

Poissy, le 29 septembre 2022, **SOUS EMBARGO JUSQU'AU 29/09 13h00 (heure de Paris)**

CITROËN OLI [all-ë] : UNE APPROCHE RADICALE, RESPONSABLE ET OPTIMISTE QUI ENGAGE UNE DÉMARCHE AUDACIEUSE POUR L'AVENIR DE LA MARQUE

INSPIRATION

- Citroën oli [all-ë] est un manifeste qui prend la forme d'un concept surprenant fourmillant d'idées intelligentes pour bousculer le status quo. Une feuille de route pour une mobilité électrique, optimiste et fonctionnelle, afin d'améliorer le quotidien de tous dans un avenir proche.
- Citroën oli prend le contrepied des tendances actuelles de l'industrie automobile proposant un transport familial électrique toujours plus lourd, plus complexe et plus coûteux et cherche à répondre aux défis sociétaux et de mobilité de demain.
- Une conception à l'image des innovations d'AMI afin de proposer une mobilité accessible, responsable et extrêmement polyvalente.

AMBITION

- L'objectif de Citroën oli est d'obtenir la meilleure maîtrise du cycle de vie en réduisant le poids et la complexité, en utilisant des matériaux recyclés et recyclables, pour une meilleure longévité, fiabilité et accessibilité.
- Optimiste, Citroën oli est un laboratoire d'idée sur roues, un manifeste à multiples facettes débordant d'idées intelligentes et réalistes pour demain.
- Un poids cible de 1 000 kg pour une autonomie de 400 km, une consommation de 10 kWh aux 100 km grâce à une vitesse limitée à 110 km/h pour une efficacité maximale et une capacité de recharge de 20 à 80 % en seulement 23 minutes.
- Inspirée par Citroën oli, la Marque déploie une nouvelle approche de la propriété, des services et des expériences pour les clients de véhicules électriques.

INGENIOSITE

- Bien plus qu'une voiture, le compagnon de votre quotidien, aussi utile lorsque vous le conduisez ou pas.
- Un appareil électrique doté d'une capacité et d'une puissance intelligentes permettant de rebasculer l'électricité vers le réseau, la maison ou un accessoire (V2G et V2L) pour vivre et conduire.
- Une silhouette peu conventionnelle à l'esthétique franche alliant fonctionnalité, efficacité et durabilité.
- Une forte personnalité et une approche intelligente inspirée du design industriel pour une modularité multi-activités.
- Efficente, avec les portières avant, pare-chocs et éléments de protection identiques et l'utilisation de matériaux allégés.

- Des panneaux de capot, de toit et de plancher de coffre plats, fabriqués en carton alvéolaire recyclé et extrêmement résistants, sur lesquels on peut se tenir debout.
- Des roues hybrides inédites en acier/aluminium chaussées de pneus durables et intelligents Eagle GO créés en collaboration avec Goodyear.
- Un intérieur spacieux et lumineux, un tableau de bord innovant accueillant le smartphone du conducteur et projetant les informations sur toute la largeur de la planche de bord.
- Des sièges à dossier en « maille », un plancher lavable et des matériaux recyclables légers.
- Cycle de vie : imaginé pour être remis à neuf, amélioré et réparé avec des pièces recyclées afin de favoriser sa durabilité, longévité et vies multiples.

MISSION

- Oli Incarne parfaitement la mission de Citroën : fournir une solution de mobilité électrique simple, accessible et intelligente afin d'améliorer la vie quotidienne des gens avec l'impact le plus faible possible sur notre environnement.
- Oli inspirera des idées, des éléments de design et des innovations qui seront déployés sur les futurs modèles de la gamme Citroën.
- Oli inaugure la nouvelle interprétation du logo aux chevrons caractéristique de Citroën, qui définit la nouvelle identité de Marque et sera adoptée progressivement pour tous les nouveaux modèles.

1. INSPIRATION 2. AMBITION 3. INGENIOSITE 4. MISSION

Pour Citroën, imaginer un avenir où la mobilité personnelle est accessible à tous est une idée fixe. Le succès d'AMI est une illustration de la capacité de la Marque à donner une impulsion, remettre en question le status quo et imaginer un ambitieux concept-car : Citroën oli [all-ë].

Particulièrement innovante, AMI a prouvé que Citroën osait faire les choses différemment pour respecter son engagement de rendre accessible la mobilité électrique à tous. Succès sociétal et commercial, Ami a stimulé la créativité de la marque pour imaginer Citroën oli, un « laboratoire sur roues » qui prend le contre-pied de la tendance actuelle de l'industrie qui conduit à construire des véhicules électriques toujours plus lourds, plus complexes et plus coûteux.

« Nous avons appelé ce projet "oli » ["all-ë"] en clin d'œil à AMI, mais aussi parce qu'il incarne l'essence même de ce véhicule : il prouve une fois de plus que seule Citroën peut offrir à TOUS une mobilité électrique intelligente, de manière à la fois inattendue, responsable et valorisante », déclare Vincent Cobée, PDG de Citroën.

