

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Rueil-Malmaison, le 9 décembre 2019

POUR SA GAMME UTILITAIRE, CITROËN LANCE UNE CAMPAGNE MONDIALE RÉALISÉE PAR ÉRIC JUDOR : 'LE SAVOIR-TOUT-FAIRE'

- Citroën poursuit sa saga 'Le savoir-tout-faire', avec un nouveau film pour sa gamme utilitaire (Berlingo Van, Jumpy, Jumper et leurs transformations).
- Le pitch : au cours d'une fête de village, Michel, un artisan, rencontre différentes personnes. Lorsque chacune indique sa profession, Michel répond toujours « *moi aussi !* ». Difficile à croire... Mais tout s'explique lorsqu'il repart au volant de son Berlingo Van, utilitaire ultra-polyvalent qui sait tout faire, à l'image de son propriétaire !
- Diffusée en TV à partir du 6 décembre en France, cette campagne mondiale est à découvrir sur <https://youtu.be/DAtgdoQRPLs>



Forte de 100 ans d'histoire dont plus de 90 sur le marché des véhicules utilitaires légers (2CV Fourgonnette, Type H, C15, etc), Citroën poursuit sa saga sur le thème du 'savoir-tout-faire' éternelle début 2018. Ce 9^{ème} épisode *Inspired By Pro* part du constat qu'aujourd'hui les professionnels ne peuvent plus se contenter d'être bons dans leur cœur de métier, mais doivent aussi maîtriser les ressources humaines, la comptabilité, la communication, le référencement web, etc. En bref, être ultra-polyvalent ! Et pour cela, ils peuvent s'appuyer sur les utilitaires Citroën qui, par leur confort, leurs technologies et leur intelligence de conception, savent comme eux se plier en quatre pour pouvoir tout faire !

C'est ce qu'exprime le film réalisé par Éric Judor, avec le décalage humoristique qu'on lui connaît. La notion de 'savoir-tout-faire' est ici nourrie par un scénario plein de malice : Michel, artisan, participe à une fête de village et rencontre différentes personnes. Chacun se présente et indique sa profession. Ce à quoi Michel répond systématiquement '*moi aussi !*' De quoi susciter des interrogations : « *il ne serait pas un peu mytho Michel ?* »... Mais lorsque l'artisan repart au volant de son Berlingo Van, tout s'explique enfin : rien d'étonnant à ce qu'il sache tout faire !

Cette campagne internationale débute en TV en France le 6 décembre avant d'être déployée en 2020 à travers le monde. Décliné en versions de 30, 25 et 20 secondes, ce film est également accompagné d'un volet Social Media. Acteur, réalisateur et humoriste français (séries *H*, *Platane*, film *La Tour Montparnasse Infernale*, etc.), Éric Judor signe avec ce film sa deuxième réalisation pour Citroën et son agence Traction (Groupe BETC), après la campagne '**Citroën C3 – 36 combinaisons de personnalisation**' récemment dévoilée.

Côté musique, Citroën se pose une fois de plus en dénicheur de nouveaux talents hexagonaux en s'associant au duo electro-pop **MonteRosso**. Composé de Mathilde et Thomas, tous deux forts d'une formation classique, le groupe propose une pop aérienne et colorée, toute en douceur et aux gimmicks mélodiques imparables. Sensible et dansant, leur titre « **Huacachina** » que l'on retrouve sur la campagne VU est une invitation à un voyage musical souple et pétillant.

Cette campagne viendra soutenir l'offensive de Citroën sur le marché des utilitaires, acteur majeur qui occupe la 6^{ème} place en Europe avec 9,3% de part de marché (10 mois 2019).

Le film « Le savoir-tout-faire » est à découvrir dès à présent sur YouTube : <https://youtu.be/DAtgdoQRPLs>

CRÉDITS

ANNONCEUR AUTOMOBILES CITROËN

RESPONSABLES CITROËN Arnaud Belloni, Bruno Gisquet, Frédérique Arbona, Sandrine Delouche

AGENCE TRACTION/BETC

RESPONSABLES TRACTION Bertille Toledano, Hugues Reboul, Julien Grimaldi, Emmanuelle Woehrel, Ludovic Halary, Meriem Saadoun, Iliana Roussev, Hélène Talbot.

DIRECTEUR EXECUTIF DE LA CRÉATION Stéphane Xiberras

DIRECTEUR DE CRÉATION Nicolas Lautier

CONCEPTEUR RÉDACTEUR Arthur Cieutat

DIRECTEUR ARTISTIQUE : Nicolas Amiard

TRAFIC CRÉATIVE Nathalie Sanseigne

RESPONSABLE PRODUCTION Caroline Petrucelli

TV PRODUCER Emilie Prud'homme

PLANNING STRATÉGIQUE Philippe Martin Davies

MAISON DE PRODUCTION QUAD Productions

PRODUCTION SON GUM

MUSIQUE START-REC

RÉALISATEUR Éric Judor

La Marque Citroën

Au cœur du marché automobile, Citroën s'affirme depuis 1919 comme une marque populaire au sens noble, faisant des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit souligné par sa signature 'Inspired by You' et incarné par des voitures alliant design unique et confort de référence. Au sein des généralistes, Citroën se distingue aussi par l'expérience singulière offerte à ses clients (Citroën Advisor, 'La Maison Citroën', etc.). En 2018, la Marque a vendu 1,05 million de véhicules dans plus de 90 pays. Site média Citroën : <https://fr-media.citroen.com> – @CitroenFrance