

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 15 février 2016

Citroën E-MEHARI s'expose dans la #galeriEmehari

Quelques jours après la fashion week de Paris, Citroën a choisi un angle très arty pour exposer les différentes personnalités de son nouvel électron libre 100% électrique, frais et coloré. Ainsi quatre Citroën E-MEHARI ont été mises en scène dans un lieu parisien transformé en « Galerie E-MEHARI ». Carte blanche a été donnée à plus de 25 e-influenceurs pour s'approprier l'un des univers proposés et le partager sur la toile. Une façon originale d'exploiter l'esprit tendance de la E-MEHARI et d'en dévoiler un peu plus auprès d'un public ciblé. A quelques jours de la présentation de la E-MEHARI au salon de Genève, le résultat, haut en couleur, est à découvrir sur [#galeriEmehari](#).



Début février, l'Espace Commines, situé dans le troisième arrondissement de Paris s'est transformé en une « Galerie » aux couleurs de Citroën et de sa E-MEHARI. C'est dans ce lieu atypique, ancien entrepôt industriel construit à la fin du 19e siècle, que la Marque a choisi avec l'agence l'ECURIE de mettre en scène son nouveau modèle décalé et décomplexé! Clin d'œil facétieux à une icône, la Méhari de 1968, la E-MEHARI est plus que cela : un cabriolet 4 places optimiste et tendance, 100% électrique, avec un style moderne et fun.

Dans ce lieu privé rebaptisé « **#GaleriEmehari** », quatre E-MEHARI aux quatre couleurs de la gamme ont été présentées dans quatre boîtes aux décors originaux illustrant chacune un état d'esprit différent. Chaque E-MEHARI, expressive et colorée, disposait ainsi de son propre univers, et de son ambiance spécifique: un Grand Bleu qui invite à l'évasion, un Orange Mécanique très électro, un jaune Yellow Submarine vivifiant et un Beige de Jour élégant ... de jour comme de nuit.

Les quatre teintes de carrosserie en plastique thermoformée teinté dans la masse, résistant à la corrosion et aux petits chocs, peuvent être associées selon les cas à deux couleurs de toile de toit (noire et orange) et deux garnissages intérieurs (un beige et un orange, dont l'imprimé en partie centrale est inspiré de l'univers des sports nautiques). Elaborés en TEP, ces garnissages sont complètement imperméables.

En œuvres d'art éphémères, ces quatre « Color Box » aux scénographies monochromes thématiques ont été mises à la disposition de plus de 25 influenceurs. Amateurs d'audace et de créativité, et toujours à l'affût des dernières tendances en matière de design, ils se sont prêtés au jeu des flashes aux côtés de E-MEHARI. Ce moment a donné lieu à une série de photos et de publications associées au hashtag [#galeriEmehari](#). Une autre façon de parler d'automobile et d'aller à la



rencontre d'un public différent. Un moyen original pour illustrer l'esprit de la E-MEHARI, totalement en phase avec les valeurs de design, de fraîcheur et d'optimisme de Citroën!

La Marque CITROËN

CITROËN est une marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste. Génératrice d'optimisme depuis 1919, la Marque se distingue par sa créativité et son audace. Des valeurs qu'elle met au service du bien-être de ses clients, en apportant des réponses nouvelles aux questions de chaque époque. Aujourd'hui, CITROËN se réinvente avec des modèles qui concentrent leur valeur sur le design, le confort et l'intelligence technologique, mais aussi avec une expérience client fluide et transparente, à l'image de son site d'avis en ligne CITROËN ADVISOR. CITROËN, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans plus de 90 pays et près d'1,2 million de véhicules vendus en 2015. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2015, un 2^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.