Oli est la feuille de route de Citroën : un manifeste audacieux aux multiples facettes qui fourmille d'idées intelligentes et pragmatiques sur la réduction du poids et de la complexité pour maximiser l'efficacité, la polyvalence et l'accessibilité. C'est une ligne directrice : la tendance au « plus » est remplacée par la démarche positive du « assez » : *« ce qui indique la quantité suffisante - autant qu'il faut ».* [Dictionnaire français Larousse]

Empreint de réalisme, un grand nombre des idées et innovations présentes sur oli se retrouveront dans les futurs véhicules électriques familiaux de Citroën.

Si, avec AMI, Citroën avait fait un pas en avant pour changer la micro-mobilité, oli est un bond des plus prometteurs concernant la mobilité familiale de demain. Loin d'un « palace sur roues », pesant 2 500 kg, rempli d'écrans et de gadgets, oli démontre qu'avec un nombre adapté de fonctionnalités, l'utilisation inventive de matériaux responsables et un processus de production durable, Citroën peut répondre au besoin d'une mobilité à la fois sans émission et peu coûteuse, attractive et répondant à tous les styles de vie.

Vincent Cobée explique pourquoi Citroën présente oli aujourd'hui : *« Nous sommes au cœur de trois conflits sociétaux : le premier porte sur la valeur et la dépendance à la mobilité, le second est lié aux contraintes économiques et à la pénurie des ressources, et le troisième correspond à notre désir croissant d'un avenir responsable et optimiste. Les consommateurs pressentent que l'ère de l'abondance est révolue, et que le renforcement des réglementations et la hausse des coûts risquent de limiter leur capacité à se déplacer librement. En parallèle, la prise de conscience croissante de la nécessité d'accélérer le changement pour limiter le réchauffement climatique les rend plus écologiquement responsables. »*

Au milieu des années 70, une voiture familiale pesait environ 800 kg, mesurait 3,7 m de long et 1,6 m de large. Aujourd'hui, ces véhicules pèsent plus de 1 200 kg, voire 2 500 kg, et mesurent au moins 4,3 m de long pour 1,8 m de large. Les exigences réglementaires et de sécurité ont en partie contribué à cette croissance, mais si cette tendance se poursuit, que les véhicules restent garés 95% du temps et que 80 % des trajets sont effectués avec un seul occupant, le conflit entre la nécessité de protéger la planète et la promesse future d'une mobilité durable et électrifiée ne sera pas facile à résoudre.

« Citroën pense que l'électrification ne doit pas être synonyme d'extorsion et qu'être écoresponsable ne doit pas être punitif en restreignant notre mobilité ou en rendant nos véhicules moins faciles à vivre. Nous devons inverser les tendances en proposant des véhicules plus légers, moins coûteux, et imaginer des solutions innovantes pour les remettre à niveau et les revendre à plusieurs clients successifs. Sinon, les familles n'auront plus de liberté de mobilité

lorsque les véhicules électriques deviendront la seule option à leur disposition. Citroën oli est la preuve que l'on peut s'attaquer à ces nouvelles contraintes en proposant une solution crédible et optimiste. »

1. INSPIRATION 2. AMBITION 3. INGENIOSITE 4. MISSION

Pour Laurence Hansen, Directrice Produit et Stratégie Citroën, et Laurent Barria, Directeur Marketing et Communication Citroën, Citroën oli [all-ë] incarne la mission de Citroën de démocratiser la mobilité électrique d'une manière, joyeuse optimiste et sereine.

Citroën pense qu'il est temps de dire « assez » à l'excès et à la dépense et de se concentrer sur la fabrication de véhicules astucieux, plus légers, moins complexes, vraiment abordables, à la fois inventifs et récréatifs.

Décalé et simple, AMI a déjà fait un grand pas dans cette direction. De même, les modèles de voitures électrifiées et électriques, comme l'ë-C4 et la nouvelle ë-C4-X, les véhicules utilitaires légers, tels que l'ë-Berlingo et l'ë-SpaceTourer, permettent déjà aux clients Citroën de bénéficier des avantages de la motorisation électrique et des valeurs de la marque telles que le confort et une forte personnalité.

Citroën oli dévoile avec audace la façon dont elle entend relever les défis de la mobilité familiale de demain en repensant chaque détail pour réduire les ressources et matériaux afin de proposer des véhicules au prix juste, faciles et conviviaux à l'usage, avec une autonomie appropriée et une polyvalence accrue.

« Oli est un outil de travail qui permet d'explorer des idées ingénieuses et pragmatiques pour une production future », explique Laurence Hansen. « Ces idées ne se concrétiseront peut-être pas toutes en même temps et pas dans la forme physique que vous voyez ici, mais les futures Citroën seront inspirées par cette innovation et créativité. »

OBJECTIF : LA MEILLEURE PERFORMANCE EN TERMES D'ANALYSE DU CYCLE DE VIE

Un développement qui répond au défi de la responsabilité et de la sobriété est au cœur du concept intelligent et multi-usage de Citroën oli. Il démontre explicitement comment il est possible d'obtenir la meilleure performance en termes d'analyse du cycle de vie (ACV) de sa catégorie, depuis la conception avec une utilisation optimale et limitée de matériaux légers et recyclés, jusqu'aux processus de production responsables, en passant par la durabilité pour une "durée d'utilisation" prolongée et une recyclabilité renforcée en fin de vie.

