

Rueil-Malmaison, le 6 mars 2018

CITROËN C3, C'EST 300 000 VENTES !

Comme annoncé aujourd'hui par Linda Jackson, Directrice Générale de Citroën, en conférence de presse au Salon automobile de Genève, la troisième génération de C3 atteint déjà **300 000 ventes** moins de **18 mois** après son lancement. Une performance remarquable qui souligne le succès de l'offensive produit de Citroën.



Lancée il y a moins d'un an et demi, en novembre 2016, Nouvelle C3 totalise déjà **300 000 ventes**.

Le succès de cette 3^{ème} génération de la citadine polyvalente de la Marque a permis aux **commandes de C3 de bondir de 46% en Europe** en 2017 par rapport à 2016 (vs C3 III + C3 II).

Best-seller de la gamme Citroën, Nouvelle Citroën C3 est, par là même, la première contributrice de l'offensive commerciale de la Marque. Ainsi, en 2017, première année pleine de commercialisation de Nouvelle C3, Citroën a réalisé un volume de ventes record en Europe depuis 6 ans, enregistrant une croissance d'immatriculations deux fois supérieure à celle du marché européen (VP+VUL).

Outre la performance en volumes, le succès de Nouvelle C3 se traduit au travers d'un véritable pouvoir de séduction, comme le soulignent ses mix de ventes riches, symboles d'un achat 'coup de cœur' :

- près de **45% des commandes réalisées sur la version haut de gamme** (niveau 3 'Shine'),
- plus de **60% des ventes réalisées avec option bi-ton**,
- plus de **55% des ventes réalisées avec Airbump®**,
- près de **30% des ventes réalisées avec un intérieur coloré optionnel**.

Un pouvoir de séduction que la Marque continue de renforcer, avec notamment la série limitée **Citroën C3 'ELLE'** et une **nouvelle campagne TV**, qui proposera de nouveaux épisodes dans les semaines à venir...



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 de Nouvelle C3 ou de Nouveau SUV Compact C3 Aircross. Marque populaire au sens noble, Citroën fait des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit incarné par sa signature 'Inspired by You' et porté par son expérience client unique, notamment avec son concept de city store 'La Maison Citroën', son site d'avis en ligne 'Citroën Advisor' ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile et Earn&Drive). Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans près de 80 pays et 1,1 million de véhicules vendus en 2017. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et 3 titres consécutifs de champion du monde des constructeurs en WTCC.