

Communiqués de presse

Apr 30, 2015 | ID: 161901

Volvo Cars et l'artiste producteur Avicii ont un bon « Feeling » concernant l'avenir

Une collaboration entre partenaires suédois pour « A New Beginning »

- La nouvelle campagne de Volvo Cars présente le DJ / producteur suédois Avicii
- Le classique de Nina Simone « Feeling Good » revisité
- Une campagne qui célèbre la renaissance et le renouveau de la marque Volvo Cars

Volvo Cars et l'artiste producteur suédois Avicii annoncent la mise en place d'une coopération créative afin de célébrer leurs racines suédoises, laquelle se traduira par l'enregistrement d'une nouvelle vidéo avec une sortie mondiale prévue pour le 8 mai. Cette collaboration constituera la base de la campagne de marque mondiale intitulée « A New Beginning ».



Né à Stockholm, l'artiste producteur Avicii, 26 ans, a fortement impacté le monde de la musique ces dernières années, et s'impose aujourd'hui comme l'un des meilleurs DJ, remixeurs et producteurs au monde. Forts d'un héritage suédois commun, Volvo Cars et Avicii débute un nouveau chapitre de leur vie.

« La marque Volvo Cars est en phase ascendante, tout comme Avicii qui bénéficie d'un public international. Nous pensons qu'il n'y aurait pas eu de meilleures façons de célébrer notre héritage et notre passion de la vie, que de travailler ensemble afin de produire quelque chose de spécial qui reflète ce que nous sommes et ce qui nous importe », déclare Alain Visser, Senior Vice President Sales, Marketing & Customer Service de Volvo Car Group.

Feeling Good, la chanson choisie pour honorer cette collaboration, est un classique de Nina Simone enregistré il y a 50 ans, qui connaît une nouvelle jeunesse via la production d'Avicii. Il y a ajouté de nouveaux éléments vocaux, un rythme envoûtant, et une mélodie accrocheuse qui ont ravi des millions de fans enthousiastes dans les clubs et les festivals du monde entier.

« J'ai toujours adoré cette chanson. C'est l'une des meilleures jamais écrites. Elle est intemporelle selon moi. Je suis depuis très longtemps un grand fan de Nina Simone, d'Etta James, et de tous les artistes de ce style de musique. Alors lorsque j'ai appris que c'était la chanson que souhaitait Volvo pour sa vidéo, j'étais absolument ravi et impatient de pouvoir travailler dessus. Je voulais créer quelque chose de nouveau, tout en restant fidèle à l'original », explique Avicii.

Le superbe vidéoclip *Feeling Good* a été filmé à Stockholm et dans divers endroits chers à Avicii tels qu'Osterlen en Suède, où lui et sa famille passaient leurs vacances d'été. Avicii et son équipe ont disposé d'une liberté créatrice totale sur le rendu final, et ont créé et approuvé l'histoire conjointement avec Volvo.

« Si nous devons travailler ensemble, il était important à mes yeux de proposer quelque chose de nouveau et d'unique, qui reflète de chaque côté une coopération mondiale à long terme en parfait accord avec nos marques, aussi bien au niveau de la crédibilité que de la créativité. Tout ce que vous voyez dans la vidéo est fidèle à la marque Avicii. Le slogan de Volvo Cars « A New Beginning » est un thème que nous partageons totalement », a ajouté Ash Pournouri, fondateur de At Night Management, dont la vision et les conseils créatifs ont mené Avicii à une reconnaissance internationale.

La marque Volvo Cars a gagné une réputation bien méritée de sécurité, de respect de l'environnement, et de qualité depuis que la société a été fondée en 1927. Ces dernières années, Volvo a entamé un important processus de transformation de la marque basé sur ces valeurs. Le résultat se traduit par un nouveau regard sur ce qu'un constructeur automobile de luxe peut offrir à ses clients : une expérience de conduite taillée sur mesure pour une qualité de vie infiniment plus riche et une protection optimisée.

« Alors que nous nous engageons vers le plan de lancement de produit le plus enthousiasmant de l'histoire de notre société, nous pensons que le moment est parfaitement choisi pour lancer une campagne de marque centrée sur l'essence et l'unicité de Volvo. Cette initiative fait partie de notre nouvelle stratégie marketing Volvo Way récemment annoncée. C'est pourquoi la campagne s'appelle « A New Beginning ». Il s'agit de célébrer ce que nous sommes et ce que à quoi nous aspirons. Il est question de personnes qui vivent pleinement leurs vies », conclut Alain Visser.

Cette nouvelle campagne sera suivie de près par une campagne RP et marketing centrée sur le Volvo XC90

À propos d'Avicii

En 2011, Avicii a obtenu un large succès critique avec le titre *Le7els*, qui s'est placé en première position des charts aux États-Unis et au Royaume-Uni et s'est écoulé à 4 millions d'exemplaires à travers le monde. Il s'est classé parmi les meilleures ventes dans six autres pays, dans le top 10 de beaucoup d'autres, et lui a valu une seconde nomination au Grammy. D'autres titres, notamment *« Silhouettes »* et *« I Could Be the One »* (avec Nicky Romero) ont suivi, avant que ne sorte en 2012 un remix très médiatisé de *« Girl Gone Wild »* de Madonna. En 2013, Avicii a remporté son premier American Music Award (dans la catégorie Artiste préféré de Musique Électro Dance) et son premier MTV Europe Music Award (EMA) (dans la catégorie Meilleur Artiste Électronique).

