**Voltage et le Volkswagen Caddy, totalement prêts pour l’imprévu.**

**Voltage, la nouvelle structure de communication mise en place autour de Volkswagen, lance sa première campagne pour le nouveau Caddy Life. Sous le thème 'Prévu pour l’imprévu', le Caddy réagira en direct à l'actualité durant 2 jours. Ainsi, des bannières apparaîtront à côté d'un certain nombre d'articles sur hln.be. Ces dernières seront directement liées à chaque article. Cette campagne est le fruit d'une collaboration unique entre Voltage, Volkswagen et DPG.**

L'an dernier, notre vie quotidienne a été entièrement chamboulée. Et ce, plus d'une fois. Tout à coup, nous devions travailler de chez nous, nous ne pouvions plus quitter notre pays, nous avons commencé à bricoler par-ci, par-là, et plein de 'bébés confinement' sont nés. En bref, nous avons dû faire face à de nombreux imprévus. Mais avec le Volkswagen Caddy, vous êtes totalement prêt pour l'imprévu. “Le slogan 'Prévu pour l'imprévu' accompagne qui est relayé par une campagne de TV et d'affichage, où la voiture occupe une place centrale. Avec cette action, nous voulons aller un pas plus loin et montrer que le Caddy est réellement prêt pour tout. On veut surtout mettre l'état d'esprit du Caddy – et de ses conducteurs – au premier plan”, déclare Frank Marinus, CD chez Voltage.

"Nous écrivons la campagne entièrement en direct. Nous sommes – toujours dans le respect des mesures corona – en contact avec la rédaction de hln.be, et nous nous accordons, depuis notre war room, instantanément avec toutes les parties concernées : créatifs, accounts, annonceurs et partenaires médias. De plus, une équipe, chez DPG, se tient prête à publier toutes les créations en direct, en un clin d’œil".

L'action se déroulera en direct sur hln.be, les lundi 8 et mardi 9 mars. Voici déjà quelques expressions imprévues de celle-ci.