



Media information

20 juillet 2023

« Avec les Bleues et la gamme ID. 100% électrique, on n'a pas fini de vous faire changer d'avis »

- Dans le cadre de son partenariat renouvelé en mars dernier avec la FFF, Volkswagen est 'Partenaire Electromobilité' des Bleues
- A l'occasion de la Coupe du Monde de Football Féminin qui se tiendra du 20 juillet au 20 août 2023, en Australie et en Nouvelle Zélande, Volkswagen a à cœur de contrer les préjugés encore bien présents autour du football féminin et de l'électromobilité

« Même mon fils de 4 ans, il court plus vite que les joueuses de foot féminin »... « Sinon, la précision c'est en option dans le foot féminin ? »... Malgré l'importance croissante du football féminin en France, sa médiatisation et la renommée des joueuses de l'équipe de France, de nombreux préjugés négatifs liés à cette discipline subsistent encore. Des messages présents notamment sur les réseaux sociaux qu'il faudrait tout simplement voir disparaître. Dans une autre mesure, un constat similaire peut être dressé sur l'électromobilité, et ce malgré l'évolution significative de l'infrastructure de recharge, de la technologie et de l'autonomie des véhicules électriques.

L'objectif de la marque Volkswagen est alors clair sur ces idées préconçues : pousser les publics à aller au-delà des préjugés !

Un dispositif média complet pour toucher le plus grand nombre

Volkswagen a défini un dispositif média complet à l'occasion de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2023 ayant pour signature : « Avec les Bleues et la gamme ID. 100% électrique, on n'a pas fini de vous faire changer d'avis. »



Des contenus spécifiques furent développés grâce à la complicité des joueuses de l'Equipe de France, afin de casser les préjugés liés à leur sport ! Ces différentes productions seront diffusées autour de la compétition sur France Télévisions mais également en ligne et sur les différents réseaux sociaux de la marque.

Une première vidéo réalisée avec la collaboration de l'Equipe de France de football est disponible sur le [compte Youtube de la marque](#).

Un dispositif digital permettant à tous de prendre part à la réflexion

Une page vw-lesbleues.fr dédiée a vu le jour afin de recenser les principaux préjugés sur le football féminin, ainsi que sur l'électromobilité, et présenter aux internautes, de manière pédagogique, quelques éléments de réponse afin de préparer sa défense et contre-attaquer de manière fair-play. Un quiz sur ces préjugés a d'ailleurs été mis en place et permet de gagner des maillots dédiés par les Bleues.



Media information

Enfin, les influenceuses Sam FootX (@samfootx) et Lea Rogel (@lea.rogel) accompagneront Volkswagen sur ce dispositif, entre démonstration de leur technique de football en image et partage de leur essai de la gamme Volkswagen ID.

Des animations au plus proche du public, au sein des réseaux de distribution

Afin de sensibiliser le plus grand nombre, des animations seront réalisées au sein de l'ensemble du réseau Volkswagen en France. Celles-ci permettront aux participants de s'inscrire à un tirage au sort afin de tenter de gagner des maillots des Bleues. En complément, toute personne qui réalisera un essai d'une Volkswagen ID. chaque jour de match des Bleues sera automatiquement inscrite à un tirage au sort pour gagner des lots en partenariat avec la Fédération Française de Football.

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans plus de 140 pays dans le monde et produit des véhicules sur 29 sites répartis dans 12 pays. En 2022, Volkswagen a livré environ 4,6 millions de véhicules dont les best-sellers Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan ou Passat ainsi que les modèles 100% électriques ID.3, ID.4, ID.5 et ID.6. L'année dernière, l'entreprise a livré à clients plus de 330 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 170 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement afin de devenir la marque de référence en matière de mobilité durable.
