25/06/2014 - Campanhas da Volvo Trucks para a internet são premiadas em Cannes



A campanha Live Test e o filme The Epic Split (em português, O Espacate Épico) da Volvo Trucks receberam vários prêmios no Festival de Publicidade de Cannes 2014, o maior evento de propaganda do mundo, realizado recentemente em Cannes, na França. As campanhas, que demonstravam as inúmeras inovações e tecnologias avançadas introduzidas na nova linha de caminhões da Volvo na Europa, receberam 20 premiações, incluindo oito ouros e dois prestigiosos Grand Prix nas categorias Cyber e Filme.

O vídeo Espacate Épico, estrelado pelo ator Jean-Claude Van Damme, faz parte da campanha Live Test. O vídeo levou o Grand Prix na categoria Filme e é um dos maiores sucessos em toda a história do You Tube, com 73 milhões de visualizações. “É uma grande satisfação ver a campanha Live Test elogiada na arena global e em competição direta com as maiores empresas de consumo do mundo. Mostra como a campanha distribuída somente online foi excepcional,” diz Per Nilsson, Diretor de Relações Públicas da Volvo Trucks.
No filme O Espacate Épico, de 1 minuto e 17 segundos, o celebrado ator de Hollywood realiza a quase inacreditável proeza de se equilibrar entre dois caminhões FM que estão em movimento. Ele faz o impressionante espacate - um movimento ginástico que consiste em abrir as pernas de modo que estas formem um ângulo de 180° e fiquem paralelas ao solo – em cima dos veículos.
A proeza de Van Damme foi feita graças ao Volvo Dynamic Steering, uma inovadora tecnologia desenvolvida pela Volvo Trucks para melhorar sensivelmente a precisão e estabilidade em qualquer situação de direção. O sistema opera através de um motor controlado eletricamente ajustado cerca de duas mil vezes por segundo, criando uma direção de altíssima precisão. Ao dirigir em ré, o Volvo Dynamic Steering proporciona excelente controle com o mínimo de esforço.

Leões de Cannes para a campanha

– Grand Prix em Cyber – Grand Prix em Filme – Ouro em Filme/Craft – 3 Ouros em Cyber – Ouro em RP – Ouro em Direto – Ouro em Promo e Ativação – Ouro em Integrado – Prata em RP – Prata em Titanium – 2 Pratas em Imprensa – 3 Pratas em Filme/Craft – 2 Bronzes em Cyber – Bronze em Film/Craft

Alcance da campanha
– Os vídeos têm mais de 100 milhões de visualizações no YouTube e já foram compartilhados quase 8 milhões de vezes.
– Mais de 20 mil reportagens sobre os vídeos na imprensa mundial.
– The Epic Split é o vídeo de propaganda mais assistido no YouTube até hoje, com mais de 73 milhões de visualizações.
– No dia seguinte ao seu lançamento, The Epic Split foi o vídeo mais compartilhado no mundo.

Veja todos os vídeos virais em
www.Youtube.com/watch?v=M7FIvfx5J10&feature=share&list=PLKFJ3tQvdojTHq0Zw0PUYtDTjGqi93bPe

Foto: divulgação
Volvo Truck