

Škoda propose pour la première fois en France un voyage immersif pour découvrir l'Enyaq Coupé iV

- › Un cube 3D géant prend place sur le parvis de la Défense à compter du 17 janvier 2023
- › Le film 3D raconte un voyage d'une journée en Enyaq Coupé iV
- › Première en France dans l'industrie automobile



Paris, le 17 janvier 2023 - Après un lancement réussi en octobre dernier, Škoda souhaitait offrir à son nouveau modèle 100% électrique, l'Enyaq Coupé iV, une vitrine à la hauteur de ses qualités. Une activation publicitaire exclusive a été imaginée pour l'occasion : la diffusion d'un film 3D grandeur nature sur le parvis de La Défense dès aujourd'hui.

Škoda France tenait à innover. Suivant ce principe, les équipes marketing ont résolument positionné Škoda en tant que pionnière en France dans la publicité extérieure dynamique et interactive. L'agence TrackDDB a travaillé sur les principales caractéristiques du modèle et sur des environnements extérieurs (Gares, Aéroports, Stations essence, Zones commerciales) pour faire émerger l'Enyaq Coupé iV.

A l'issue de ce travail, c'est une activation toute particulièrement innovante qui a été pensée spécifiquement pour ce lancement : dès le 17 janvier et pour 2 semaines, un cube 3D géant prendra place sur le parvis de la Défense afin de diffuser un film 3D qui raconte une journée de voyage en Enyaq Coupé iV, voyage que permettent ses 547 kilomètres d'autonomie (norme WLTP en cycle mixte). L'écran géant utilise le principe de l'anamorphose qui permet de créer des illusions d'optiques. Une première en France dans l'industrie automobile !

« Nous sommes très fiers d'être le premier constructeur automobile à proposer un tel dispositif en France. Pour un produit innovant tel que l'Enyaq Coupé, nous souhaitons mettre en place un dispositif qui le soit tout autant. C'est également une belle occasion de mettre en avant la nouvelle

identité Škoda, notre nouveau logo et nos nouvelles couleurs. C'est une fantastique façon de débiter l'année, et ça nous place dans une dynamique très positive pour 2023. »

Antoine Weil, Directeur Marketing Škoda France

Pour le public qui n'aurait pas l'opportunité de se rendre à La Défense, l'activation sera également relayée sur BFM TV, BFM Business et RMC Découverte.

Agences partenaires :

- Re-Mind Phd (media)
- Track DDB (création)
- Screenbase (achat DOOH/écran 3D)
- Cymatic (modélisation 3D)

Škoda Auto

- › est un constructeur automobile parmi les plus anciens de l'histoire. Dans son berceau tchèque de Mladá Boleslav, la production de cycles puis de motos et d'automobiles a commencé en 1895.
- › poursuit avec succès sa feuille de route pour la décennie avec Next Level – Škoda Strategy 2030.
- › vise une place dans le top 5 en Europe à horizon 2030 avec une offre attractive et des nouveaux modèles électriques.
- › émerge comme le premier constructeur européen sur les marchés à fort potentiel comme l'Inde ou l'Afrique du Nord.
- › propose actuellement une gamme de 12 véhicules : les Fabia, Rapid, Scala, Octavia et Superb ainsi que les Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq iV, Enyaq Coupé iV, Slavia et Kushaq.
- › a livré plus de 731 000 véhicules à ses clients en 2022 à travers le monde.
- › a immatriculé 28 904 véhicules en France en 2022, avec une part de marché VP record de 1,9%.
- › a intégré Volkswagen Group il y a plus de 30 ans. Volkswagen Group est un des principaux acteurs du monde de l'automobile.
- › produit et développe indépendamment non seulement des véhicules, mais aussi des pièces telles que des moteurs ou des boîtes de vitesses pour d'autres entités de Volkswagen Group.
- › dispose de 3 sites de production en République Tchèque ainsi que de capacités de production supplémentaires en Chine, Russie, Slovaquie, Inde, ainsi qu'en Ukraine.
- › emploie 45 000 personnes à travers le monde sur plus de 100 marchés.

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.