



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

Information Presse

Page 1/2

Nouvelle campagne ŠKODA France : l'hésitation n'est plus une option



- Une campagne imaginée par ŠKODA France et son agence Rosapark
- Débuts en ligne le 3 mai, déclinaison en TV et au Cinéma

Paris, le 3 mai 2019 – ŠKODA France, accompagnée par son agence Rosapark, présente son nouveau film gamme destiné au marché français. La campagne débutera le vendredi 3 mai et sera diffusée simultanément en TV, cinéma et digital.

Le renouveau créatif de la communication de ŠKODA France se poursuit activement cette année. Après « Mission to Mars », « Station with a view » récompensé par un Lion à Cannes, « Moches dans les 90's » ou plus récemment « Doug the Dog », les prises de parole créatives n'ont pas manqué.

Longtemps dans l'ombre ŠKODA n'a pas peur de s'assumer, de clamer haut et fort son évolution spectaculaire. Cette assurance est justifiée par des nouveaux modèles qui viennent régulièrement enrichir la gamme. Cela a débuté avec la SUPERB, la berline haut de gamme puis avec une gamme complète de SUV (KAROQ, KODIAQ et bientôt KAMIQ) et enfin avec la nouveauté dans le segment des compactes, la SCALA. Tout cela avant d'embrayer avec la sortie de nouveaux modèles 100% électriques présentés avant la fin de l'année. Avec des lignes fluides, un design retravaillé et des équipements à la pointe de la technologie, la nouvelle gamme a su trouver de nombreux nouveaux clients. Paul Barrocas, Directeur Marketing de ŠKODA France : « En 2018, la marque a dépassé la barre des 30 000 immatriculations avec une des meilleures progressions sur le marché. Cette progression a même atteint + 49% sur les commandes clients en 3 ans. »

Néanmoins, si les modèles plaisent de plus en plus, la marque doit encore accentuer sa visibilité et son évolution. Un grand nombre de Français n'ont pas encore perçu le renouveau de la marque. C'est précisément l'objet de cette nouvelle campagne développée par Rosapark : opérer un vrai changement de perception auprès de ce public de conquête.

Relations Presse ŠKODA France
presse.skoda.fr

ŠKODA Media Services
skoda-storyboard.com
media.skoda-auto.com media@skoda-auto.cz

FROM DETAILS TO STORY
skoda-storyboard.com

Follow @skodaautonews





ŠKODA
SIMPLY CLEVER

Information Presse

Page 2/2

A travers un film de 85 secondes, ŠKODA s'attaque avec humour et autodérision aux « a priori ». Paul Barrocas poursuit : « Nous avons fait le choix d'illustrer la posture dans laquelle se trouve aujourd'hui un grand nombre de clients potentiels par rapport à ŠKODA : ils hésitent. Les modèles sont convaincants mais ils sont freinés par les « a priori » de leur entourage et l'image passée de la marque. »

Partant de cette vérité consommateur forte, ŠKODA et Rosapark livrent à travers ce film un pur moment d'entertainment loin des poncifs du marché automobile. « En faisant confiance à Bart Timmer, réalisateur multi primé reconnu pour son sens de la comédie et du story telling, ŠKODA ne laisse justement aucune place à l'hésitation et prouve à quel point la marque s'est métamorphosée » d'après Gilles, Co-Fondateur de Rosapark et Directeur de la Création.

La campagne « L'hésitation n'est plus une option » sera déployée à travers un dispositif multicanal d'envergure à partir du vendredi 3 mai en digital puis en TV et cinéma. Le jour du lancement #HésitationUltime sera en trending topic sur Twitter. Avec ce # les twittos pourront partager leurs plus grandes hésitations. Les meilleures d'entre elles seront reprises par les 2 YouTubeurs Le Pérave et Math se fait des films, qui se feront un plaisir d'y répondre. Toujours sur twitter, le film rayonnera également autour du programme Koh-Lanta via un partenariat avec TF1. La campagne sera également diffusée sur Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Konbini, via un plan display et bien entendu relayée aux prospects par email et sur ŠKODA.fr.

Retrouvez la vidéo longue sur twitter et la chaine youtube de ŠKODA France :

<https://twitter.com/i/status/1124071062856069120>

<https://youtu.be/XcLfgYOHLAU>

Pour de plus amples informations :

Quentin FOUVEZ

Responsable Presse ŠKODA France

Tel : 03 23 73 51 29

quentin.fouvez@skoda.fr

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
- › Propose actuellement une gamme de dix véhicules: CITIGO, FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA, KAMIQ (en Chine), KAROQ, KODIAQ, KODIAQ GT (en Chine), et SUPERB
- › A livré plus d'1,25 million de véhicules à ses clients en 2018
- › A immatriculé 31 423 véhicules en France en 2018, en progression de +17,25% par rapport à l'exercice 2017
- › Fait partie de Volkswagen Group depuis 1991. En association avec le groupe, ŠKODA développe et produit indépendamment des véhicules, pièces, moteurs et des boîtes de vitesse
- › Dispose de trois usines en République Tchèque, produit également en Chine, Russie, Slovaquie, Algérie et en Inde, ainsi qu'en Ukraine et au Kazakhstan avec des partenaires locaux
- › Emploie plus de 39 000 personnes et est présent sur plus de 100 marchés dans le monde
- › Est engagé dans un plan de transformation via la ŠKODA Strategy 2025 pour passer du statut de constructeur automobile traditionnel à celui « d'entreprise Simply Clever de solutions optimales de mobilité »

Relations Presse ŠKODA France
presse.skoda.fr

ŠKODA Media Services
skoda-storyboard.com
media.skoda-auto.com media@skoda-auto.cz

FROM DETAILS TO STORY
skoda-storyboard.com

Follow @skodaautonews

