

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 20 avril 2017

## CITROËN ET LE COQ SPORTIF : RENCONTRE CREATIVE POUR LES 70 ANS DU TYPE H

A l'occasion du salon de Birmingham qui ouvre ses portes le 25 avril, Citroën présente le résultat d'une belle rencontre avec une autre marque française créative et audacieuse : le coq sportif. Pour célébrer les 70 ans du fourgon Type H, les 2 marques se sont associées pour personnaliser un authentique Type H et un Nouveau Jumpy aux couleurs du coq sportif. Une rencontre naturelle pour 2 marques françaises qui mettent en avant la qualité de produits modernes et techniques, et revendiquent un côté populaire au sens noble du terme, c'est-à-dire proche des gens et inspiré par leur quotidien. Les 2 marques ont eu à cœur de célébrer le Type H, modèle emblématique, et de l'associer à son digne successeur, reconnu pour son style, son confort et sa praticité : le Citroën Jumpy. Ces 2 exemplaires uniques, symbolisant des ateliers mobiles pour vélos, accompagneront les événements de la marque le coq sportif tout au long de l'année.

### 01. UNE RENCONTRE PLEINE DE SENS ENTRE 2 MARQUES FRANÇAISES ICONIQUES

A l'occasion du salon de Birmingham, Citroën présente en Première Mondiale 2 showcars, sur la base d'un Type H et d'un Nouveau Jumpy, qui forment un trait d'union entre 70 ans d'histoire et illustrent la force de Citroën sur le segment des véhicules utilitaires légers. Ces 2 concepts pleins de caractère ont fait l'objet d'un important travail de personnalisation extérieur et intérieur pour porter haut les couleurs de la marque le coq sportif. Ils représentent une vision design d'ateliers mobiles pour vélos et symbolisent l'union de l'esthétique et de la fonctionnalité :

- le Type H sur un registre authentique emprunt de nostalgie, avec des matériaux chaleureux ;
- le Jumpy dans un esprit résolument moderne et épuré autour du blanc et de la simplicité.

Les 2 showcars jouent le contraste entre un blanc lumineux et des rectangles de couleur bleu et rouge travaillés en color-blocks. Du bleu, du blanc, du rouge, qui illustrent une belle rencontre entre 2 marques françaises iconiques, attachées à la défense d'un savoir-faire porté par la création, l'innovation, et la qualité de produits modernes et distinctifs. Cette association est portée par le partage de valeurs communes. C'est également un clin d'œil plein de sens au regard de la présence d'un Type H dans la flotte de communication du coq sportif.

Il y a 5 ans, lors de son retour sur les routes de France dans la caravane du plus grand événement cycliste le coq sportif exploitait un Citroën type H. Un véhicule emblématique qui par son look et son histoire a marqué l'imaginaire commun, et ravit les petits et grands en allant à la rencontre du public. Ce sont cette proximité et cette convivialité avec les gens, particulièrement importantes au travers du cyclisme, qui guident chaque engagement du coq sportif. Une Marque qui revendique son caractère populaire au sens noble du terme, c'est-à-dire proche des gens et à l'écoute de leurs modes de vie, pour vivre le sport avec élégance et décontraction au travers de produits de qualité, confortables et différenciants de par leur style.

Ces mêmes valeurs sont totalement partagées par la Marque Citroën et illustrées par la campagne de Marque « Citroën Inspired By You ». Citroën s'est depuis toujours intéressée à la relation qu'entretiennent les gens avec leurs voitures. L'ADN de Citroën est marqué d'un attachement à l'humain jamais démenti tout au long de son histoire. Les voitures de la Marque, toujours connectées à leur époque, sont des réponses aux usages de tous ceux qui vivent l'automobile. Pour Citroën il est important d'être une marque populaire au cœur du marché, s'adressant au plus grand nombre, en marquant sa différence par son identité unique, sa modernité, son style et son confort. Une philosophie partagée par le coq sportif dans son domaine.

## 02. DEUX ATELIERS MOBILES AUX COULEURS FRANCAISES

Le Type H et le Jumpy ont été transformés en ateliers mobiles légers permettant d'assurer l'entretien de vélos. Ils pourront également se transformer en atelier de flockage pour maillots selon les opérations. Un clin d'œil malicieux pour 2 showcars à la fois design et fonctionnels. Leur développement a été réalisé en mutualisant les énergies créatives et l'expertise du centre de style Citroën et du bureau de style du coq sportif. Ils portent haut les couleurs du coq sportif en reprenant le nom de la marque et du logo en noir de chaque côté.

Les 2 showcars partagent à l'extérieur le même état d'esprit. Ils sont habillés d'un blanc lumineux qui recouvre l'ensemble des pièces de carrosserie mais aussi les jantes ou la galerie de toit capable de transporter 2 vélos (sur Jumpy uniquement).-Ce blanc plein d'élégance est animé par des rectangles de couleur bleu et rouge répartis de manière déstructurée sur l'ensemble de la carrosserie à la façon de color-blocks. Ce jeu de couleurs donne de la fraîcheur et du dynamisme à ces 2 showcars qui revendiquent leur caractère « arty » et s'inspirent d'un thème « Mondrian ». Cette association du bleu, blanc et rouge permet également de signer cette rencontre entre 2 marques françaises qui mettent en commun leur attachement à un savoir-faire et une élégance à la française, joyeuse et décomplexée.



Cette rencontre est signée d'un « Citroën X le coq sportif » située au niveau des portières pour Jumpy et à l'avant pour Type H. De même, un logo « 70<sup>ème</sup> anniversaire » apparaît sur les portières de Jumpy et le pare-brise de TYPE H.

