

Paris, le 4 juillet 2016

NOUVELLE CITROËN C3 RACONTE SES AVENTURES SUR SA PAGE FACEBOOK !

« Je vois donc je suis » : telle pourrait être la devise de la nouvelle Citroën C3 qui, grâce à la ConnectedCAM Citroën™, caméra HD embarquée, nous fait vivre son quotidien jusqu'à son lancement au travers d'une campagne de communication digitale originale et décalée. Pleine de caractère et parfaitement connectée à son époque, elle partage ses aventures sur sa propre page Facebook, lancée le 22 juin 2016. Tout l'été, les internautes pourront ainsi suivre au travers de photos et vidéos ses aventures jusqu'à son lancement commercial en Novembre.



Durant tout l'été 2016, les internautes pourront suivre le quotidien de la nouvelle C3 sur sa propre page Facebook (<https://www.facebook.com/NouvelleCitroenC3>). Avec sa personnalité haute en couleurs, elle affirme son côté décalé et partage sans complexe toutes ses expériences. De la première personne rencontrée au dernier événement « in » auquel elle a assisté, la nouvelle C3 dévoile qui elle est, et ce qu'elle vit, toujours avec optimisme et amusement.

Grâce à la ConnectedCAM Citroën™ installée en haut de parebrise, la nouvelle C3 partage sans limite ses photos et vidéos avec le hashtag : #DepuisMaConnectedCAM. Elle parcourt le globe à la recherche des plus beaux panoramas et les poste instantanément sur Facebook. La ConnectedCAM Citroën™ devient le témoin de ses expériences : d'un simple clic, la nouvelle C3 peut prendre une photo ou une vidéo de ce qu'elle voit et la partager sur les réseaux sociaux. Avec sa caméra grand angle 120°, son full HD, ses 2 millions de pixels, son GPS intégré et sa mémoire interne, la nouvelle C3 s'inscrit véritablement dans l'air du temps et n'a pas fini de nous surprendre.



PRESS CONTACTS

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 2^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.

Citroën et le Digital

Citroën est précurseur sur le Digital avec notamment :

- plus de 11 millions de fans sur l'ensemble des plateformes sociales dans le monde
- Citroën Advisor, 1er site d'avis en ligne pour une marque automobile, déjà déployé dans 11 pays depuis 1 an, Citroën Advisor a déjà permis de récolter 40 000 avis clients sur plus de 1200 points de vente dans le monde
- Citroën Carstore, le service de réservation en ligne de voitures neuves
- Une première en France pour une marque auto : Citroën E-MEHARI présentée sur Facebook en « Immersive Canvas »
- L'application de « photographie spatiale » Fyuse inaugurée avec la Nouvelle Citroën C1
- Citroën Electric Store, un nouveau site e-commerce dédié à la vente de véhicules électriques