



PEUGEOT ET LE CINEMA FRANCAIS : UN ENGAGEMENT STRATEGIQUE





PEUGEOT

Le 15 mai 2025

PEUGEOT ET LE CINEMA FRANÇAIS : UN ENGAGEMENT STRATEGIQUE



Dans le cadre de sa stratégie de communication culturelle, artistique et sociétale ambitieuse, la marque au lion souhaite s'engager aux côtés du 7^e art, en célébrant son ancrage français, son audace créative et son rayonnement mondial.

Depuis trois ans, Peugeot s'engage dans l'EDUCATION aux enjeux de la protection environnementale et dans le SPORT AUTOMOBILE avec le WEC (World Endurance Championship).

Fort de son empreinte française et de son lien historique avec le cinéma, la marque enrichit sa stratégie en investissant un nouveau territoire très émotionnel : le CINEMA FRANÇAIS.

En 2025, Peugeot ambitionne de mettre en place des activations à long terme sur l'ensemble de ses canaux de communication. Ces initiatives incluront des partenariats stratégiques avec des placements de produits, le soutien aux équipes de production, des contenus digitaux inédits, des événements exclusifs et des activations au sein du réseau commercial.



PEUGEOT

Une présence accrue dans les festivals et les célébrations renforcera sa visibilité à travers des activations média et des flottes de véhicules.

Le soutien aux jeunes talents français sera un des piliers du plan d'activation : en ligne avec sa vision à long terme, Peugeot souhaite encourager la nouvelle génération de talents français, pour un cinéma tourné vers l'avenir.

Le Partenariat Officiel de **la Cérémonie des César** en février dernier a été le clap de lancement de cet engagement. Peugeot profite cette fois du prestigieux **Festival de Cannes**, pour officialiser son engagement dans le Cinéma Français.

Pendant toute la durée du Festival de Cannes 2025, du 13 au 24 mai 2025, PEUGEOT Inception Concept sera mise en scène sur un lieu clé de la Croisette : la pelouse du Carlton. Les festivaliers pourront ainsi découvrir ce concept-car très cinématographique, expression de la vision optimiste de la mobilité durable de demain selon PEUGEOT. La marque accompagnera également des rendez-vous incontournables du cinéma sur la croisette avec une flotte dédiée de PEUGEOT E-3008. Le Festival De Cannes constitue une opportunité unique pour Peugeot de rencontrer les grands acteurs du Cinéma Français et d'officialiser son engagement.

« Le cinéma est une vitrine de notre culture, un reflet de notre société et un vecteur puissant d'émotion. En nous associant à cet univers, nous affirmons notre identité : une marque française, fière de ses racines, qui met le plaisir, l'émotion et l'innovation au cœur de ses choix. C'est avec sérieux, enthousiasme et passion que nous soutiendrons le cinéma français ». Valérie Candeiller, Directrice de la Communication Monde de Peugeot.



PEUGEOT continue de faire vivre cette relation unique avec le grand écran. De nombreux films emblématiques ont mis en scène des véhicules PEUGEOT, comme la Landauet Type 184 dans "Midnight in Paris" de Woody Allen, les PEUGEOT 406 dans la saga "Taxi", ou encore la PEUGEOT LimoVian, un modèle unique imaginé par Michel Gondry et le Design Peugeot, dans "L'Écume des jours". Des modèles comme la PEUGEOT 404 des "Tontons flingueurs" et la PEUGEOT 403 cabriolet du Lieutenant Columbo ont également marqué les esprits. Cette alliance entre PEUGEOT et le cinéma témoigne de l'impact durable de la marque dans l'univers du septième art.

**Source Centre National du Cinéma.*

A PROPOS DE PEUGEOT

PEUGEOT, la marque automobile préférée des Français pour la sixième année consécutive, propose la gamme électrique la plus large de tous les constructeurs généralistes européens. Les valeurs de la marque PEUGEOT sont l'Allure (le design), l'Émotion (le plaisir de conduite) et l'Excellence (la qualité française et la technologie de pointe). Présente dans plus de 140 pays, PEUGEOT a vendu près de 1,1 million de véhicules dans le monde en 2024. Leader des véhicules électriques du segment B et des véhicules utilitaires légers (VUL) en Europe, PEUGEOT propose désormais une gamme complète de 12 modèles, dont 9 véhicules particuliers et 3 utilitaires.

Elle offre à ses clients la garantie Allure Care de 8 ans/160 000 km sur la batterie et le véhicule, ainsi que la Wallbox à domicile et la carte Pass On-the-go pour une tranquillité d'esprit totale. ChatGPT est disponible sur l'ensemble de la gamme pour une expérience interactive améliorée. PEUGEOT s'engage également dans l'éducation des jeunes générations en soutenant des initiatives comme Born Free et Under The Pole pour les rapprocher de la nature. Par ailleurs, la passion de PEUGEOT pour la performance et l'innovation se manifeste à travers l'Hypercar PEUGEOT 9X8, engagée dans le Championnat du Monde d'Endurance (WEC), dont les 24 heures du Mans.

