

Paris, le 13 avril 2017

SALON DE SHANGHAI 2017 : L'OFFENSIVE SUV DE CITROËN

A l'occasion du Salon de Shanghai 2017 qui ouvrira ses portes au public le 21 avril, Citroën concrétise son offensive mondiale en 2017 sur le territoire des SUV en exposant deux nouveaux modèles. Dévoilé en Première Mondiale, le nouveau C5 Aircross, bientôt commercialisé en Chine, est présenté aux côtés du concept car C-Aircross, qui annonce le SUV compact C3 Aircross lancé prochainement en Europe. Ces deux modèles ouvrent la voie de SUV « nouvelle génération », par leur attitude et leur confort à bord. Ce salon est également l'occasion pour la Marque de s'exprimer sur le segment des berlines, toujours majeur en Chine. Ainsi, la nouvelle C5, produite et commercialisée en Chine, évolue en design et en technologie au service du bien-être. Présenté à Paris à l'automne 2016, le concept CXPÉRIENCE s'exposera pour la première fois en Chine. Bousculant les codes du haut de gamme, ce concept porte toutes les composantes du programme Citroën Advanced Comfort® et annonce les futures grandes berlines Citroën.

Le marché chinois représente un enjeu majeur pour Citroën avec près de 250 000 ventes réalisées en 2016, soit environ une vente sur cinq dans le monde. Dongfeng Citroën enrichit son offre et présente en Première Mondiale le nouveau SUV C5 Aircross qui sera commercialisé en Chine au second semestre 2017 puis industrialisé et commercialisé en Europe fin 2018. A ses côtés, C-Aircross Concept préfigure le futur SUV compact de Citroën dont la version de série, C3 Aircross, sera commercialisée en Europe avant la fin de l'année 2017. Ces deux modèles viendront épauler C3-XR, SUV au caractère affirmé, 2^{ème} modèle le plus vendu par Dongfeng Citroën en 2016 avec près de 150 000 ventes depuis son lancement en 2015, permettant ainsi à la Marque de profiter de la croissance du marché des SUV en Chine.

Dongfeng Citroën s'appuie également sur une offre complète sur le segment des berlines avec notamment la C-Elysée, récemment remodelée et écoulee à plus de 300 000 exemplaires depuis son lancement, ou encore la nouvelle C6, lancée fin 2016. Citroën renforce encore sa position sur ce segment avec le renouvellement de la C5 Chine, berline moderne et statutaire, référence en termes de confort et présentée pour la première fois sur le stand.

A Shanghai, Citroën donne l'impulsion de son offensive SUV, sur un stand à l'image de la transformation de la Marque, évoquant un véritable espace de vie, tourné vers les visiteurs et leur bien-être. Le salon est l'occasion pour Citroën de lancer sa campagne de Marque « Citroën Inspired by You », venant appuyer la première place du réseau Citroën à l'enquête J.D. Power 2016 sur la qualité de service et la satisfaction client.

01. L'OFFENSIVE DE CITROËN SUR LE SEGMENT DES SUV

⇒ PREMIÈRE MONDIALE : C5 AIRCROSS

Directement inspiré du concept car Aircross présenté en 2015, le nouveau C5 Aircross associe un design affirmé à un espace intérieur tourné vers le bien-être de tous ses passagers : un SUV « People Minded », inspiré par l'humain. Le nouveau C5 Aircross impose naturellement sa différence : une attitude unique, pleine d'énergie et d'assurance. Offrant un espace intérieur généreux à toutes les places, il bénéficie du meilleur de la technologie au service d'une conduite plus facile, et d'une approche moderne et globale du confort.

C5 Aircross marque une étape majeure dans le programme Citroën Advanced Comfort® avec l'introduction en Première Mondiale de la suspension dotée des « Progressive Hydraulic Cushions™ » (Butées Hydrauliques Progressives), offrant un toucher de route unique, propre à la marque Citroën. Cette technologie sera illustrée sur le stand avec un démonstrateur qui met en exergue la façon dont cette suspension filtre toutes les déformations de la chaussée. Commercialisé au second semestre 2017 en Chine, puis fin 2018 en Europe, le nouveau C5 Aircross lance l'offensive mondiale de Citroën dans l'univers des SUV.

Le nouveau C5 Aircross sera dévoilé à Shanghai le mardi 18 avril à 10h30 (heure française).

