



**LA NOUVELLE PEUGEOT 308, TANT
ATTENDUE, ARRIVE EN FRANCE**



COMMUNIQUE DE PRESSE



PEUGEOT

12 octobre 2021

La nouvelle PEUGEOT 308, tant attendue, arrive en France

Avec le succès rencontré par la PEUGEOT 308 (plus de 7 millions de véhicules vendus au fil des générations, 1 310 000 unités vendues en 8 ans pour l'actuelle PEUGEOT 308, 42 prix internationaux dont le titre de CAR OF THE YEAR en 2014), le lancement international se devait d'être ambitieux. Une campagne publicitaire internationale, un plan de communication multicanale (print et digital) et des journées portes ouvertes mettront à l'honneur les atouts de la nouvelle PEUGEOT 308 fabriquée en France, à l'usine de Mulhouse.

Ambitieuse avec sa montée en gamme manifeste, la nouvelle PEUGEOT 308 se distingue dans un marché ultra-compétitif par sa forte personnalité esthétique. La PEUGEOT 308 de nouvelle génération ne ressemble à aucune autre.

Avec un design sensuel et aiguisé, la nouvelle PEUGEOT 308 est très ancrée dans l'ADN de PEUGEOT. Elle s'inscrit dans un monde de référence haut de gamme et dynamique, notamment avec un capot avant allongé qui équilibre et tonifie leurs proportions.

Pour répondre aux demandes très exigeantes des clients du segment C, la nouvelle PEUGEOT 308 présente des arguments forts : un développement tourné vers l'efficacité qui permet une réduction de la consommation et limite les émissions de CO₂, de nouvelles versions électrifiées, une collection complète d'aides à la conduite, une toute nouvelle interprétation technologique et esthétique du PEUGEOT i-Cockpit mise en scène dans un environnement confortable et chaleureux, et un réel plaisir de conduire. Tous ces atouts sont mis en avant dans la campagne de lancement à 360° de ce nouveau modèle.





PEUGEOT

Des notes françaises emblématiques pour cette nouvelle berline française qui l'est tout autant.

La campagne publicitaire de la nouvelle PEUGEOT 308 se devait d'être époustouflante. Mission accomplie pour ce film de 45 secondes qui met en scène la voiture en faisant référence aux émotions qu'elle procure et aux expériences qu'elle fait vivre.

La première diffusion a eu lieu en France, sur le petit écran, ce dimanche 10 octobre.



NOUVELLE
PEUGEOT
308
HYBRIDE



PEUGEOT partenaire TOTAL. Consommation mixte WLTP : 1,14-1,2 l/100km | Emission de CO₂ WLTP : 24 à 27 g/km
Ces valeurs peuvent varier en fonction des conditions réelles d'utilisation et de l'option choisie. Tous droits réservés sur l'EDI (www.peugeot.fr/peugeot-editions) et sur les autres supports de communication. Peugeot est une marque de la Stellantis Group.

Pensez à co-voiturer #SeDéplacerMoinsPolluer

La campagne publicitaire de la nouvelle PEUGEOT 308 est onirique. Elle met en valeur les sensations de conduite ressenties à bord d'une PEUGEOT et l'expérience de conduite unique procurée par le PEUGEOT i-Cockpit. Elle met également en avant le design de la voiture qui porte le nouveau blason de la Marque dans une calandre qui lui est entièrement dédiée – un nouveau logo intemporel portant le savoir-faire et le savoir-vivre à la française.

La musique de cette campagne, version modernisée de 'Mon manège à moi' interprétée à l'origine par Edith Piaf, chanteuse française de renommée internationale, participe beaucoup à la part de rêve que procure la nouvelle PEUGEOT 308... Elle fait tourner la tête... Le choix de cette musique française n'est pas anodin pour cette voiture entièrement conçue en France, de son design réalisé à Vélizy à sa production en cours à l'usine de Mulhouse.



PEUGEOT

Le film a été réalisé par l'agence OPEn et tourné par le réalisateur Jan Wentz. La première diffusion de cette campagne a eu lieu en France le 10 octobre 2021. Elle sera déployée à l'international tout au long de l'année 2022.

Le film publicitaire s'accompagne d'une campagne à 360° incluant le print, l'affichage ainsi qu'un plan numérique complet allant de la vidéo on line à l'affichage numérique. Des livrables de cette campagne existent donc pour tous les supports (print, print presse, affichage, réseaux sociaux, affichage, transports en commun, ...)

Pour compléter les actions de communication print et digital, un week-end journées portes ouvertes aura lieu en France le week-end des 16 et 17 octobre et permettra aux clients de tester le plaisir de conduite de la nouvelle PEUGEOT 308.

Pour visualiser le film de la campagne, cliquez ici.

LIENS

Site Presse PEUGEOT

<http://int-media.peugeot.com/fr>

A PROPOS DE PEUGEOT

PEUGEOT est une marque généraliste haut-de-gamme inventive, à vocation mondiale. Ses valeurs sont l'Exigence, l'Allure et l'Emotion. Présente dans plus de 160 pays au travers de 10 000 points de vente, PEUGEOT a vendu près de 1 200 000 véhicules dans le monde en 2020. En 2021, après la célébration de ses 210 ans, PEUGEOT inaugure sa nouvelle identité avec un blason affirmant sa personnalité et son intemporalité. En plus d'une gamme complète de véhicules particuliers et utilitaires électrifiés, PEUGEOT a développé un nouveau concept de Néo Performance. La 508 PEUGEOT Sport Engineered est le premier de cette nouvelle ligne de véhicules efficients et performants