« Nous avons pour objectif de n'utiliser que la quantité de matériaux vraiment nécessaire. Nous nous sommes donc efforcés de mettre les bonnes ressources là où il le fallait et de limiter l'impact de leur utilisation », explique Laurence Hansen.

Lorsque le nombre de pièces et de composants est réduit intelligemment, que les matériaux les plus légers et les plus responsables sont utilisés et que la complexité est limitée au maximum, tout en augmentant la polyvalence et la fonctionnalité, le produit obtenu est beaucoup plus efficace, tout à fait abordable, moins complexe, et résolument audacieux dans son design et ses usages.

Citroën oli regorge de détails bien pensés. Par exemple, les sièges ont une structure très simple qui utilise 80 % de pièces en moins que pour des sièges traditionnels. Ils sont fabriqués à partir de matériaux recyclés et recyclables, et la conception astucieuse du dossier en « maille » permet de diffuser plus de lumière naturelle à l'intérieur du véhicule. Ils peuvent également être facilement renforcés ou personnalisés pour satisfaire les

préférences de chaque propriétaire. Tout le monde y gagne : les sièges sont responsables et durables, le poids du véhicule est réduit et le confort des occupants est amélioré grâce à une meilleure diffusion de la lumière dans l'habitacle en plus du confort d'assise.

« En définitive, c'est un choix de style de vie plus qu'un choix de véhicule. Vous pouvez choisir de payer pour bénéficier de fonctions dernier cri et de l'intelligence artificielle que vous n'utilisez que 2 % du temps en conduisant, ou vous pouvez vous demander quelle est la solution la plus responsable et quels sont vos réels besoins en la matière », assure Laurence Hansen. « Oli est une façon de dire "Assez ! Je veux quelque chose d'innovant, mais simple, abordable, responsable et durable." C'est tout cela et aussi une bonne dose de plaisir dans votre quotidien !»

PLUS LÉGER, PLUS LOIN, PLUS LONGTEMPS

Citroën oli démontre qu'en s'attaquant aux ennemis de l'autonomie et de l'efficacité des véhicules électriques à batterie, une voiture électrique peut aller plus loin, durer plus longtemps, être plus polyvalente et coûter moins cher à l'usage.

« C'est un cercle vicieux : pour augmenter l'autonomie, il faut une batterie plus grande. De même, l'ajout de nouvelles technologies nécessite plus de puissance, donc une batterie plus grande. Tout cela augmente le poids, la complexité et les coûts, et plus un véhicule est lourd, moins il est efficace », ajoute Laurence Hansen. « Oli met en lumière ce que l'on peut obtenir en adoptant une approche complètement différente. »

Bien qu'il paraisse imposant, oli n'est ni lourd ni encombrant : son poids cible d'environ 1 000 kg le rend bien plus léger que la plupart des SUV compacts comparables.

Par conséquent, son groupe motopropulseur entièrement électrique ne requiert qu'une batterie de 40 kWh pour une autonomie cible jusqu'à 400 km. En limitant la vitesse de pointe à 110 km/h pour maximiser l'efficacité, une excellente consommation de 10 kWh/100 km est tout à fait réaliste. De plus, la charge de 20 % à 80 % ne prend que 23 minutes.

PARTENAIRE POUR LA VIE

Citroën oli a été conçu pour maximiser longévité et durabilité, de sorte que, comme une maison, il puisse compter plusieurs propriétaires et allonger son cycle de vie active. L'objectif ambitieux d'obtenir la meilleure analyse de cycle de vie s'accompagne de la volonté de faciliter la réparation, la remise en état, la modernisation et la personnalisation afin de pouvoir le transmettre « comme neuf » à plusieurs propriétaires successifs, ou de le conserver au sein d'une même famille sur plusieurs générations.

En outre, oli a incité Citroën à réévaluer tous les services et expériences que la marque offre à ses clients de véhicules électriques tout au long de leur partenariat avec la marque, en particulier face à la hausse des prix et aux défis de la mobilité.

« Nous comprenons qu'un véhicule lourd et trop grand puisse devenir un fardeau plus qu'un plaisir, tant sur le plan économique qu'écologique. Et nous constatons que les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux problèmes de pollution et d'embouteillages, et qu'ils aspirent à être responsables dans leur choix de marques et de véhicules, » explique Laurent Barria. « C'est pourquoi, chez Citroën, en plus de nous concentrer sur la fabrication de véhicules fiables, nous avons à cœur de créer des partenariats durables avec nos clients à travers des services et expériences innovants conçus pour leur permettre de vivre comme ils l'entendent. »

La clé est d'étendre le bien-être que les clients Citroën ressentent déjà à l'intérieur de leur véhicule à tout ce qui les accompagne lors de leurs parcours avec la marque. C'est pourquoi Citroën dévoilera prochainement « **Citroën Citizen Services®** », un nouveau programme complet de services et d'expériences inspirés d'oli qui vise à renforcer le sentiment de « zénitude » que les propriétaires de Citroën électriques éprouveront lorsqu'ils accueilleront ces véhicules dans leur vie, au sein de leur famille.