En 2014, Avicii a consolidé sa position au firmament des superstars en enregistrant son premier album unique en son genre, *True* chez *PRMD Records*. Cet album encouragea non seulement l'infatigable suédois de 25 ans à repousser les frontières musicales, mais il a également placé la barre très haute sur ce que pourrait proposer la dance musique en mélangeant les sonorités plus terrestres de la folk, de la country et de la bluegrass aux mélodies pop, funky disco, et aux rythmes house en plein essor. *True* a donné naissance à *« Wake Me Up »*, avec son incontournable guitare rythmique, qui s'est positionné en tête des charts dans 81 pays et est devenu la chanson la plus diffusée de tous les temps sur Spotify (plus de 300 millions de fois), et la plus « shazamée » à travers le monde, récoltant 2,6 milliards de streaming sur la planète et 600 millions de vues sur Youtube. Dès la sortie de *True*, le *New York Times* proclamait Avicii comme *« l'artiste incarnant le présent et l'avenir »*.

L'année dernière, il a été nommé Meilleur Artiste de Musique Électro Dance au Monde au World Music Awards, et « Wake Me Up » a été sacrée Meilleure Chanson Électro Dance aux Billboard Music Awards et Chanson Électro Dance de l'Année aux *iHeartRadio Music Awards*. *Avicii* a également connu un grand succès avec « Hey Brother » et « Addicted To You », également sur l'album *True*.

À propos de Volvo Car Group 2014

Au cours de l'exercice fiscal 2014, le résultat d'exploitation de Volvo Car Group a atteint 2.252 MSEK (230 millions d'euros), comparativement au 1.919 MSEK (203 millions d'euros) enregistré en 2013. Le chiffre d'affaires pour cette période s'élève à 129.959 MSEK (13,8 milliards d'euros), contre 122.245 MSEK (12,9 milliards d'euros) en 2013. Sur l'ensemble de l'année 2014, les ventes mondiales ont affiché 465.866 véhicules écoulés, soit une hausse de 8,9% comparativement à 2013. Ces ventes historiques couplées à un résultat d'exploitation record particulièrement encourageant, incitent Volvo Car Group à poursuivre ses investissements vers sa transformation à l'échelle mondiale.

A propos de Volvo Car Group

Volvo existe depuis 1927. Aujourd'hui, Volvo est une des marques automobiles les plus connues et les plus respectées au monde, avec 465.866 véhicules vendus en 2014 dans une centaine de pays. Volvo Cars appartient à la société chinoise Zhejiang Geely Holding (Geely Holding) depuis 2010, et était rattaché jusqu'en 1999 au groupe suédois Volvo Group, lorsque la compagnie a été rachetée par l'américain Ford Motor Company. En 2010, Geely Holding a acquis Volvo Cars.

En décembre 2014, Volvo Cars comptait plus de 25.000 employés à travers le monde. Le siège social, le développement produit, le marketing et l'administration de Volvo Cars sont principalement situés à Göteborg, en Suède. Le siège de Volvo Cars en Chine se trouve à Shanghai. Ses principales usines de production de voitures se situent à Göteborg (Suède), Gand (Belgique), et Chengdu (Chine) ; les moteurs sont fabriqués à Skövde (Suède) et Zhangjiakou (Chine), et les éléments de carrosserie à Olofström (Suède).

Mots clés:

Life Style, Corporate, Press Releases

La description et les faits repris dans le matériel de presse concernant la gamme de voitures internationale de Volvo Cars. Les équipements peuvent être optionnels. Les spécifications peuvent varier en fonction du pays et peuvent être modifiées sans préavis.

Contact média

Wout De Vuyst

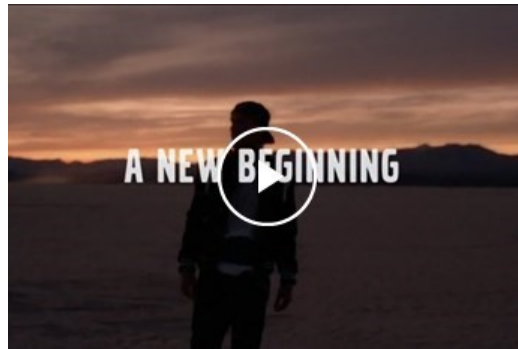
Public Relations Specialist
wout.de.vuyst@volvocars.com

Photos analogues



[Plus d'images >](#)

Vidéos analogues



[Plus de vidéos >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Droit d'auteur © 2025 Volvo Car Corporation (ou ses affiliés ou concédants de licence).