

Communiqués

Mar 02, 2010 | ID: 32045

VOLVO DEVIENT INFERNAL

Sécurité, design scandinave et respect de l'environnement font partie intégrante de la marque Volvo. La toute nouvelle Volvo S60 révèle une nouvelle dimension : celle de la Volvo d'enfer. L'objectif pour la marque : séduire davantage de clients grâce au plaisir de conduire, à un design de classe mondiale et à une sécurité dernier cri.

Volvo Cars fait sa campagne principalement sur internet et révèle sa dimension la plus ludique, où des caractéristiques telles que le plaisir de conduire optimal et l'audace du design sont mises à l'honneur.

Selon Michael Persson, Directeur Communication Marketing monde chez Volvo Cars : *"La toute nouvelle Volvo S60 est un véhicule particulièrement dynamique au design excitant bénéficiant de dispositifs de sécurité innovants. Nous voulons faire valoir ses capacités et montrer combien elle est agréable à conduire ».*

Douze petits films ont été produits lors du test-track Volvo. L'internaute choisit parmi quatre titres le test qu'il veut essayer et en utilisant le *naughtymeter* (jauge de « diabolicité »), il décide du degré de « diabolicité » de la S60.

Le premier film met en scène un test de slalom et au niveau 2, une S60 rouge glisse le long d'une piste de slalom balisée de cônes de signalisation et la question «vous vous sentez d'humeur diabolique ? » apparaît à l'écran. A chaque niveau, la vitesse et les frissons atteignent de nouveaux sommets. Et on retrouve le même principe dans les trois autres films : l'Elk test (test de l'élan), le Pedestrian Detection (Détection Piéton) et le Driving Pleasure.

Pas de tricherie

"Les films n'ont pas été truqués ni retouchés. Non seulement la S60 représente la facette amusante de Volvo, mais elle se montre à la hauteur de son design sportif" déclare Sven de Smet, Directeur Développement de Campagne.

Un cascadeur de renommée internationale, en collaboration avec l'équipe Volvo, a planifié les différents événements et courses. Après avoir testé la Volvo S60 sur la piste, il a décidé de corser ses cascades.

"Bien sûr, nous n'encourageons personne à conduire de cette façon. Nous voulions plutôt montrer tout ce que la voiture est capable de supporter, et bien plus encore, grâce à ses propriétés dynamiques exceptionnelles et ses solutions techniques innovantes » explique Sven de Smet.

Il existe un quatrième niveau sur le naughtymeter, qui appelle la question "Pas assez infernale? Ah oui ?". Les internautes sont invités à faire des suggestions sur les défis que ce dernier niveau devrait lancer.

"Nous n'allons certainement pas faire exploser des véhicules ou mettre des hommes en danger, mais pour tous les autres aspects, nous n'avons pas fixé de limites," ajoute Michael Persson.

Cinq finalistes seront présentés dans le « naughty hub ». Le public vote pour élire le vainqueur, qui sera désigné fin avril. L'idée gagnante sera ensuite filmée à Los Angeles début mai.

Mis à part Volvo Cars Suède qui mènera une campagne distincte plus en phase avec leur communication de marché à long terme, la campagne Volvo d'enfer est mondiale et commencera début mars avec le lancement de la toute nouvelle Volvo S60 au Salon international de l'Auto de

Genève. Ce sera l'occasion de voir comment la campagne réussit à attirer l'attention des acheteurs premium et, pour ces acheteurs, ce sera l'opportunité d'apprécier le côté ludique de Volvo : le côté infernal.

N'hésitez pas à visiter notre site : volvodenfer.volvocars.fr

Mots clés:

Old S60, Press Releases, 2011, Product News

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.

Contacts média

Marc Debord

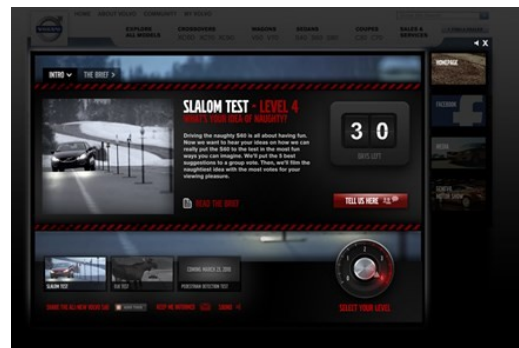
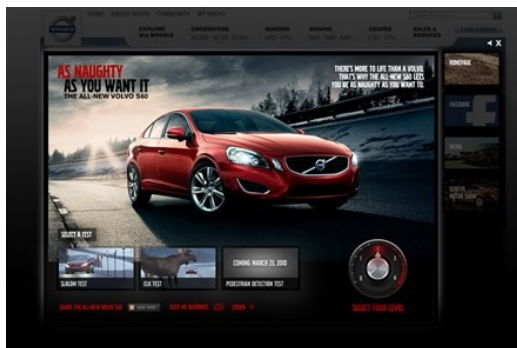
PR Manager

Volvo Car France SAS

Téléphone: 0156835450

marc.debord@volvocars.com

Images liées



Plus d'images >

Vidéos liées



[Plus de vidéos >](#)

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

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

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).