

2018年4月4日

シトロエン新ブランド広告キャンペーン： “INSPIRED BY” YOUR DESIRE FOR FREEDOM SINCE 1919!

(1919年の創業以来、シトロエンは人々の自由への欲求に応え続けてきた—)

シトロエンは、4月3日(火)から「シトロエンのモビリティに対するビジョンは、人々の自由への欲求から生まれる」というメッセージを訴求する新しいブランド広告キャンペーンを展開します。世界中で公開されるこの動画は、ブランドシグネチャーである“CITROËN INSPIRED BY YOU”のコンセプトのもと、シトロエンブランドが、長年にわたって人々の生活に根ざしたクルマづくりをし、それぞれの世代のモビリティのニーズをインスピレーションの源としてきたことを映像で表現しています。さまざまな時代へと見る者を誘い、時代ごとに異なる多様なシトロエンモデルが、自由を求めるヒッチハイカーの物語を伝えます。ヒッチハイカーはこの冒険の中で 2CV、Type H、Méhari、CX、Visa GTi、C3 Aircross そして New C4 Cactus に次々と乗り込み、最後にコンセプトカー CXPÉRIENCE が体現する未来を目にします。いわばこの動画は、モビリティと 1919 年の創業以来その発展に努めてきたシトロエンブランドへの賛歌です。(動画は、本プレスリリースの内のリンクよりご覧いただけます。)



2CV から CX へ、Traction から Méhari へ、Berlingo から C4 Cactus へ — こうしたモデルの変遷を経ながら、シトロエンは、人々の生活に調和する車を提供し続けてきました。人々を見つめ、その人々が持つ冒険への憧れや、自由への欲求、家族旅行や友人とのドライブへ出かけたいという気持ちに応えてきました。この新ブランド広告キャンペーンでは、1919 年の創業から現代に至るまで、一貫して人々の生活に寄り添ってきたシトロエンブランドの歴史をご覧いただけます。

2016 年 10 月に導入されたブランドのシグネチャーである“INSPIRED BY YOU”のコンセプトを映像化した本動画は、シトロエンのグローバル広告代理店である Traction (BETC) 社が制作を手がけました。動画には、歴代のシトロエンモデルが登場し、自由を求めるヒッチハイカーの思いに応えます。ヒッチハイカーは、2CV、Type H、Méhari、CX、Visa GTi、C3 Aircross、New C4 Cactus に次々と乗り込み、モデルが象徴するそれぞれの時代を走ります。数十年を走り抜けるこのドライブは、登場人物の物語を語るだけではなく、各時代を象徴する様々な要素も盛り込んでいます。例えば、ツールドフランス、友人とのバケーション、かつての「Les chevrons sauvages (the wild chevrons)」の CM を想起させる馬たち、80 年代を象徴するきらめくゴールドのチェーンや大音量のラジオなどが登場します。最後には、シトロエンのハイエンドハッチバックの未来を体現するコンセプトカー CXPÉRIENCE も登場し、ブランドの現在そして未来を表現しています。

シトロエンのマーケティング&コミュニケーションシニア・バイス・プレジデント、アルノー・ベローニは動画についてこう述べています。「シトロエンが100年あまりにわたり、人気ブランドとしての地位を維持できたのは、数世代にわたって人々の日常生活にクルマづくりのインスピレーションを求めてきたからです。2CVやC1では学生から、CXやC6では大統領からといったように、多様な人々がその着想の源なのです。ブランディングネチャーとなるスローガン、‘CITROËN INSPIRED BY YOU’の導入から2年あまりが経過したこのタイミングで公開される本動画は、単なる歴史紹介にとどまることなく、シトロエンの伝統を紡いできたいくつかのアイコン的な自動車も登場しています。」「シトロエンブランドはこれまで常に、人々が自動車そして、より幅広い意味でのモビリティに対して抱くニーズに応じてきました。この動画で語られるブランドの歴史は、シトロエンが現在提供する、ユニークなデザインと最上級の快適性を備えたラインアップにも反映されています。」