1. INSPIRATION 2. AMBITION 3. INGENIOSITE 4. MISSION

Ingéniosité : tel a été le mot d'ordre pour les équipes du développement produit et du style de Citroën, qui devaient faire de Citroën oli [all-é] bien plus qu'une simple « voiture ».

UN VERITABLE COMPAGNON DE VIE

Oli est un véritable compagnon de vie, un concept utile au quotidien qui aide les gens à vivre pleinement leur vie, même lorsqu'ils ne sont pas en déplacement. C'est un sanctuaire à l'abri de la surabondance des nouvelles technologies, un membre de la famille à part entière, un objet permettant de se reconnecter de manière tangible à la nature et à l'écologie.

« Plus que la maison qu'ils habitent ou le véhicule qu'ils conduisent, les gens considèrent de plus en plus leur empreinte écologique comme l'expression authentique et positive de ce qu'ils sont et de leur mode de vie », déclare Anne Laliron, Directrice Produits Futurs et Solutions de Mobilité de Citroën. « Nous sommes convaincus que grâce à sa façon ingénieuse et vive de penser les choses différemment, Citroën oli sera le compagnon idéal afin qu'ils se simplifient la vie et en profitent, tout en réduisant notre impact sur les ressources de la planète. »

Citroën a plus d'une fois inspiré de nouveaux modes de vie grâce à ses véhicules. Alors qu'une nouvelle génération de clients fait preuve d'encore plus de créativité pour vivre avec l'étonnante AMI, l'esprit optimiste d'oli pourrait créer les mêmes effets.

LE PARTENAIRE D'UN QUOTIDIEN TOUT-ÉLECTRIQUE

Au-delà de sa fonction de mobilité zéro émission, oli peut favoriser un mode de vie tout-électrique.

En tant qu'« appareil électrique » utile, il peut s'intégrer naturellement et harmonieusement dans un écosystème électrique en créant un lien essentiel entre les panneaux solaires d'une maison (susceptibles de produire par intermittence un excédent d'énergie renvoyé au réseau), les besoins en électricité d'un consommateur en déplacement ou à la maison, (en cas de coupure de courant par exemple) et le réseau électrique.

Équipé du dispositif intelligent « Vehicle to Grid » (V2G), oli peut non seulement stocker l'énergie excédentaire produite par des panneaux solaires de la maison pour la redistribuer aux fournisseurs d'énergie, mais aussi aider à résoudre des problèmes d'alimentation en cas de pic de demande ou de panne sur le réseau.

De plus, grâce à son système « Vehicle to Load » (V2L), Citroën oli est la preuve qu'un véhicule peut servir de maison loin de chez soi, en vacances à la mer ou lors d'un week-end de camping en montagne. Avec sa batterie

de 40 kWh et sa prise de courant de 3,6 kW (l'équivalent d'une prise domestique de 230 V 16 A), oli peut théoriquement alimenter un appareil électrique de 3 000 W pendant environ 12 heures.

« C'est génial si vous revenez de vous baigner ou si vous avez été trempé par la pluie et que vous avez besoin de vous sécher les cheveux », explique Anne Laliron. « Il y a de l'électricité pour votre sèche-cheveux, et vous pouvez profiter d'une boisson fraîche ou chaude en branchant un mini-réfrigérateur ou une machine à café. Puis, à la nuit tombée, vous pouvez vous éclairer et brancher votre grill pour le dîner. Citroën Oli est un véritable compagnon du quotidien et de vos loisirs. »

Quel que soit l'usage que l'on puisse imaginer pour oli, en voyage ou à la maison, il reste pratique et facile d'utilisation grâce à ses fonctionnalités intelligentes.

LE DESIGN AU SERVICE DE LA FONCTIONNALITE

Doté d'une posture et d'une silhouette inhabituelles, Citroën oli s'affirme sans complexe en dégageant personnalité, productivité et positivité pour une empreinte similaire à celle d'un SUV compact de 4,20 m de long, 1,65 m de haut et 1,90 m de large.

Bousculant les codes traditionnels, il s'adapte à tous les besoins : voiture familiale, explorateur urbain, véhicule d'aventure ou compagnon de travail, il peut aussi se muer en extension de la maison familiale en alimentant les appareils quotidiens, en intervenant en cas de coupure de courant ou en servant de plateforme pour nettoyer les gouttières de la maison.

Pour Pierre Leclercq, directeur du design de Citroën, c'est un modèle de pureté et d'ingéniosité pour les familles qui souhaitent aller au-delà des stéréotypes et du statut social qu'affiche un véhicule. *« Citroën a cette pureté que d'autres marques n'ont pas. Il est beaucoup plus difficile de concevoir un objet pur, unique en soi, que de créer quelque chose d'ultra compliqué. Pensez à des véhicules iconiques, tels que le nouvel AMI ou la 2CV : grâce à leur pragmatisme, ces silhouettes, instantanément reconnaissables comme des Citroën, peuvent aussi vivre plus longtemps. »*

Avec oli, l'approche esthétique a été délibérément exagérée afin de renforcer la fonctionnalité et la polyvalence. Et comme AMI, oli n'a pas peur d'assumer son approche simple et intuitive. Il se distingue par l'utilisation ludique de touches de couleur, de matériaux de finition lumineux et de motifs vivants qui font la part belle à la personnalisation.