A l'intérieur les 2 showcars jouent sur un état d'esprit différent :

- le Type H joue la carte de l'authenticité et de la nostalgie. Son ambiance, chaleureuse et simple, favorise la convivialité et le confort avec une ébénisterie en bois clair utilisant différentes essences comme le « batipin » qui habillent l'atelier et son mur d'outils. Ses assises dans la cabine avant sont en cuir naturel de couleur chocolat pour donner encore plus de cachet à l'intérieur et jouer sur des matériaux naturels ;
- le nouveau Jumpy joue sur un registre moderne et très épuré. Il s'appuie sur des ébénisteries noires qui viennent en contraste avec des assises gainées de cuir blanc. Ces dernières sont rehaussées de surpiques tricolores bleu, blanc et rouge.

Ces 2 modèles sont présentés dans une vidéo réalisée sur le vélodrome du CREPS de Bourges, le vélodrome Raymond Poulidor de Bonnac-la-Cote ainsi que dans l'usine du coq sportif de Romilly-Sur-Seine. Un site symbolique, berceau historique du coq sportif il y a plus de 130 ans, que la marque a choisi de réinvestir en 2010. Des lieux qui mettent en avant l'audace architecturale et le savoir-faire à la française et plongent ces showcars dans une atmosphère singulière à découvrir sur le lien ci-dessous :

<https://youtu.be/eFUZhZuy4bc>

Présentés en Première Mondiale sur le stand Citroën lors du salon de Birmingham, ces 2 showcars accompagneront le coq sportif au cours de ses différents événements de communication, que ce soit lors d'événements liés au cyclisme ou au cours d'inaugurations de points de ventes, ou encore pour la livraison de corners le coq sportif. Des moments conviviaux et originaux qui seront repris par les réseaux sociaux avec les hashtags #CitroënJumpy #LeCoqSportif

## Ce qu'il faut retenir du Type H

Année de présentation : 1947

Année de lancement : 1948 à 1981

Nombres d'exemplaires fabriqués : 473.289

Longueur : 4,28m

Type : fourgon

Nombre de portes : 4

Nombre de places : 2

Innovation : 1er fourgon de grande série à Traction avant

Moteur : 1911 cm<sup>3</sup>, 52 CV à 4000tr/min, 101km/h max

## Ce qu'il faut retenir du Nouveau Jumpy

- une architecture adaptée à tous les besoins avec jusqu'à 6,6m<sup>3</sup> de volume utile, 1400 kg de charge utile et 2500 kg de masse remorquable.
- 3 longueurs disponibles dont une version inédite XS de seulement 4,60 m à la fois compacte et pratique
- une hauteur limitée à 1,90 m pour accéder aux parkings
- Best-in-class en matière de consommation de carburant grâce à sa nouvelle plateforme (adaptée de l'EMP2) et ses motorisations BlueHDi,
- une modularité inédite sur le segment avec le Moduwork
- des portes latérales coulissantes mains libres
- un confort de roulage de référence
- des technologies qui facilitent la vie (Top Rear Vision, affichage tête haute couleur, CITROËN Connect Nav)
- des technologies au service de la sécurité (régulateur de vitesse adaptatif, reconnaissance des panneaux de vitesse et recommandation, alerte Attention Conducteur et Active Safety Brake) ;
- de nombreuses possibilités de transformations carrossier pour répondre aux besoins de tous les corps de métier, comme notamment, une transformation 4x4 conçue et réalisée par le spécialiste Automobiles Dangel.

### 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 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 3ème titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.

### La Marque Le Coq Sportif

#### LA MARQUE DU SPORT FRANÇAIS

Le coq sportif est né il y a 130 ans, en 1882, à Romilly-sur-Seine, près de Troyes, capitale de la bonneterie en France. Sa raison d'être, depuis le premier jour, est de fournir des produits de sport de haute qualité pour les équipes et les athlètes individuels. Aujourd'hui 90% des matières premières textiles de la marque proviennent de l'industrie française, de Troyes, où sont réalisés le tricotage et la teinture, proposant ainsi aux consommateurs des produits de qualité.

Les cinq victoires de Bernard Hinault sur Le Tour de France, la consécration de Yannick Noah à Roland Garros en 1983 ou celle de l'équipe d'Argentine menée par Diego Maradona lors de la Coupe du Monde 1986, qui suivait le succès italien en 1982, sont autant de grands moments qui ont ancré la marque dans le sport durablement.

Le coq sportif équipe des athlètes dans ses sports historiques : la marque tricolore fournit les maillots haute performance des leaders du Tour de France et, depuis janvier 2014, le joueur de tennis français Richard Gasquet. En 2015, le coq sportif est également de



retour dans le tennis féminin et sur les terrains de football, avec l'AS Saint-Etienne en France et l'ACF Fiorentina en Italie. En 2016, la marque annonce également son retour dans le rugby, sport dans lequel elle a connu de beaux succès.

En 2010, de retour à Romilly-sur-Seine, le coq sportif a réouvert un atelier de production textile. Véritable cabinet de tendances pour la marque, les produits sont imaginés et développés au plus proche des traditions de l'artisanat aubois, alliant précision, expertise et modernité. Le coq sportif propose ainsi des collections élégantes au design innovant. Les matières de qualité, les coupes travaillées et les couleurs minutieusement choisies subliment les produits.

Aujourd'hui le coq sportif compte 4 filiales France, Espagne / Portugal, Grande Bretagne, Italie. La marque est présente dans plus de 66 pays et compte 82 magasins en nom propre dont 20 en France.

[lecoqsportif.com](http://lecoqsportif.com)