

Rueil-Malmaison, le 10 janvier 2020

LE CONFORT UNIQUE DE CITROËN S'ILLUSTRE EN 2020 AU TRAVERS D'UNE NOUVELLE SAGA PUBLICITAIRE

- Citroën lance début 2020 une saga de 5 films publicitaires réalisés par Eric Judor.
- Ces épisodes illustrent avec humour toute la difficulté à quitter le confort de sa Citroën.
- Pour chaque film un modèle de la Marque est mis en scène dans une situation surprenante où les occupants préfèrent rester à bord de leur véhicule pour réaliser une activité normalement effectuée à l'extérieur.
- Les modèles présentés dans ces films sont : SUV C3 Aircross, SUV C5 Aircross, C3, C4 Cactus et Berlingo.
- Les différents épisodes de cette campagne intitulée « Pas facile de quitter le confort d'une Citroën » seront diffusés en TV et sur les réseaux sociaux tout au long de l'année pour accompagner les activations de la Marque.

En 2 ans la Marque a lancé 6 nouveaux modèles qui se démarquent par leur design unique et une expérience de confort à bord incomparable. Un confort qui est la clé de voûte de la conception de tout nouveau modèle au travers du programme Citroën Advanced Comfort® et qui se traduit par un véritable effet cocon à bord (filtration de la route, confort des sièges, douceur de direction, acoustique, luminosité, connectivité, rangements astucieux...). Cette gamme moderne et cohérente est aujourd'hui couronnée de succès puisque Citroën est la marque généraliste avec la plus forte croissance parmi les 12 marques automobiles les plus vendues en Europe (11 mois 2019).

Le confort à bord des Citroën est au centre d'une série de cinq épisodes orchestrés par Eric Judor. Trois mises en scène ont été imaginées et illustrent la difficulté pour les occupants de sortir du confort de leur Citroën pour réaliser des actions qui se font normalement à l'extérieur de celui-ci. On y retrouve ainsi :

- L'agent immobilier : une agent immobilier installée tellement confortablement dans son SUV C5 Aircross ou sa C4 Cactus qu'elle fait visiter les maisons sans lâcher le volant.
- La station de lavage : une famille qui manipule les jets d'une station de lavage par les fenêtres de son Berlingo ou sa C3.
- Le feu de camp : un groupe de surfeurs qui grillent leurs chamallows tout en restant dans leur SUV C3 Aircross.

Cette campagne viendra supporter les différentes activations de Citroën tout au long de l'année, ce qui n'a pas fait peur à Eric Judor : « Les annonceurs ont souvent été frileux de s'aventurer sur ce terrain [de l'humour], tant ils craignent que l'humour vampirise la marque, et que finalement le spectateur rie plus qu'il n'ait envie d'acheter. Je pense tout le contraire. Les pubs les plus marquantes de ma jeunesse, étaient justement celles qui étaient audacieuses, drôles et par

conséquent mémorables ».

Côté musique, Citroën a opté pour l'un des standards de jazz les plus connus au monde, le fameux « Petite Fleur » pour illustrer musicalement cette saga. Composé par le saxophoniste Sidney Bechet, ce célèbre titre, repris par les plus grands artistes de l'époque tels que Tino Rossi, Mouloudji, Petula Clark ou encore Henri Salvador, fait éminemment partie des airs les plus identifiés de la musique jazz populaire.

Exprimant une certaine idée de la décontraction, la sérénité et le confort, et réorchestrée pour l'occasion dans une veine reggae pour le film Feu de Camp et jazzy-cool pour les films Agent Immobilier et Car-Wash, la mélodie de « Petite Fleur » accompagne avec élégance cette campagne teintée d'humour.

Cette campagne diffusée à partir du 4 janvier 2020 dans toute l'Europe vient clore un cycle de 5 publicités Citroën réalisées par Eric Judor : « Les 5 scénarii Citroën m'ont immédiatement parlé, la petite touche de non-sens qui émanait de ces petites histoires m'a beaucoup plu (...). La comédie et la fine couche d'absurdité sont au rendez-vous, et je suis très fier du résultat. En plus si je peux aider une petite boîte qui démarre dans le milieu de l'automobile, ça me fait plaisir 😊 ».

Les films sont à découvrir sur YouTube :

- C3 <https://youtu.be/yC439GULT8g>
- C4 Cactus <https://youtu.be/TwXHfLS1gjk>
- Berlingo <https://youtu.be/516TULs5SCU>
- SUV C3 Aircross <https://youtu.be/4nT8T5VLxKo>
- SUV C5 Aircross <https://youtu.be/tGrt0mmGPVA>

CRÉDITS

ANNONCEUR AUTOMOBILES CITROËN

RESPONSABLES CITROËN Arnaud Belloni, Bruno Gisquet, Frédérique Arbona, Sandrine Delouche

AGENCE TRACTION/BETC

RESPONSABLES TRACTION Bertille Toledano, Hugues Reboul, Julien Grimaldi, Anyce Nedir, Marina Kovalenko, Thomas Jaffeux

DIRECTEUR EXECUTIF DE LA CRÉATION Stéphane Xiberras

DIRECTEUR DE CRÉATION Nicolas Lautier

CONCEPTEUR RÉDACTEUR Axel Orliac, Laurent Dravet

TRAFIC CRÉATIVE Nathalie Sanseigne

RESPONSABLE PRODUCTION Caroline Petrucci

PLANNING STRATÉGIQUE Philippe Martin Davies

MAISON DE PRODUCTION QUAD PRODUCTION

PRODUCTION SON START-REC

MUSIQUE Sydney Bechet « Petite Fleur »

RÉALISATEUR Eric Judor

La Marque Citroën

Au cœur du marché automobile, Citroën s'affirme depuis 1919 comme une marque populaire au sens noble, faisant des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit souligné par sa signature 'Inspired by You' et incarné par des voitures alliant design unique et confort de référence. Au sein des généralistes, Citroën se distingue aussi par l'expérience singulière offerte à ses clients (Citroën Advisor, 'La Maison Citroën', etc.). En 2018, la Marque a vendu 1,05 million de véhicules dans plus de 90 pays. Site média Citroën : <https://fr-media.citroen.com> – @CitroenFrance