« Nous ne craignons pas de vous montrer comment le véhicule est assemblé, afin que vous puissiez voir les cadres, les vis et les charnières. Opter pour la pureté permet de concevoir différemment, de tout remettre en question », explique Pierre Leclercq. « Avec oli, nous avons adopté une approche moins orientée automobile, et c'est cette pureté et cette ingéniosité qui inspireront notre langage de design dans les années à venir. »

Avant de concevoir des véhicules, Pierre Leclercq a étudié le design industriel, ce qui explique aujourd'hui ses choix : *« En design industriel, on vous répète à l'envi : "Ne me dites pas que c'est beau, il faut que ce soit fonctionnel". Lorsque nous nous sommes lancés dans le projet Citroën oli, nous avons veillé à ce que la forme s'adapte à la fonction, comme pour les appareils ménagers ou les véhicules utilitaires. L'extérieur d'un véhicule repose sur son architecture intérieure. C'est extrêmement important : on ne peut pas faire un extérieur attirant sans comprendre l'expérience que l'on veut faire vivre à l'intérieur. »*

L'équipe a réfléchi à chacun des éléments d'oli en fonction des besoins de fonctionnalités multiples, de réduction du poids et de la complexité, de l'optimisation du nombre de pièces, et de l'intégration responsable de matériaux recyclés ou recyclables, partout où c'était possible.

Pierre Sabas, Responsable Design Avancé et Concept-Car de Citroën, déclare : « *Nous avons défini des objectifs ambitieux et c'est devenu un exercice de "design par process". Au lieu d'imaginer une forme et de trouver un moyen de la réaliser, l'idée était toujours de partir d'une fonctionnalité souhaitée, puis de tout simplifier et de trouver des matériaux intelligents et responsables afin de réduire le poids et le coût.* »

UNE PLATEFORME POLYVALENTE

Si le capot, le coffre et le toit d'une voiture traditionnelle semblent pouvoir faire office de plateforme pour l'élagage des arbres par exemple, en réalité, ils sont rarement assez solides pour pouvoir monter dessus. Ce n'est pas le cas de Citroën oli. En plus de lui conférer sa silhouette unique, son capot, son toit et sa benne de coffre plats ont été choisis à des fins de légèreté, haute résistance et durabilité maximale.

Créés en collaboration avec le partenaire BASF, ils ont été fabriqués à partir de carton ondulé recyclé formant une structure sandwich en nid d'abeille entre des panneaux de renfort en fibre de verre. Ils sont enduits de résine polyuréthane Elastoflex® recouverte d'une couche protectrice d'Elastocoat® résistante et texturée, souvent utilisée pour les parkings ou les rampes de chargement, et peints avec la peinture à l'eau innovante BASF R-M Agilis®.

Ces panneaux sont si rigides et solides qu'un adulte peut se tenir debout dessus, bien qu'ils soient 50 % plus légers que leur équivalent en acier. Leur polyvalence et leur durabilité ouvrent le champ des possibles aux propriétaires pour profiter tant de leur travail que de leurs loisirs.

Quelle que soit l'utilisation du toit, qui peut se faire échelle ou encore plateforme pour monter une tente, cela n'entraîne pas de poids, ni de coûts supplémentaires liés à des matériaux exotiques. Difficile de croire que des panneaux de 6 kg peuvent supporter le poids d'un adulte, tout en étant esthétiques et durables, mais c'est la réalité.

La polyvalence du chargement n'est pas non plus compromise, puisque des rails de chaque côté du panneau de toit permettent de fixer des accessoires, tels qu'un porte-vélos ou un coffre de toit pour les vacances en famille, tandis que sous le capot se trouvent des espaces de rangement parfaitement structurés, notamment des compartiments pour les câbles de chargement et les objets personnels ou une trousse de premiers secours.

QUAND L'HORIZONTALE RENCONTRE LA VERTICALE

La volonté de créer des surfaces planes au regard des objectifs en matière de ressources et de matériaux a permis à l'équipe d'expérimenter le contraste entre les éléments de design verticaux et horizontaux, par exemple dans les détails du verre et de l'éclairage.

« *Tous les éléments clés du design d'oli sont parfaitement horizontaux ou verticaux. C'est quelque chose que nous voulions expérimenter* », révèle Pierre Leclercq. « *L'approche classique impliquerait des lignes dynamiques, c'est pourquoi peu de constructeurs oseraient faire ce que nous avons réalisé. Nous recherchons l'honnêteté et l'efficacité dans le langage des formes.* »

Le pare-brise est vertical car c'est la manière d'avoir la plus courte distance entre le haut et le bas et donc d'utiliser la plus petite quantité de verre possible. Au-delà de la réduction du poids et de la complexité, plus le pare-brise est petit, moins il est coûteux à produire ou à remplacer, et plus il réduit l'exposition des occupants au soleil et donc le besoin de climatisation. Cela permettra de réduire la consommation de la batterie de 17%.

« Vous pourriez reprocher au pare-brise vertical d'être moins aérodynamique, mais a priori, le possesseur de ce type de véhicule ne conduira pas à des vitesses excessives. Nous avons imaginé Citroën oli pour les zones urbaines et péri-urbaines, où les gens réduisent leur vitesse et sont conscients des aspects environnementaux et sécuritaires de la mobilité quotidienne. C'est pourquoi sa vitesse de pointe est limitée à 110 km/h », indique Pierre Sabas.

