

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 28 septembre 2016

ENQUÊTE EXCLUSIVE : CITROËN DÉCODE LES DIFFÉRENTES FACETTES DE LA VIE À BORD DES VOITURES

A la veille du Mondial de l'Automobile de Paris, Citroën révèle les résultats d'une enquête menée en Europe avec l'institut CSA Research : « NOS VIES EN VOITURE ». Autant d'informations insolites et surprenantes sur la vie des automobilistes à bord de leurs voitures qui inspirent une nouvelle campagne TV institutionnelle à suivre mi octobre : CITROËN INSPIRED BY YOU.



Pourquoi cette étude ?

La voiture... On a beaucoup parlé de la performance de ses moteurs, de la beauté de ses lignes ou encore de ses innovations technologiques, toujours plus sophistiquées. Mais s'est-on déjà vraiment intéressé à ce qu'il se passe à l'intérieur d'une voiture ? Ce qu'on y fait, ce que l'on y ressent, ce que l'on y vit.

Pas vraiment, c'est pourquoi Citroën, marque inscrite dans le cœur des Français, reconnue pour l'expérience de confort qu'elle propose à ses clients, engagée au sein du groupe PSA dans la préparation de la conduite de demain, a voulu montrer sa différence sur le sujet.

Citroën révèle aujourd'hui les résultats d'une étude exclusive « Nos vies en voitures » menée dans 7 pays d'Europe avec l'institut CSA Research. L'étude a été réalisée en juillet-août 2016 sur des échantillons d'environ 500 personnes, âgées de 15 ans et plus dans 7 pays d'Europe : Allemagne, Espagne, France, Italie, Pologne, Portugal et Royaume-Uni.

Tout ce que les Français vivent en voiture au cours de leur vie, qu'ils soient conducteurs ou passagers, qu'ils possèdent ou non un véhicule, se trouve dans cette étude ! Combien de temps passe-t-on dans une voiture ? Combien de fois y fait-on l'amour ? Combien de fois doit-on répéter "On arrive bientôt" ? Combien de fois s'y dispute-t-on ? Etc.

C'est précisément parce qu'avant d'imaginer des voitures, il faut comprendre ce que les gens y vivent, que Citroën a lancé cette étude.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

Les chiffres clés

- **4 ans et 1 mois ! C'est le temps que passera un Européen en voiture dans sa vie.** Pour un Français, ce seront 3 ans et 10 mois qui seront passés en voiture au cours d'une vie, soit 2 ans et 8 mois à conduire et 1 an et 2 mois comme passager. 2 ans pile seront passés en famille ou avec des amis.
- Les Français qui conduisent tous les jours ou presque remercieront ou salueront 9 094 personnes sur la route.
- Il n'y a pas que sous la douche que les Français chantent, au volant aussi ! Au cours de leur vie, **ils chanteront à tue-tête en voiture** 4 803 fois.
- La voiture est le **prolongement de la salle de bains** pour de nombreux Français : ils s'y coifferont / raseront / maquilleront 1 724 fois.
- **Ils y mangeront** sur le pouce 2 953 fois.
- La voiture est aussi un **espace de détente**, une bulle dans laquelle les Français se régénèrent : ils y feront le vide 955 fois au cours de leur vie.
- Ils verront beaucoup de **choses surprenantes** depuis l'habitacle, 181 exactement.
- La voiture est aussi un lieu où les Français feront le plein d'émotions, pour le meilleur et pour le pire : ils y auront 141 **fous rires et y pleureront** 43 fois.
- Ils y vivront beaucoup de choses avec leurs proches : ils participeront 45 fois à un jeu, **ils s'y disputeront** 79 fois, **s'y réconcilieront** 33 fois et répéteront 154 fois "On arrive bientôt" à quelqu'un qui demandera "Quand est-ce qu'on arrive ?".
- La voiture est enfin un lieu à la forte puissance charnelle : **les Français y donneront 3 042 baisers et y feront entre 2 et 3 fois l'amour au cours de leur vie.** À noter, de vraies disparités géographiques sur ce sujet : la moyenne européenne est de 4 fois quand les Italiens le feront 8 fois.

Les résultats de l'étude sont présentés en fin de communiqué, accompagnés d'une fiche de synthèse.

La voiture de demain sera confortable et la conduite largement aidée

Citroën s'est également adressée aux Français en leur posant deux questions : qu'est-ce qui compte à l'intérieur d'une voiture ? Comment voyez-vous la voiture de demain ? Les résultats obtenus montrent que la voiture est principalement perçue comme un **lieu de vie**.

L'intérieur rêvé des Français est un intérieur confortable. Le **confort**, qu'il soit lié aux équipements de l'habitacle ou aux technologies de conduite, se place en tête des thématiques remontées avec 25% des réponses.

Ces réponses, qui plébiscitent le confort, prennent encore plus de sens à la lumière des résultats de la question posée sur la voiture de demain. Pour les Français, la **conduite sera largement aidée** (32% des réponses), voire pleinement **autonome** (29% des réponses).

"Nous passons du temps en voiture et serons moins occupés à conduire demain, alors autant se sentir vraiment bien à bord" semblent dire conducteurs et passagers automobiles.

Cette étude sera mise en lumière dans la **prochaine campagne de Marque « CITROËN INSPIRED BY YOU »** :

Le **film principal du dispositif** publicitaire révélera le temps que l'on passe en voiture en Europe et valorisera l'importance de se sentir bien à bord. Il sera révélé par Linda Jackson, directrice générale de Citroën, lors de sa



Conférence de Presse au Mondial de l'Automobile de Paris, le 29 septembre à 9h45. Sa première diffusion TV auprès du grand public aura lieu les 14, 15 et 16 octobre, après quinze jours de *teasing* sur les réseaux sociaux.

D'autres formats vidéo, plus courts, également construits sur les données d'usage recueillies dans l'étude, valoriseront les technologies et services Citroën qui permettent de toujours mieux profiter de la vie en voiture. : Citroën Advanced Comfort, ConnectedCAM Citroën™, Airbump, Citroën Advisor...

La Marque Citroën

Citroën est une marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste. Génératrice d'optimisme depuis 1919, la Marque se distingue par sa créativité et son audace. Des valeurs qu'elle met au service du bien-être de ses clients, en apportant des réponses nouvelles aux questions de chaque époque. Aujourd'hui, Citroën se réinvente avec des modèles qui concentrent leur valeur sur le design, le confort et l'intelligence technologique, mais aussi avec une expérience client fluide et transparente, à l'image de son site d'avis en ligne Citroën Advisor. Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans plus de 90 pays et près d'1,2 million de véhicules vendus en 2015. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2015, un 2ème titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.