

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 13 janvier 2017

EN HIVER AUSSI, 'VIVEMENT LA ROUTE' AVEC LE NOUVEAU CITROËN C4 PICASSO !

Après un [premier épisode](#) diffusé au retour des vacances d'été fin août 2016, Citroën revient avec sa saga publicitaire 'Vivement la route' à l'occasion de l'arrivée de la neige... Suivant la même mécanique, le [nouveau film](#) retrace cette fois les mésaventures de la famille aux sports d'hiver, finalement bien contente d'en finir et de retrouver le confort et les technologies d'aide à la conduite du Nouveau C4 Picasso pour la route du retour. Ce nouveau spot publicitaire sera diffusé en TV pour la première fois le dimanche 15 janvier.



Fort du succès du [premier film](#) diffusé à la fin des vacances d'été 2016 et récompensé d'un [Award d'Argent aux prestigieux Epica Awards 2016](#) (catégorie Automobiles), Citroën poursuit sa saga publicitaire 'Vivement la route' dédiée au Nouveau C4 Picasso, avec un [nouveau film](#). Celui-ci remet en scène la même famille, cette fois pendant les vacances d'hiver. Suivant la même mécanique que le 1^{er} épisode, on y voit la famille accumuler les 'joies' des sports d'hiver : files d'attente interminables, sorties de pistes, chute d'un ski sur un arbre du haut d'un télésiège et autres maladroresses... Tout cela pour mieux se rendre à l'évidence : « Vivement la route » pour se sentir enfin serein grâce au confort et aux technologies d'aide à la conduite du Nouveau C4 Picasso.

En effet, Citroën profite de cette nouvelle campagne pour faire des parallèles amusants entre des situations vécues de tous aux sports d'hiver et les dernières technologies d'aide à la conduite équipant le Nouveau C4 Picasso :

- 'Percuter maladroitement la tête de son voisin en se retournant avec ses skis à l'épaule' démontre ainsi l'intérêt évident de la technologie **Vision 360** du Nouveau C4 Picasso, qui permet de voir partout autour de soi.
- 'Foncer droit sur un skieur à l'arrêt, faute de pouvoir s'arrêter brutalement' souligne l'apport de l'**Active Safety Brake** du Nouveau C4 Picasso (freinage automatique d'urgence) qui met tout en œuvre afin d'éviter l'impact.
- 'Faire inconsciemment une brutale 'queue de poisson' à un autre skieur, obligeant ce dernier à une sortie de piste' démontre l'utilité du **système actif de surveillance d'angle mort** du Nouveau C4 Picasso.

Cette approche publicitaire originale montre, avec humour, la capacité de Citroën à apporter du bien-être et à faciliter la vie de ses clients à bord de leur voiture, quelles que soient les situations. Une preuve supplémentaire du positionnement de 'People Minded Brand' de la Marque, plus que jamais inspirée par ses clients.

Visible en avant-première sur la chaîne YouTube de Citroën, cette campagne démarrera le dimanche 15 janvier 2017 avec des diffusions TV (format 30'') sur TF1, France 2, M6, les chaînes de la TNT et du Groupe Canal+. Une version longue et une série de films courts sur les technologies d'aide à la conduite seront visibles au même moment sur le web.

⇒ **FILM PRINCIPAL ET MINI-FILMS SUR LES TECHNOLOGIES D'AIDE À LA CONDUITE VISIONNABLES EN AVANT-PREMIÈRE SUR YOUTUBE :** https://youtu.be/fZOv_xW3p08

CRÉDITS

ANNONCEUR : CITROËN

International : Arnaud Belloni - Claudine Borel - Frédérique Arbona

France : Mathilde de Vorges

AGENCE : LES GAULOIS

CEO : Elisabeth Billiemaz

Responsables agence : Hugues Reboul - Catherine Habib-Deloncle - Emmanuelle Woehrel - Thomas Maldémé

Directeur de la création : Xavier Beauregard

Directeur Artistique : Florence Vignon

Concepteur Rédacteur : Vanina Guillier

Head of TV : Christopher Thiery

TV Producer : Julie Malet

PRODUCTION : HENRY

Réalisateur : Bart Timmer

POST-PRODUCTION ET SONS : HRCLS (HERCULES)

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