Cependant, pour un meilleur rendement, oli dispose d'un système expérimental « Aero Duct » entre la partie avant et le haut du capot plat, qui souffle de l'air en direction du pare-brise, créant un effet rideau pour faire glisser le flux d'air au-dessus du toit.

Le cadre caractéristique du pare-brise est recouvert d'un film « infrarouge », une nouvelle couleur signature très vive que Citroën utilisera en lien avec sa nouvelle identité de marque.

Le contraste entre l'horizontale et la verticale est saisissant dans la conception ingénieuse des panneaux latéraux et des fenêtres. Suivant l'exemple d'AMI, les portes avant sont identiques de chaque côté, bien que montées différemment. Elles sont plus légères, quoique solides, et beaucoup plus faciles à fabriquer et assembler.

La réduction de la complexité et la simplification de la construction permettent d'économiser 20 % du poids par porte par rapport à un bicorps familial standard Citroën Oli comprend moitié moins de composants, et la suppression du haut-parleur, du matériel d'insonorisation et du câblage électrique a permis de gagner environ 7 kg par porte.

Plus simple à assembler, le panneau extérieur de la porte a été imaginé dans l'idée de maximiser l'espace de rangement à l'intérieur. Des courbes douces épousent les côtés du véhicule jusqu'en haut de la vitre latérale.

La partie inférieure des grandes fenêtres horizontales est légèrement inclinée vers le sol afin d'atténuer les effets des rayons du soleil et, comme sur AMI, leur système d'ouverture à pantographe très simple d'utilisation permet une ventilation naturelle.

Plus étroites, les portes arrière antagonistes sont dotées de vitres en verre verticales pour donner aux passagers plus de lumière et de visibilité. La forme différente des portes avant et arrière a également permis d'ajouter une prise d'air passive assurant la ventilation des passagers à l'arrière.

Lorsque les portes sont ouvertes, l'accès au spacieux habitacle est large, dégagé et sans obstacle. Idéal lorsque le conducteur doit faire monter rapidement tous les membres de la famille.

A l'extérieur, les modules d'éclairage avant et arrière sont, là encore, simples mais uniques : ils jouent également sur le contraste entre deux lignes horizontales et une section verticale. Ce trait de design deviendra la signature lumineuse distinctive de Citroën sur les futurs véhicules de série.

ASTUCIEUX COMME UN PICK-UP

Au lieu du coffre ou du hayon habituel, oli propose une solution inattendue et inspirée par sa finalité d'objet hyper utile.

« Quand vous parlez praticité et polyvalence, en particulier pour un véhicule compact conçu pour être ultra-responsable et efficient, il faut penser différemment. Nombreux sont les gens qui trouvent que leur petit SUV n'est pas plus pratique qu'un bicorps compact. Avec son coffre situé sous la benne, Citroën oli incarne par son design inhabituel notre volonté de faire réfléchir et de prendre le meilleur de mondes différents », explique Pierre Leclercq.

Citroën oli est conçu comme un compagnon du quotidien, facile d'utilisation dans toutes les situations : que ce soit pour transporter du mobilier en kit, charger un paddle ou une tente de toit pour un weekend sur la côte, tout peut être agencé dans la benne et le coffre modulable comme un pick-up.

Les appui-têtes indépendants des sièges arrière s'insèrent dans le toit et la vitre de la lunette arrière s'ouvre vers le haut, de sorte que le plateau de chargement amovible de 994 mm de large passe instantanément de 679 mm à 1 050 mm de long.

Oli offre une grande polyvalence et facilité de chargement. Le hayon se rabat et lorsque l'on retire le panneau du plateau de chargement, il y a jusqu'à 582 mm de hauteur entre le sol du véhicule et la lunette arrière. Une fois le panneau en place, un espace de coffre utile et sécurisé de 330 mm de haut s'ouvre juste en dessous. Léger et plat, le panneau de la benne amovible est fabriqué à partir de la même structure en carton recyclé que les panneaux du capot et du toit.

Des rails bien pensés de chaque côté du plancher permettent aux utilisateurs de fixer des crochets ou des accessoires, et des boîtes de rangement supplémentaires sont situées sur les parois latérales pour un rangement sécurisé à l'abri des regards.

Le hayon au design épuré est composé de deux parties : un panneau inférieur en acier doté d'un espace central en retrait pour la plaque d'immatriculation, surmonté d'une section noire ajourée qui porte la nouvelle signature de marque : « **Nothing Moves Us Like Citroën** ».

LE LOGO HISTORIQUE REVISITÉ

À l'image de la promesse subtile faite aux clients à travers son hayon, Citroën oli s'appuie sur l'héritage d'ingénierie innovante de la marque pour définir une nouvelle identité Citroën empreinte de fierté.

