

18 septembre 2020

Communiqué de presse

## « RÉGNEZ SUR LA VILLE »

**À l'occasion du lancement du nouveau scooter 3-roues Peugeot Metropolis et au terme d'une compétition remportée par SAATCHI & SAATCHI, l'agence annonce un nouveau territoire de communication pour le produit phare de Peugeot Motocycles.**



Peugeot Motocycles écrit aujourd'hui une nouvelle page de son histoire avec le lancement de la 3ème génération de Peugeot Metropolis, fer de lance de la marque depuis 2013. Le design, plus félin, prend vie par ses détails : des griffes à l'arrière du véhicule, et des canines à l'avant, en lien avec l'ADN familial de la marque.

A l'image du lion qui s'impose à tous les animaux sur son territoire, le nouveau Peugeot Metropolis s'impose sur la jungle urbaine en redonnant à ses utilisateurs le pouvoir sur leur mobilité en ville.

Emblème de cette mobilité retrouvée, le concept original du film de lancement imaginé par Saatchi & Saatchi dévoile un lion qui s'affirme dans la rue et se projette partout où le nouveau Peugeot Metropolis passe.

« Peugeot Motocycles est de retour et renoue avec la force, l'avant-garde et une grande modernité. Cela s'exprime avec le Lion, notre emblème. Il est présent dans le design et la personnalité du modèle, mais il est aussi omniprésent dans notre communication. C'est un Lion qui règne sur la ville, la jungle urbaine, et se meut avec puissance et assurance et c'est la première fois que l'on peut voir le Lion de la marque en mouvement. Une prouesse technologique dont nous sommes fiers ! » explique Candice Robert, Directrice Marque et Communication de Peugeot Motocycles.

Preuve en est, le film de lancement où le nouveau Peugeot Metropolis et le Lion ne font plus qu'un. L'animation du Lion sur les murs de la ville évoque le tracé des GPS et le parcours du scooter finit par dessiner une tête de lion sur la cartographie urbaine.

« À la croisée des chemins entre un stunt arty et un film esthétisant, le film montre le parcours de ce scooter et de sa projection animale avec la ville pour toile de fond » explique Pierre Viallaneix, directeur de création chez Saatchi & Saatchi.

C'est la première campagne que Peugeot Motocycles réalise dans le cadre « nocturne » d'un Paris Secret. Le Lion magistral, tel l'ombre portée du nouveau Peugeot Metropolis sur les façades parisiennes, s'élance librement dans la ville. Ce contexte nocturne permet également de sublimer les lignes et la signature lumineuse de ce nouveau modèle.

En lien avec sa promesse de marque « Reshape Your City Life », Peugeot Motocycles entend plus que jamais faire redécouvrir la vie urbaine, sous un angle moins habituel : de nuit, révélant toute la beauté de la ville, sans contraintes. C'est l'expérience que l'on vit à bord du nouveau Peugeot Metropolis connecté : des déplacements fluides, confortables, en sécurité où l'on domine le tarmac !

#### **Regardez :**

- Version française : <https://www.youtube.com/watch?v=uWF5rHLEUo>
- Version anglaise : [https://www.youtube.com/watch?v=L6ILX\\_WJwF4](https://www.youtube.com/watch?v=L6ILX_WJwF4)

La campagne sera lancée en France, en Allemagne et en Espagne à partir du 21 septembre prochain. Une campagne qui se déploie à 360° depuis la TV, le web, les réseaux sociaux et le réseau de distribution.

#### **A propos de Peugeot Motocycles**

Présente dans près de 70 pays à travers le monde et distribuée dans 3 000 points de vente, Peugeot Motocycles est détenue à 100 % par le groupe Mahindra afin de poursuivre sa croissance et de développer l'entreprise sur les marchés européens et internationaux dont l'Asie du Sud Est. L'utilisation de la marque Peugeot reste au cœur de la stratégie en termes de design et R&D. « Motion », « Emotion », mais aussi visionnaire et naturellement élégante, la marque Peugeot Motocycles, au-delà d'un savoir-faire français reconnu, représente un réel mode de vie urbain, transformé, réinventé pour profiter au mieux de tout ce que la ville a à offrir. Chaque produit de la gamme reflète la personnalité de ses conducteurs, et les accompagne pour vivre une vie urbaine simplifiée dans ses déplacements et ainsi plus intense.

#### **A propos de Saatchi&Saatchi**

Chez Saatchi & Saatchi, nous essayons chaque jour de donner vie à notre devise: «Nothing is Impossible». Cet état d'esprit rythme l'agence au quotidien et encourage Saatchi & Saatchi à se réinventer continuellement pour anticiper l'avenir. Nous nous sommes ainsi enrichis d'expertises nouvelles pour évoluer vers une offre unique, incorporant toutes les compétences nécessaires à une créativité personnalisée pour tous : la créativité de précision.

## **Contact presse**

---

### **Responsable de la Communication France Publicis groupe**

Héloïse Mathon

[Heloise.mathon@publicis.fr](mailto:Heloise.mathon@publicis.fr)

### **Peugeot Motocycles France**

Nathalie Boissard

06 67 10 02 96

[nathalie.boissard@peugeotmotocycles.com](mailto:nathalie.boissard@peugeotmotocycles.com)

### **Agence Prad's Com**

Mia Pradeau

06 58 82 94 60

[mia@pradscm.com](mailto:mia@pradscm.com)

## **Fiche Technique**

---

### **Peugeot Motocycles - Responsable annonceur**

Candice Robert, Directrice Marque et Communications

Claire Aubertin, Responsable Marque et Lancement Produits

Caroline Breton, Responsable Publicité

Alexandre Nicolai, Responsable Digital

### **Saatchi & Saatchi**

Directeur de création : Pierre Viallaneix

Directeurs artistiques : Laëtitia Chrétien, Bruno Maillard & Jérémy Tran

Concepteurs rédacteurs : Jean-François Le-Marec & Vincent Girardeau

Responsables Agence : Olivier Desprès, Sylvine Chhith, Adèle Salomon

Planning stratégique : Olivier Bailloux

### **Production**

Réalisateur : Hadrien Picard

Maison de production : Prodigious

Producteur : Thierry Delasalle

Directeur de production : Paul Frey

Post-production (Prodigious) : Lalia Legan

Production son (Prodigious) : Valérie Chelle

1ère date antenne : 21 septembre 2020 (France)