⇒ PREMIÈRE EN CHINE : C-AIRCROSS CONCEPT

Dévoilé au salon de Genève, C-Aircross Concept préfigure le futur SUV compact à vocation internationale qui sera commercialisé en Europe fin 2017 sous l'appellation C3 Aircross. C-Aircross Concept marque sa différence dans l'univers des SUV par son attitude pleine de force, d'originalité et de fraîcheur. Il présente une morphologie unique et un juste équilibre entre protection et fluidité des lignes. Sa silhouette moderne offre des modelés généreux, ponctués par des éléments graphiques forts et colorés. Elle suggère également un habitacle spacieux où le traité des couleurs et matières crée une ambiance à la fois technique et détendue dans un style très épuré.

Ce concept car adopte les principes du programme Citroën Advanced Comfort®. Les portes antagonistes s'ouvrent sur un habitacle aéré, qui invite à l'aventure en toute sérénité. Le concept car bénéficie de larges sièges à effet matelassé, et d'une luminosité exceptionnelle grâce à son toit ouvrant vitré panoramique. Un intérieur où la technologie se met au service de la fluidité d'usage, avec par exemple : l'affichage tête-haute couleur sur une lame esthétique dans la continuité du combiné, le volant mono branche à commandes intuitives, la rétrovision par caméra ou la recharge des smartphones par induction.

⇒ C3-XR : VÉRITABLE SUCCÈS EN CHINE

SUV au design immédiatement identifiable, le C3-XR inspire robustesse, élégance et dynamisme. Élément distinctif de Citroën, le confort à bord se traduit par une habitabilité de référence, un poste de conduite spacieux et accueillant, et un confort de suspension digne des meilleures berlines. Il bénéficie également des dernières innovations pour plus de facilité d'usage grâce à ses équipements technologiques (accès et démarrage mains libres, caméra de recul, Grip Control...) et à sa connectivité via les services télématiques Citroën.

02. LE RENFORCEMENT DE CITROËN SUR LE SEGMENT DES BERLINES

⇒ PREMIÈRE MONDIALE : NOUVELLE C5

Citroën présente sa nouvelle C5, berline moderne et expressive conçue pour les clients chinois les plus exigeants. Elle s'appuie sur un style élégant et statuaire, à l'extérieur comme à l'intérieur, en mettant l'accent sur la modernité et le confort. Elle reprend et renforce les atouts de la précédente C5.

Sa nouvelle face avant expressive et moderne est typiquement Citroën, avec des projecteurs sur deux niveaux incluant des feux diurnes à LED. Soulignés de chrome, ils élargissent la face avant tout en mettant en scène les chevrons. Ce regard expressif et moderne fait appel à la technologie Full-LED. A l'arrière, les nouveaux feux Matrix LED tout en largeur captivent le regard et assoient la voiture avec 4 modules de chaque côté, pour une signature lumineuse originale et immédiatement reconnaissable.

L'habitacle reflète bien la modernité de l'extérieur, avec un saut important en termes de qualité perçue et de technologie. La planche de bord intègre notamment un combiné numérique 12" TFT high tech configurable et un écran tactile HD 8" capacitif. Le thème de la largeur et de la transversalité, cher à Citroën et renforçant l'habitabilité et le confort, est ici traité par le style des aérateurs sur toute la largeur de la planche de bord, comme un fin bandeau enveloppant les occupants. La console centrale, large et haute, renforce encore cette impression de voyager à bord d'une berline statuaire. Le confort reste un des points forts de la C5, avec des sièges larges et accueillants, un confort de suspension royal et un niveau acoustique optimisé, pour le bien-être de tous les occupants. A cela s'ajoutent des aides à la conduite utiles et rassurantes, pour une expérience à bord en toute sérénité, avec notamment la surveillance d'angle mort, l'aide au maintien dans la voie, l'alerte de collision, la Vision 360°.

⇒ PREMIÈRE EN CHINE : CXPÉRIENCE CONCEPT

Avec sa silhouette distinctive, hors norme, CXPÉRIENCE Concept bouscule les codes et donne des indices sur le futur de Citroën en matière de grandes berlines. Avec sa silhouette bicorps à la posture bondissante, un sentiment de dynamisme se dégage : ses formes sont fluides, harmonieuses, ses porte-à-faux courts et son empattement long soulignent l'habitabilité. Sa signature lumineuse technologique est immédiatement identifiable, à l'avant comme à l'arrière, et l'aérodynamisme de sa silhouette est renforcé par la présence d'entrées d'air pilotées et d'un becquet mobile. Autre élément stylistique caractéristique qui participe à la personnalité unique du concept CXPÉRIENCE, ses portes antagonistes, dont la forme autoclave qui remonte sur le haut du pavillon et l'ouverture perpendiculaire à 90° dans l'axe de la jante facilitent l'accès à bord. Elles offrent une vue imprenable sur un habitacle à la fois spacieux et haut de gamme. Une véritable mise en scène du confort, qui se traduit comme une invitation au voyage.