Le langage de formes d'oli oppose l'horizontale à la verticale et l'arrondi au plat pour suggérer la fonctionnalité, la compétence technique et design industriel intelligent. Le nouveau logo « flottant » est inspiré de ce concept. Positionnés fièrement et horizontalement sur l'insigne afin d'évoquer l'ingénierie et l'efficacité technique, les chevrons bien visibles contrastent avec la douceur de l'ovale vertical qui les entoure, suggérant l'engagement permanent de Citroën pour le bien-être de ses clients.

Le nouvel insigne symbolise le logo original de la société, créé en 1919, et le réimagine subtilement pour les futures Citroën. Cette identité apparaîtra progressivement sur les futurs produits dévoilés, ainsi que dans tous les réseaux de distribution.

DES ROUES POUR ROULER PLUS LONGTEMPS

S'il est un domaine considéré comme couteux et impactant l'environnement pour les clients et dans lequel l'innovation peut améliorer la longévité, la durabilité et les coûts, ce sont les roues et les pneus.

« L'engagement de Citroën en faveur du confort est bien connu à travers son programme Citroën Advanced Comfort®, et les roues et les pneus jouent un rôle majeur dans le bien-être des occupants », déclare Pierre Sabas. « Compte tenu de la pression pour réduire l'impact environnemental des pneus et du coût croissant du remplacement et de la réparation des roues endommagées, nous avons décidé de tester des options plus durables, tout en préservant la qualité de confort de conduite attendue dans une Citroën. »

Citroën oli est équipé d'un nouveau prototype de roue associant une jante hybride de 20 pouces à un pneu conceptuel, durable et intelligent co-développé avec Goodyear.

Les jantes en aluminium sont coûteuses et énergivores en termes de production et les roues en acier sont lourdes : il a donc été décidé de repenser les deux. Les jantes hybrides d'oli sont 15 % plus légères que leur équivalente en acier, ce qui contribue à une réduction du poids total du véhicule de 6 kg. Elles présentent également des avantages en matière de design.

« Les roues en acier traditionnelles ne sont ni belles ni aérodynamiques, sauf si vous les recouvrez d'un enjoliveur plein. Sur notre prototype, la jante en aluminium est rivetée sur un centre en acier, travaillé pour donner un style robuste et moderne. Cela permet de réduire à la fois le poids total et les coûts. Un enjoliveur périphérique vient compléter le tout pour améliorer l'écoulement d'air autour de la roue et apporter de la précision graphique », ajoute Pierre Sabas.

Citroën s'est associée à Goodyear pour utiliser le pneumatique concept Eagle GO, qui allie durabilité, longévité à une technologie intelligente pour le contrôle de l'état du pneu.

Le mélange de gomme de la bande de roulement est constitué presque uniquement de matériaux renouvelables ou recyclés, notamment d'huile de tournesol, de silice issue des cendres de balle de riz, ainsi que de résines de pin et de caoutchouc entièrement naturel pour remplacer les huiles synthétiques à base de pétrole.

Autre bonne nouvelle, Goodyear s'est fixé l'objectif ambitieux d'une durée de vie de 500 000 km pour son concept de pneu Eagle GO grâce à sa carcasse durable réutilisable et à l'épaisseur de 11 mm de sa bande de roulement qui peut être renouvelée deux fois durant la vie du pneu. Ce pneumatique bénéficie également de la technologie Goodyear SightLine, dont le capteur peut contrôler en permanence divers paramètres liés à l'état du pneu tout au long de sa vie.

« C'est la troisième fois que nous collaborons avec Goodyear. L'association de notre nouvelle jante hybride au pneu innovant Eagle GO place la barre très haut en matière de solutions durables, intelligentes et nécessitant peu d'entretien, tout en veillant à toujours donner la priorité au confort et au bien-être des occupants », explique Pierre Leclercq.

UNE PROTECTION A 360°

Citroën oli est à la fois protecteur et protégé, grâce à des parties extérieures en plastique résistantes offrant la même simplicité en termes de diminution du nombre de pièces, d'utilisation de matériaux responsables et de réduction du poids.

Afin de réaliser la signature graphique caractéristique de Citroën, Plastic Omnium a contribué à créer une approche « mono-matériau » pour faciliter le recyclage, avec une protection latérale solide, tout en légèreté, et des pare-chocs 100 % recyclables en polypropylène contenant 50 % de matériaux recyclés. Chaque passage de

roue est coiffé d'une protection identique en plastique recyclé, solide et horizontale, qui fait écho au thème utilisé pour les fenêtres et les modules d'éclairage.

Comme sur AMI, les parties centrales du pare-chocs sont identiques à l'avant et à l'arrière. En dessous, des « poignées » triangulaires « infra-rouges » servent de crochets solides permettant de tracter un autre véhicule.

Même la peinture blanche à l'eau BASF R-M Agilis® est particulièrement éco-efficace, avec le plus faible niveau possible de composants organiques volatils (moins de 250 g/L).

ESPACE INTÉRIEUR : SAVOIR SE JOUER DES LIMITES

Les designers intérieurs peuvent être tentés d'ajouter des écrans toujours plus grands, des accoudoirs plus hauts, des panneaux plus larges, des sièges plus confortables, etc. Mais cela signifie plus de matériaux et augmente le poids comme les coûts.

