

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 9 juin 2016

PUBLICITÉ : CITROËN SURFE SUR LA ROUTE AVEC C4 CACTUS RIP CURL

À l'occasion de la sortie de [C4 Cactus Rip Curl](#), dévoilé au Salon de Genève, Citroën fait souffler un vent de liberté avec une nouvelle publicité : '[la route est votre nouveau spot](#)'. (<http://bit.ly/1RXagAk>)



C'est au Salon de Genève que Citroën a présenté sa nouvelle série spéciale C4 Cactus Rip Curl. Un crossover d'un nouveau genre venu bousculer l'univers automobile. L'association entre la Marque et la référence du monde de la glisse s'est faite tout naturellement, toutes deux développant des produits à la fois créatifs et technologiques. C'est d'ailleurs avec cette série spéciale que C4 Cactus inaugure la technologie Grip Control, un système de motricité renforcée, parfait pour le caractère 100% outdoor de C4 Cactus Rip Curl.

Pour l'occasion, Citroën s'est associée avec l'agence Les Gaulois pour créer un nouveau film publicitaire : '*La route est votre nouveau spot*'. Ce film reflète parfaitement les sensations communes de liberté, d'évasion et d'aventure que procurent le surf sur les vagues et la conduite de C4 Cactus Rip Curl.

En vedette : Vincent Duvignac, surfeur professionnel français sponsorisé par Rip Curl, qui parcourt la ville à la recherche de la vague parfaite sur sa planche... à moins que ce ne soit au volant de C4 Cactus Rip Curl !

Côté musique, après avoir sollicité le groupe Hyphen Hyphen pour ses concepts SpaceTourer Hyphen et E-MEHARI Courrèges, Citroën promeut encore une fois la nouvelle scène musicale française dans ce film, avec le titre '[Marty McFly](#)' de [Gaspard Royant](#).

Pour découvrir le film : <https://youtu.be/q5WRQBSr0Ik>



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.