本動画は、ドライバーではなく同乗者を主人公として展開していきます。このストーリーを語るために、それぞれの分野での超一流の人物が制作を手がけており、ディレクターは、フランス人のフランソワ・ルスレー / François Rousselet (ナイキ、AXE、ディーゼルの広告、J.U.S.T.I.C.E やローリング・ストーンズのミュージックビデオも担当)、撮影監督はステファンヌ・フォンテーヌ / Stéphane Fontaine(『真夜中のピアニスト』、『はじまりへの旅』、『ジャッキー ファーストレディ 最後の使命』など) に依頼しました。

またBGMには、スーパーランプの結成メンバーであるロジャー・ホジソンの時代を超えたヒット曲、“Take the long way home” が流れます。動画は、スペインのシエラネバダとバルセロナで撮影されました。

映像と写真は、以下の URL からご覧いただけます。

<http://www.citroencommunication-echange.com/>

ユーザー名(caps): CAMPAGNE_2018

パスワード (caps): BRAND_18

シトロエンロゴの変遷



1919～1921: 1900年にアンドレ・シトロエンは、シェブロン(山形)形状の歯車のカッティングに関する特許をポーランドで購入し使用を開始しました。1919年に自動車製造を行うことを決めた時、彼は自身の成功のシンボルであったシェブロンを二つ重ねて(ダブルシェブロン)、新たにロゴとして用いました。この初代ロゴでは、ブルーの背後にイエローの影を付けてシェブロンを表現しています。



1921～1959: 1921年にこのロゴの最初のバージョンが登場しました。背景は卵形の円ではなくブルーの六角形になり、イエローのシェブロンが目立つデザインに変わりました。1936年には、その下側に Citroën のブランド名が追加されました。



1932～1935: 1930年代の初めには、上のロゴと並行して用いるもう一つのロゴが導入されました。シトロエンのシェブロン上に浮かぶ白鳥のデザインです。新開発のフローティングパワーエンジンの象徴となるこの白鳥ロゴは、一部の Rosalie モデルの前面の装飾として使用されました。



1959～1966: 1959年に、シトロエンの新たなビジュアルアイデンティティとなるロゴが発表されました。引き続き用いられるイエローのシェブロンは、新たにホワイトの楕円形の輪郭から突き抜ける配置となりました。シェブロンの色は2種類用意され、イエローは小規模ディーラー用、ゴールドは大規模ディーラー用として使用されました。



1966～1985: 1966年からは、楕円とイエローのシェブロンを踏襲しながら、ブルーの四角内にその二つの要素を配置し、その下に“Citroën”の文字を入れたロゴになりました。



1985～2009: 1985年には、ブランドロゴの大幅な変革が行われました。ブランドのイメージをさらにモダンでダイナミックにするため、シトロエンは新しい色の採用に踏み切ったのです。ブルーとイエローに代わって選ばれた色はレッドとホワイトで、レッドの四角の中にホワイトのシェブロンが配置されました。



CITROËN 2009～2016: 2009年にシトロエンは、丸みを付けた立体的でメタリックなシェブロンと、その下の赤字のブランド名を組み合わせた全く新しいロゴを発表しました。このロゴ変更の目的も、前ロゴと同じく、ブランドのイメージをさらにモダンにすることでした。



CITROËN 2016年より: 2016年にシトロエンは、ロゴの新2Dバージョンを導入しました。フラットなデザインから着想を得たこの新バージョンは、ロゴの本質的目的に立ち返り、一段と認識しやすいデザインとなっています。

動画に登場するモデルは、歴代のシトロエンモデルを紹介したオンラインバーチャルミュージアム 'CITROËN ORIGINS' で詳しくご覧いただけます。: www.citroenorigins.jp/ja

2CV: 1948～1990 1948年のパリモーターショーでの登場で初めて大きな注目を集めました。2CVは、「卵を一つも割ることなく、卵が詰まったバスケットを載せて農道を走れる」「コウモリ傘に四輪を付けた車」と称されていました。このTPV(“Très Petite Voiture=超小型車”)は、市場ですぐに大きな人気を誇り、合計3,868,634台が製造されました。

Type H: 1948～1981 世界に広く存在を知られ、その後数十年の間に幾度もフードトラックとしても新たに注目を集めてきたType Hは、伝説の車として、発売から40年以上、当時のユーティリティビークルとし

