

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Rueil-Malmaison, le 3 janvier 2020

EN 2020, CITROËN LANCE UNE NOUVELLE CAMPAGNE MONDIALE POUR SON SUV CITROËN C3 AIRCROSS

- Citroën lance aujourd'hui le film 'SUV Citroën C3 Aircross : plus spacieux, plus de possibilités'.
- Un scénario 100% *Inspired by You* : sous le regard bienveillant de son père, une petite fille s'essaye à de nombreuses activités (VTT, poterie, etc.) jusqu'à trouver celle où elle va s'accomplir : la musique. L'allié idéal de ces aventures n'est autre que SUV Citroën C3 Aircross qui, par son espace à bord et sa modularité hors pair, se plie à toutes les envies, même de celle d'un instrument encombrant comme le violoncelle !
- Diffusé en TV à partir du 6 janvier en Italie et en Grande-Bretagne, ce film mondial est à découvrir dès aujourd'hui en avant-première sur <https://youtu.be/8rYsjkVh3jc>



Avec plus de 260 000 ventes depuis son lancement fin 2017, SUV Citroën C3 Aircross a su s'imposer sur son segment en apportant une réponse unique et pratique, inspirée par nos modes de vie. En 2020, un nouveau film vient soutenir cette dynamique, avec une nouvelle histoire 100% *Inspired By You* : qui, enfant, n'a pas essayé une multitude d'activités extra-scolaires, avant de trouver celle qui lui correspond ? C'est cette recherche, accompagnée de son lot d'échecs et de découvertes, qui est au cœur du scénario concocté par Citroën et son agence Traction (Groupe BETC), sur une composition originale de Yann Tiersen, la 'Valse d'Amélie'.

Le film raconte ainsi l'histoire d'une petite fille et de son père, toujours à ses côtés. Malgré quelques égratignures en VTT, des poteries informes et des défaites en football, SUV Citroën C3 Aircross est de tous leurs périples : il les emmène sur tous types de routes grâce à son Grip Control, et leur permet d'emmener avec eux tout ce dont ils ont besoin grâce à sa modularité à toute épreuve (banquette coulissante en deux parties) et son coffre jusqu'à 520 L. C'est finalement devant une salle comble et sous le regard ému de son père, que la jeune fille joue un magnifique solo de violoncelle. Père, fille et instrument repartent à bord du **SUV Citroën C3 Aircross : plus spacieux, plus de possibilités !**

Cette campagne internationale débute en TV en Italie et Grande-Bretagne le 6 janvier avant d'être déployée à travers le monde. Décliné en versions de 30, 25 et 20 secondes, ce film est également accompagné d'un volet Social Media.

INSPIRED BY YOU



Côté musique, Citroën soutient une fois de plus la création française en s'associant à un artiste reconnu, **Yann Tiersen**, à travers sa composition la plus connue au-delà de nos frontières : son iconique '**Valse d'Amélie**'. Depuis la sortie du film '**Le fabuleux destin d'Amélie Poulain**' en 2001, c'est la première fois que l'on retrouve ce titre au succès planétaire dans une campagne publicitaire. Cette version, réarrangée et réorchestrée à cette occasion par un orchestre symphonique, laisse la part belle à une interprétation originale au violoncelle qui accompagne avec sensibilité, fragilité et délicatesse notre petite fille dans sa quête pour trouver sa voie, et ainsi faire l'admiration de son père.

Le film est à découvrir en avant-première sur YouTube : <https://youtu.be/8rYsjkVh3jc>

CRÉDITS

ANNONCEUR AUTOMOBILES CITROËN

RESPONSABLES CITROËN Arnaud Belloni, Bruno Gisquet, Sylvain Peraldi, Amélie de Chabannes

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 Arthur Cieutat, Nicolas Amiard

TRAFFIC CRÉATIVE Nathalie Sanseigne

RESPONSABLE PRODUCTION Caroline Petrucelli

PLANNING STRATÉGIQUE Philippe Martin Davies

MAISON DE PRODUCTION INSURRECTION

PRODUCTION SON START-REC

MUSIQUE Yann Tiersen « Valse d'Amélie »

RÉALISATEUR THIRTY TWO

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