

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 28 février 2017

CITROËN ARRIVE SUR SNAPCHAT EN LANÇANT LE TOUT PREMIER 'TEST DRIVE' INTERACTIF DE C3 WRC !

A l'occasion de l'arrivée de Citroën sur le réseau social Snapchat, la Marque propose une expérience inédite : prendre le contrôle de Citroën C3 WRC ! Baptisée 'Snapdrive C3 WRC', cette opération riche en sensations sera la première 'story' Citroën à vivre sur le compte Snapchat de la Marque : 'citroenofficial'. Pour en profiter, pendant 24 heures uniquement, rendez-vous est donné aux 'Snappers' le 2 mars à partir de 17h.



Citroën poursuit son offensive digitale en ouvrant son compte Snapchat, le réseau social en vogue qui a déjà conquis plus de 150 millions d'utilisateurs et qui génère plus d'un milliard de snaps par jour. Snapchat se distingue par une nouvelle manière de communiquer grâce à des contenus éphémères allant de 1 à 10 secondes et jusqu'à 24h pour les 'stories'. Disponible sur AppleStore et Android, l'application est idéale pour captiver une nouvelle audience.

A l'occasion de son arrivée sur Snapchat, Citroën propose aux utilisateurs du réseau social une opération au cœur de l'action des Rallyes grâce au **Snapdrive C3 WRC**. Après deux opérations de teasing réalisées sur [Facebook](#), [Twitter](#) et LinkedIn, Citroën va enfin révéler sa première story **Snapchat** afin d'inaugurer sa présence sur le réseau social **à partir du 2 mars à 17h**. Pour suivre la Marque sur Snapchat il suffit de scanner le flashcode ou d'ajouter le pseudo '**citroenofficial**'.

Ce '**test drive**' invite les utilisateurs du réseau social (les 'Snappers') à se projeter en tant que pilote sur le circuit de Satory. Les courtes vidéos présentées à l'occasion de cette 'story' Snapchat exclusive mettent en scène le pilote en situation qui fera, entre autres, profiter les 'Snappers' de **dérappages allant jusqu'à 100km/h**. Ces vidéos ont été tournées de manière à se rapprocher au mieux du réel afin de faire vivre un maximum de sensations aux pilotes d'un jour.

Que ce soit pour fédérer toujours plus ses communautés avec une présence massive sur les réseaux sociaux (plus de 13 millions de fans) ou pour améliorer l'expérience client, Citroën se distingue avec des initiatives innovantes. L'opération 'Snapdrive C3 WRC' s'inscrit ainsi parfaitement dans les codes de Snapchat et du positionnement de la Marque 'Be Different, Feel Good'.



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 du C4 Cactus ou de la Nouvelle C3. Véritable 'people minded brand' inscrite dans l'air du temps, Citroën se distingue aussi au travers d'une expérience client unique, notamment avec son site d'avis en ligne Citroën Advisor ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile, Earn&Drive, etc.). Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans près de 80 pays et plus d'1,1 million de véhicules vendus en 2016. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2016, un 3^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.

CITROËN et le Digital

La Marque est précurseur sur le Digital avec notamment plus de 13 millions de fans sur l'ensemble des plateformes sociales dans le monde. Pour améliorer l'expérience client online, la Marque s'est par ailleurs distinguée cette année avec plusieurs initiatives digitales originales, avec notamment :

- L'extension de Citroën Advisor à la notation Produit, après celle des points de vente
- Le lancement de l'Application MyCitroën
- L'ouverture du site Citroën Professionnel dédié à la clientèle professionnelle
- Le premier configurateur auto 100% mobile sur Facebook pour le lancement de Nouvelle C3
- L'Application Scan MyCitroën, la 'notice de bord 2.0'