でのデザインの革新性と効率性を証明してきました。このモデルの輝かしい生産期間には、合計 473,289 台が製造されています。

Méhari: 1968～1987 傷や腐食に強い 100%プラスチックのボディワークが特徴的なモデル、Méhari は、使い勝手のよさと手頃な価格で高い人気を誇ったカブリオレモデルです。合計で 743,740 台が製造されました。

CX: 1974～1991 1974年にカー・オブ・ザ・イヤーに輝いた CX は、1970年代のシトロエンのハイエンドモデルを代表する一台です。非常に革新的な一台を生み出した人々は、ドライバーがハンドル付近で全ての操作を完了できる現代では一般的な制御機能において世界の先端を走っていたのです。15年間の売上台数は、1,169,695台に達しました。

Visa: 1978～1988 強烈な印象を残す小さなハッチバック、Visa。多様なスペシャルシリーズや、特にモータースポーツ用などのさまざまなバージョンの存在は、Visaの評判を高めてきました。10年間の市場での販売期間中に、1,254,390台のVisaが製造されています。1988年には、クレマンソー級航空母艦が登場する GTiバージョンの CM が大きな人気を集めました。

C3 Aircross: 2017年欧州発売 2017年フランクフルトモーターショーで初公開された C3 Aircross は、そのデザイン、快適性、そしてクラス最高級のモジュール性により、他の SUV に差をつける一台です。12種類のドライバーアシスタンスを採用した C3 Aircross の全世界での売上は、すでに6万台に達しています。

New C4 Cactus ハッチバック: 2018年欧州発売 ずば抜けた快適性を誇るシトロエンの新ハッチバック New C4 Cactus は、欧州で初めて Progressive Hydraulic Cushions™ (プログレッシブ・ハイドロリック・クッション) サスペンションシステムを採用しています。

CXPERIENCE: 2016年発表 2016年パリモーターショーで公開されたコンセプトカーが CXPERIENCE です。ハイエンドハッチバックのコードを再解釈することで、デザイン、快適性、テクノロジーのいずれにおいてもシトロエンの独創性を強調したモデルです。

クレジット

広告主: CITROËN

Arnaud Belloni, Claudine Borel, Sylvain Peraldi,
Amélie de Chabannes

撮影監督: Stéphane Fontaine

プロダクション会社: INSURRECTION

サウンドプロダクション会社: GUM

監督: François Rousselet

エージェンシー: TRACTION (BETC)

エージェンシー主任: Bertille Toledano, Hugues
Reboul, Julien Grimaldi, Anyce Nedir, Marine
Bridant, Marina Kovalenko, Sandrine Rey
クリエイティブディレクター: Stéphane Xiberras



クリエイティブディレクター: Nicolas Lautier

アートディレクター: Matthieu Vivinis

戦略計画担当: Philippe Martin Davis

作成・執筆: Jean-Romain Sparano

トラフィック: Nathalie Sanseigne

TVプロデューサー: Caroline Petruccelli

Citroënブランドについて

シトロエンは、メインストリーム市場の中心で活動する国際的自動車ブランドとして、1919年の創業以来、大胆さとクリエイティビティに磨きをかけてきました。独自のデザインでライバルを引き離し、快適性とテクノロジーに基づく優れた乗り心地を約束するシトロエンの車、例えば New C3、New C3 Aircross コンパクト SUV は、自動車業界に新しい風を吹き込んでいます。シトロエンのインスピレーションの主な源は人々そして人々のライフスタイルであり、その点において最も崇高な意味で「ポピュラー」なブランドとなっています。この精神は、ブランド独自のスローガンである “Inspired by You” にも反映されています。また都市の店舗でのコンセプト ‘La Maison Citroën’、あるいはオンラインでレビューを投稿いただけるサイト ‘Citroën Advisor’、さらに Citroën Rent & Smile や Citroën Earn & Drive などのモビリティソリューションが実現するユニークなカスタマーエクスペリエンスも、シトロエンらしさのあらわれです。シトロエンは世界約 80 カ国に 1 万箇所の営業・アフターサービス拠点を展開し、2017 年には 110 万台の売上を達成しています。また、世界ラリー選手権でも合計 8 回マニファクチャラーズタイトルを獲得し、FIA 世界ツーリングカー選手権でも 3 回連続でマニファクチャラーズチャンピオンの座に輝いています。