



Avec la saison 2 d'une saga publicitaire toujours plus cinématographique, SPOTICAR poursuit sa dynamique de croissance

- **Avec cette nouvelle campagne internationale ambitieuse et omnicanale, SPOTICAR place la confiance au cœur de son discours.**
- **Spoticar continue de tracer sa route avec un ton singulier, résolument en rupture avec les codes traditionnels du secteur**

POISSY, le 05 juin 2026 : SPOTICAR, la marque de véhicules d'occasion de Stellantis et leader du marché en France, lance la saison^o2 de sa saga publicitaire. Dans un contexte de marché en baisse, la marque confirme la solidité de son modèle et poursuit son ambition : asseoir durablement sa position de référence en Europe en capitalisant sur un actif clé – la confiance.

Capitaliser sur une première saison performante et différenciante pour ancrer notre leadership.

Lancée en 2025, la saga « Don't be brave, be smart » a permis à SPOTICAR de se positionner sur un territoire créatif volontariste et différenciant contribuant à générer +17 % de contact envoyés au réseaux en 2025.

La campagne a également renforcé les indicateurs de marque, notamment en termes de sympathie, notoriété et perception de confiance. Avec la saison 2 et ces deux nouveaux films dont le premier est visible à la télévision depuis le 24 mai, et à partir du 3 juin sur les plateformes de streaming, SPOTICAR franchit une nouvelle étape avec une approche toujours plus cinématographique visant à transformer la publicité en véritable divertissement.

SPOTICAR fait plus que de la publicité, SPOTICAR fait son Cinéma

Avec son nouveau film « **The Feet Escape** », SPOTICAR détourne cette fois les codes des grands films d'évasion américains pour porter une idée simple : même dans les situations les plus extrêmes, il n'est jamais question de faire de compromis sur la qualité de son véhicule d'occasion. À travers ce scénario décalé, la marque illustre les attentes élevées que devraient avoir les consommateurs lorsqu'ils choisissent une voiture d'occasion et réaffirme son exigence en matière de fiabilité, de confiance et de tranquillité d'esprit

Faire de la confiance un avantage compétitif

Dans un marché de l'occasion en mutation, SPOTICAR continue de se distinguer grâce à :

- la puissance de son réseau de professionnels 3000 points de vente en Europe
- des standards élevés de reconditionnement et de contrôle adaptés aux différents modèles.
- des garanties solides (jusqu'à 24 mois, assistance 24/7, satisfait ou remboursé).

La saison 2 de la campagne valorise davantage ces preuves tangibles, en intégrant plus fortement le produit, le réseau et les services au cœur des récits.

Retrouvez le film **The Feet Escape** sur la plateforme YouTube

#

À propos de Stellantis

Stellantis N.V. (NYSE : STLA / Euronext Milan : STLAM / Euronext Paris : STLAP) est l'un des principaux constructeurs automobiles au monde, dont l'objectif est d'offrir à tous une liberté de mobilité propre, sûre et abordable. Connue pour son portefeuille unique de marques emblématiques et innovantes, notamment Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, Dodge, DS Automobiles, FIAT, Jeep®, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot, Ram, Vauxhall, Free2move et Leasys. Stellantis est aujourd'hui dans la mise en œuvre de son plan stratégique audacieux Dare Forward 2030, afin de devenir une 'tech company' de mobilité et d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2038, avec un pourcentage de compensation des émissions résiduelles à un seul chiffre, tout en créant de la valeur ajoutée pour l'ensemble des parties prenantes. Pour en savoir plus : www.stellantis.com

