Blanc du bureau créatif Cream Paris et Ben Kaniewski du label Gorilla Tunes qui ont imaginé et produit ce tag s'inscrivant dans les territoires de la séduction, de la performance et de la liberté. Le nouvel univers sonore PEUGEOT a été conçu pour être cohérent sur l'ensemble des supports de communication mondiaux de la marque (TV, radio, digital, points de vente, ...) et est également adapté aux besoins des différents pays.

Une nouvelle cinématique du packshot de marque fait également son apparition sur tous les supports digitaux et vidéos avec un lion encore plus élégant et statutaire.

Le lancement international de la nouvelle PEUGEOT 308 est également l'occasion d'inaugurer une nouvelle charte graphique pour tous les supports publicitaires de la marque, contribuant ainsi à l'installation de PEUGEOT dans son positionnement de montée en gamme.

Le film publicitaire de la nouvelle PEUGEOT 308, produit par l'agence BETC, met en avant le nouvel univers sonore et visuel de la marque. A travers un jeu d'ombres et de lumières, le style racé de la voiture s'affirme et ses nouvelles technologies sont mises en exergue.

Diffusé depuis le 25 août en Allemagne et aux Pays-Bas, cette campagne débutera sur les écrans en France dès le 29 août.



PEUGEOT

Une conduite stimulante et valorisante, un design racé, une qualité sans compromis constituent l'engagement de la marque auprès de ses clients et contribuent à l'émotion que procure chaque PEUGEOT.

Présente dans près de 160 pays avec plus de 10 000 points de vente, PEUGEOT a progressé en 2016 de 12,3% à 1 919 460 véhicules commercialisés dans le monde. PEUGEOT allie partout Exigence, Allure et Emotion avec l'ambition d'être la marque généraliste haut-de-gamme à vocation mondiale.

Entamée en 1889, l'histoire automobile de la marque s'enrichit cette année d'une nouvelle victoire sur les pistes du Dakar avec un triplé des nouvelles PEUGEOT 3008 DKR.