



Information média

13 novembre 2024

"#GOGRAND": la campagne de lancement du Nouvel Opel Grandland

- Message clair : « Le nouveau Grandland n'est pas juste grand : il est GRANDIOSE ! »
- Une approche convaincante : en collaboration avec l'agence créative Jung von Matt HAVEL, Opel communique sur le Grandland de manière ingénieuse, innovante et humoristique
- Sur tous les canaux : une campagne internationale à 360 degrés est déployée dès aujourd'hui
- Élégant, spacieux, ultra-moderne : le SUV haut de gamme ne laisse rien à désirer

Rüsselsheim. « Si vous appelez une voiture Grandland, vous ne vous arrêtez pas à grand. Vous la rendez GRANDIOSE ! » La toute première phrase de la publicité télévisée de la campagne de lancement [du nouveau Opel Grandland](#) donne le ton : voici un SUV haut de gamme audacieux et pur qui établit de nouvelles normes et séduit le public. La campagne internationale à 360 degrés est actuellement en cours de déploiement et motive les gens à faire ce que fait le nouvel Opel Grandland, [lauréat du « Volant d'Or 2024 »¹](#) : ne pas se contenter de « grand », mais vouloir quelque chose de vraiment GRANDIOSE. La devise de la campagne innovante, développée en collaboration avec l'agence créative Jung von Matt HAVEL, le résume en quelques mots : « #GOGRAND ».

« Notre nouvel Opel Grandland donne vie au pilier de notre marque « German Energy », dans les moindres détails. Le nouvel Opel Grandland est très spacieux, doté de technologies de pointe telles que l'éclairage Intelli-Lux HD et d'un design moderne et audacieux, avec désormais un logo Opel éclairé à l'avant et à l'arrière. Le Grandland est disponible en version hybride, hybride rechargeable ou entièrement électrique avec une autonomie de première classe. C'est donc GRANDIOSE à tous points de vue !

¹ AUTO BILD édition 46/2024 et BILD am SONNTAG édition 45/2024, catégorie « Meilleure voiture de moins de 50 000 € ».



La nouvelle campagne « #GOGRAND » exprime ce sentiment avec un message clair – et une touche d'humour. C'est exactement l'esprit d'Opel », a déclaré Rebecca Reinermann, vice-présidente du marketing chez Opel et Vauxhall.

Daniel Schweinzer, Directeur Général de Jung von Matt HAVEL, a ajouté : « Avec cette campagne, Opel et Jung von Matt HAVEL montrent que les véhicules haut de gamme peuvent être communiqués de manière intelligente et légèrement humoristique sans perdre leur exclusivité. Comme pour le succès de la [campagne « Yes of Corsa »](#), l'accent est mis sur le nom et le produit, cette fois sous la devise puissante « #GOGRAND ».

La campagne internationale est désormais déployée sur tous les canaux : de la télévision et la radio traditionnelles, aux spots cinématographiques, en passant par les vidéos en ligne et les réseaux sociaux, ainsi que des annonces imprimées et l'affichage (digital) extérieure. Avec son slogan « #GOGRAND » et des arguments de poids, la campagne atteint son public partout où il se trouve. L'effet « waouh » est garanti. Il suffit de jeter un coup d'œil à la publicité : « Vous concevez un logo électrique » – « C'est GRANDIOSE ! » « Vous intégrez des sièges massants. » – « C'est GRANDIOSE ! » « Autonomie de batterie ultra longue. » - « C'est GRANDIOSE ! » « Et 50 000 LED intelligentes. » – « C'est GRAAAANDIOSE ! » L'extraordinaire [spot de campagne](#) montre les subtilités de ce dialogue entre le protagoniste emblématique et un raton laveur unique (!) – et aigüise encore l'envie du nouveau Grandland, qui arrivera bientôt chez les concessionnaires.

Ainsi, la campagne non conventionnelle se concentre sur toutes les caractéristiques et qualités importantes qui élèvent le nouvel Opel Grandland électrifié au niveau supérieur. Il s'agit du premier modèle Opel équipé du nouveau Vizor 3D, du logo Opel Blitz éclairé à l'avant et du symbole « OPEL » illuminé en continu à l'arrière. Il propose des technologies innovantes telles que [l'éclairage révolutionnaire Intelli-Lux HD](#) avec plus de 50 000 éléments LED. Et il s'agit du premier modèle Opel à être basé sur la plateforme STLA Medium, optimisée pour les véhicules électriques à batterie, qui permettra bientôt une autonomie sans émissions locales d'environ 700 kilomètres (WLTP) ²avec une batterie de 97 kWh.

² Valeurs de plage déterminées selon la méthodologie de la procédure d'essai WLTP (R (CE) n° 715/2007, R (UE) n° 2017/1151). L'autonomie réelle peut varier dans les conditions de la vie quotidienne et dépend de divers facteurs, notamment du style de conduite personnel, des caractéristiques de l'itinéraire, de la température extérieure, de l'utilisation du chauffage et de la climatisation et du préconditionnement thermique. Les valeurs du Grandland avec une batterie de 97 kWh sont préliminaires et le véhicule n'est pas encore disponible.



Cela et bien plus encore ne mène qu'à une seule conclusion : « Alors, est-ce une excellente voiture ? Non, c'est une voiture... – « GRANDIOSE ! »

À propos d'Opel

Opel est l'un des plus grands constructeurs automobiles européens et un leader dans la réduction des émissions de CO2 grâce à sa vaste offensive d'électrification. L'entreprise a été fondée par Adam Opel à Rüsselsheim, en Allemagne, en 1862 et a commencé à construire des automobiles en 1899. Opel fait partie de Stellantis NV, un leader mondial créé pour la nouvelle ère de la mobilité durable. Avec sa marque sœur britannique Vauxhall, l'entreprise est présente dans plus de 60 pays à travers le monde et continue d'entrer sur de nouveaux marchés internationaux. Opel met actuellement en œuvre de manière cohérente sa stratégie d'électrification pour garantir un succès durable et répondre aux exigences futures de mobilité de ses clients. D'ici 2024, une variante électrique à batterie de chaque modèle Opel sera disponible. Visitez <https://int-media.opel.com>