L'habitacle de CXPÉRIENCE Concept, inspiré de l'univers de l'architecture, de la décoration et de l'ameublement, a été dessiné dans un esprit contemporain très épuré. Il présente des matériaux haut de gamme avec une teinte jaune agrume tonifiante synonyme d'optimisme et de fraîcheur. Les sièges généreux et accueillants offrent un moelleux et un maintien uniques. L'écran panoramique de 19" au format 16/3 constitue la pièce maîtresse à bord. En véritable centre de commandes de la voiture, il permet de dégager la planche de bord des commandes superflues et renforce l'impression de largeur et d'espace qui règne à bord.

03. UN STAND À L'IMAGE DE LA TRANSFORMATION DE LA MARQUE

⇒ UN STAND QUI PRÉFIGURE LA RESTRUCTURATION DU RÉSEAU

Citroën se transforme, et cette transformation est globale, avec une stratégie d'expérience de Marque à 360° qui met le client au cœur de son dispositif et qui englobe tout l'écosystème de la Marque : produits, points de vente, services. Cette volonté de proposer un rapport à l'automobile différent, plus simple et convivial, se retrouve sur le stand d'une surface de près de 850 m², réinterprétant les valeurs d'optimisme et de bien-être avec des matières douces et chaleureuses, afin d'offrir au public une expérience relaxante et haute en couleur.

La Maison Citroën, à l'entrée du stand, préfigure les nouveaux concepts de points de vente et met en scène comme dans un salon les choix de couleurs et matières disponibles sur les modèles de la gamme. Citroën, plébiscitée pour ses services, a été classée première à l'enquête J.D. Power 2016 sur la qualité de service et la satisfaction client, devenant la seule marque automobile généraliste à rester dans le top 3 de ces deux classements quatre ans de

suite. Pour gagner davantage encore en attractivité, c'est l'ensemble du réseau qui va se restructurer dans l'esprit de la Maison Citroën.

⇒ **LANCEMENT DE LA CAMPAGNE DE MARQUE « CITROËN INSPIRED BY YOU »**

Citroën, au cœur du marché, offre une identité unique, avec la promesse « Be Different, Feel Good ». Toute l'expérience de marque repose sur cette promesse : être proche des clients, en phase avec leur façon de vivre l'automobile, et leur proposer des solutions innovantes pour se sentir bien dans cet univers automobile. Revendiquant son caractère de « People Minded Brand », de marque tournée vers l'humain et à l'écoute des aspirations des clients, Citroën déploie sa campagne de Marque, « Citroën Inspired by You » diffusée fin 2016 en Europe. Lancée aujourd'hui en Chine, cette campagne publicitaire repose sur une étude menée localement sur les habitudes des automobilistes Chinois dans leur voiture, avec à la clé des anecdotes et des informations étonnantes. « Citroën Inspired by You » sera la thématique forte de l'année 2017 pour souligner la volonté de la Marque de mettre le client au cœur de sa stratégie.

Rendez-vous sur le stand Dongfeng Citroën les 19 et 20 avril (journées presse) et du 21 au 28 avril (journées public).

Retrouvez l'ensemble de vos contacts presse Citroën sur <http://int-media.citroen.com/fr/contacts-list>

La Marque Citroën

Marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste, Citroën cultive audace et créativité depuis 1919. Différentes par leur design, génératrices de bien-être par leur confort et leurs technologies, les Citroën font souffler un vent de fraîcheur dans le paysage automobile, à l'image du C4 Cactus ou de la Nouvelle C3. Véritable *'people minded brand'* inscrite dans l'air du temps, Citroën se distingue aussi au travers d'une expérience client unique, notamment avec son site d'avis en ligne Citroën Advisor ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile, Earn&Drive, etc.). Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans près de 80 pays et plus d'1,1 million de véhicules vendus en 2016. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2016, un 3^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.