

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Rueil-Malmaison, le 30 janvier 2019

FESTIVAL AUTOMOBILE INTERNATIONAL : CITROËN DOUBLEMENT RÉCOMPENSÉ !

- A l'occasion du Festival Automobile International, Citroën a été doublement récompensé lors de la cérémonie d'inauguration de la 34ème édition de ce grand rendez-vous du design automobile, avec le Grand Prix de l'Art et le Grand Prix du plus beau film publicitaire de l'année.
- Dès aujourd'hui, le public pourra découvrir le fruit de la collaboration récompensée : l'Art Car E-MEHARI dessinée par Jean-Charles de Castelbajac réalisée pour célébrer les 50 ans de Méhari. Cet exemplaire unique est exposé du 31 janvier au 3 février aux Invalides durant tout le Festival.



En inauguration du Festival International de l'Automobile qui se tient jusqu'au 3 février à Paris, la cérémonie a vu récompenser Citroën avec deux prix :

- **Grand Prix de l'Art**, avec la collaboration Citroën & Jean Charles de Castelbajac.
- **Grand Prix du plus beau film publicitaire de l'année**, avec la Campagne de Marque « l'auto-stoppeur ».

Grand Prix de l'Art : Citroën et Jean-Charles de Castelbajac

A l'occasion des 50 ans de Méhari en 2018, Citroën a fait appel au créateur Jean-Charles de Castelbajac pour concevoir une Art Car E-MEHARI exclusive, véritable manifeste célébrant 50 ans de liberté et de création.

Méhari est une icône automobile née en mai 68, période qui correspond aux débuts du créateur. 50 ans plus tard, sa digne héritière 4 places, 100% électrique, E-MEHARI, devient le terrain de jeu d'une collaboration placée sous le signe de la révolution créative. Une rencontre naturelle et évidente pour un résultat tout en fraîcheur et en joie de vivre.

Cet exemplaire unique est exposé du 31 janvier au 3 février aux Invalides durant tout le Festival.

A travers cette Art Car unique, Jean-Charles de Castelbajac fait de E-MEHARI l'emblème d'un art de vivre 'Made in France', optimiste et pop. Parce qu'il est interdit d'interdire, la Art Car E-MEHARI réveille les esprits créatifs et raconte ses deux raisons de vivre : l'art et la mode.

INSPIRED BY YOU

Cette collaboration se poursuit fin 2018 avec la commercialisation de l'édition limitée C3 JCC+. Une interprétation du best-seller de la Marque, véritable fashion car commercialisée à seulement 99 exemplaires pour la France et 100 exemplaires pour le Japon et qui prend le contre-pied de la Art Car en arborant une robe élégante noire animée de ponctuelles colorées.

Comme l'a souligné sur scène **Linda Jackson, Directrice Générale Citroën**, « *Citroën c'est l'audace, la créativité ! Avec le confort, le design est un marqueur clé de nos modèles. Aussi, nous nous inspirons régulièrement des univers de la mode et du design, à l'image nos récents partenariats : Jean-Charles de Castelbajac bien sûr, mais aussi Courrèges, le magazine ELLE, ou encore la Milan Design Week depuis plusieurs années.* »

Grand Prix du plus beau film publicitaire de l'année, avec la Campagne de Marque « l'auto-stoppeur »

En 2019, Citroën fête ses 100 ans : 100 ans d'audace, d'innovations, d'exploits sportifs et de publicités iconiques.

Ce sont tous ces ingrédients que l'on retrouve dans la campagne de Marque aujourd'hui récompensée.

Le film transporte dans différentes époques, dans lesquelles les modèles Citroën accompagnent l'envie de liberté d'un auto-stoppeur, tout à tour passager à bord de véhicules iconiques. Véritable ode à la liberté, le film illustre l'histoire de Citroën débutée en 1919 : « Nous partageons le même amour de la liberté depuis 100 ans ».

Les images sont accompagnées d'un succès musical intemporel, « Take the long way home », interprété par Roger Hodgson, co-fondateur de SUPERTRAMP.

Arnaud Belloni, Directeur Marketing et Communication Citroën, a souligné en recevant le prix qu'« *il est assez rare aujourd'hui pour une marque d'oser un film de Marque comme celui-là, c'est à dire un film qui n'est pas là pour vendre tel ou tel modèle de la gamme, mais juste pour exprimer ce qu'est la marque en la magnifiant. Nous avons lancé une 1ère version de ce film il y a un an et nous l'avons complété avec d'autres icônes Citroën (Jacques Séguéla à bord d'une DS, Sébastien Loeb, etc.) pour le centenaire Citroën célébré en 2019.* »

La Marque Citroën

Marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste, Citroën cultive audace et créativité depuis 1919. Différentes par leur design, génératrices de bien-être par leur confort et leurs technologies, les Citroën font souffler un vent de fraîcheur dans le paysage automobile, à l'image de Nouvelle Berline C4 Cactus ou de Nouveau SUV Compact C3 Aircross. Marque populaire au sens noble, Citroën fait des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit incarné par sa signature 'Inspired by You' et porté par son expérience client unique, notamment avec son concept de city store 'La Maison Citroën', son site d'avis en ligne 'Citroën Advisor' ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile et Earn&Drive). Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans près de 80 pays et 1,05 million de véhicules vendus en 2018. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et 3 titres consécutifs de champion du monde des constructeurs en WTCC.

<http://fr-media.citroen.com> – www.citroen.com