



Nissan est de retour au Super Bowl avec un spot télévisé spectaculaire pour le nouveau coupé Z

- *Eugene Levy, acteur primé aux Emmy Awards, fera au volant du coupé Nissan Z sa toute première apparition dans une publicité du Super Bowl*
- *Ce spot télévisé de 60 secondes, qui sera diffusé au cours du dernier quart temps du Big Game le 13 février, sera le point culminant d'une campagne de publicité à 360 degrés de Nissan*

NASHVILLE, Etats-Unis (10 février 2022) – Avec un casting exceptionnel, la publicité Nissan qui sera diffusée au Super Bowl montrera que prendre le volant d'une voiture emblématique peut avoir quelques effets sur votre personnalité.

Cette publicité de 60 secondes intitulée « Thrill Driver » fait partie d'une campagne à 360 degrés mettant en vedette le nouveau coupé Nissan Z dédié au marché nord-américain et le nouveau crossover 100% électrique Nissan Ariya qui arrivera prochainement en Europe. L'acteur principal du spot est Eugene Levy, lauréat d'un Emmy Award et co-créateur de la série Schitt's Creek. L'ambassadrice de la marque Nissan, Brie Larson, y fait aussi une apparition remarquée. Les acteurs Danai Gurira, Dave Bautista et Catherine O'Hara figurent également dans cette publicité.

« *C'est une grande décision que de revenir au Super Bowl. C'est le moment idéal pour mettre en avant la nouvelle image de marque de Nissan et ses produits.* » **explique Allyson Witherspoon, Vice President et Chief Marketing Officer de Nissan U.S.** « *Nous avons un casting incroyable, la production est magnifique et l'action est au rendez-vous. Nous voulions montrer comment un trajet en Nissan peut tout changer.* »

L'histoire de Thrill Driver commence avec Eugene Levy marchant dans un studio, savourant son café du matin, quand il tombe sur Brie Larson et le tout nouveau coupé Nissan Z...

Intrigué par la voiture, Levy n'est cependant pas très emballé par la proposition de Larson de faire un tour en Z ; il en plaisante même : « le café est assez excitant pour moi. » Levy se laisse malgré tout convaincre et quitte le studio avec le Z pour faire un tour dans Los Angeles, conduisant paisiblement au début. Mais, commençant à ressentir le « frisson Z », il s'abandonne alors la conduite du coupé sportif Nissan.

Se prenant un peu pour une rock star au volant du Z, Levy double Catherine O'Hara, qui se trouve être au volant d'un Nissan Ariya. O'Hara est stupéfaite de voir Levy dans cette voiture de sport aux couleurs vives. Puis Levy est obligé de s'arrêter à un feu rouge, devant un café où Danai Gurira et Dave Bautista réfléchissent à un scénario. Ils

remarquent Eugene dans le Z, qui envoie toute la puissance du V6 biturbo de 3,0 litres du Z quand le feu passe au vert. Gurira et Bautista ont alors la même idée...

En quelques instants, Levy devient la star d'un film d'action à indice d'octane élevé, pédale au plancher, intitulé "Thrill Driver". Gurira et Bautista se battent aux côtés de Levy contre les méchants. Au volant du Nissan Z, Levy se métamorphose : ses petites lunettes de vue sont remplacées par des lunettes noires branchées, ses cheveux s'allongent, il arbore des tatouages et porte une veste en cuir. Après une cascade spectaculaire et surréaliste, nous revenons à la réalité dans une salle qui présente la première du film à un public captivé. Après la projection, Levy et ses partenaires quittent la salle au milieu d'une foule de journalistes et de fans, se dirigeant vers le nouveau Nissan ARIYA. La vie de Levy a été complètement transformée grâce au frisson de ce trajet avec le Nissan Z.

Un dispositif à 360 degrés

Cette publicité télévisée d'une minute, réalisée par Craig Gillespie (I Tonya, Cruella) et produite par TBWA/Chiat/Day/NY, est un élément clé d'une campagne Nissan U.S. à 360 degrés déployée dans les jours précédant le Big Game du 13 février. Différents éléments se combinent pour promouvoir le spot Thrill Driver de Nissan U.S. comme un studio hollywoodien annoncerait la sortie d'un film à venir.

La campagne comprend des affiches de films en édition limitée pour Thrill Driver placées dans des endroits clés à travers le pays, des bandes-annonces façon cinéma pour le film sur les réseaux sociaux, une figurine à collectionner du personnage « d'action-hero » d'Eugene Levy et une Lens Snapchat de réalité virtuelle inspirée de Thrill Driver. Cette Lens, lorsqu'elle sera pointée sur n'importe quel véhicule avant ou pendant le Big Game, fera apparaître de façon spectaculaire le Nissan Z de Thrill Driver. S'ajoutent à cela d'autres éléments multimédias comme le soutien d'influenceurs célèbres et du contenu YouTube produit par d'éminents critiques de cinéma qui analyseront les bandes-annonces de Thrill Driver comme s'il s'agissait d'un vrai film.

Nissan U.S. organise également un tirage au sort permettant à un heureux gagnant de remporter un Nissan Z 2023.

Pour regarder "Thrill Driver" cliquez [ici](#)