« Nous avons décidé de créer le plus d'espace et de lumière possible avec le moins d'infrastructures possible, mais aussi de maximiser l'utilisation de matériaux durables », assure Pierre Leclercq. « Ce n'est pas aussi facile qu'on le croit, parce qu'il faut un habitacle confortable, sûr et solide, et les clients sont demandeurs de certains éléments technologiques spécifiques. Nous nous sommes inspirés d'autres formes de design économes en termes d'espace, où minimum rime avec mieux, comme pour les smartphones ou les chaînes hi-fi. Après tout, de combien de boutons, de touches ou d'écrans avez-vous réellement besoin ? »

Planche de bord

Au lieu d'un tableau de bord complet avec de multiples écrans et ordinateurs dissimulés, oli est doté d'une seule barre en forme de tube qui s'étend sur toute la largeur du véhicule, sur laquelle sont intégrés, d'un côté, la colonne de direction et le volant, et au centre, un socle pour smartphone et cinq boutons pour le système de climatisation.

Ainsi, la planche de bord d'oli ne compte que 34 pièces, alors que le tableau de bord et la console centrale d'une berline familiale compacte comparable en dénombre habituellement environ 75.

Le tube comporte un rail électrifié sur lequel peuvent coulisser des prises USB pour y brancher des accessoires. Très astucieux pour alimenter des appareils ou brancher sa machine à café en attendant que les enfants sortent de l'école !

Deux bouches d'aération, l'une devant le conducteur, l'autre devant le passager, permettent de proposer un système de ventilation direct moins volumineux et ainsi d'améliorer l'efficacité et de réduire le poids.

Sur cette planche de bord s'étire le « sofa », composé d'Elastollan® (BASF), un espace de rangement en polyuréthane thermoplastique (TPU) recyclable imprimé en 3D orange vif, doté de « champignons » flexibles qui permettent de maintenir en place des objets, tels que tasses à café ou canettes de soda.

Plug'n Play :

Avec oli, tout l'info-divertissement et la communication nécessaires sont disponibles via votre smartphone, connecté dans emplacement spécifique au centre du tableau de bord.

Une fois le téléphone branché, les informations et applications sont projetées sur la Smartband, une large bande horizontale dans la partie inférieure du pare-brise, avec les données essentielles du véhicule comme la vitesse et le niveau de charge.

« Puisque votre smartphone a un potentiel technologique et une capacité de mise à jour supérieurs à celle de nombreux véhicules, nous avons décidé d'adopter une approche de l'info-divertissement différente », ajoute Pierre Sabas. « Nous avons toujours notre smartphone sur nous et nous utilisons déjà des applis de navigation et de divertissement. Pour nous, c'était une occasion d'éviter des dépenses supplémentaires et doublons, mais aussi de réduire le poids des systèmes intégrés. Il suffit de brancher simplement son propre appareil. »

Le système audio à bord suit la même logique. Chaque extrémité du tube est creuse afin de fixer des haut-parleurs Bluetooth cylindriques et d'obtenir un son de haute qualité et écouter sa musique durant un trajet. Ce sont 250 g de poids économisés en se passant uniquement du système audio habituel.

Les haut-parleurs amovibles, permettent de profiter de sa musique, peu importe où l'on se gare. En utilisant les crochets sur les rails de la benne de coffre pour les accrocher à l'extérieur du véhicule, vous pouvez faire écouter votre dernière playlist avec une excellente qualité de son lors d'un dîner en plein air ou d'une soirée sur la plage.

Des commandes ludiques et intuitives

Après avoir examiné plusieurs solutions pour faire fonctionner l'Interface Homme Machine, l'équipe a eu l'idée originale d'utiliser un joystick provenant d'une manette de jeu et de le monter sur le volant élégant de Citroën oli.

« Le joystick fonctionne vraiment bien. Il est très facile à manipuler., C'est un excellent exemple de transfert d'une solution non automobile vers le véhicule qui fonctionne très bien », déclare Pierre Sabas.

La colonne de direction comprend un levier rotatif de sélection de vitesse qui inclut le bouton « stop & start », et des leviers rotatifs plus petits commandent les feux et les clignotants du véhicule.

Une grande économie d'espace

Au lieu des imposants fauteuils qui bloquent la lumière et occupent toute la place dans l'habitacle, les sièges avant d'oli, sont peu encombrants et requièrent près de 80 % de pièces en moins que ceux d'un SUV équivalent (seulement 8 au lieu de 37).

Les sièges avant orange vif sont constitués d'un solide cadre tubulaire sur lequel est assemblé un confortable coussin recouvert de textile en polyester 100 % recyclé et 100 % recyclable.

Inspirés du mobilier de bureau, les dossiers innovants en maille, imprimés en 3D, comportent un appui-tête intégré et répondent parfaitement aux contraintes ergonomiques. Ils sont fins, très efficaces, confortables et rigides, et répondent parfaitement aux attentes.

Co-imaginés avec BASF, ces sièges sont fabriqués à partir de polyuréthane thermoplastique (TPU) léger 100 % recyclable, recouvert d'un revêtement orange pour garantir une apparence et un toucher agréables. Les dossiers en maille contribuent à la sensation d'espace et de lumière à l'intérieur du véhicule, deux facteurs essentiels au confort et au bien-être des occupants.

Les passagers à l'arrière peuvent utiliser le cadre tubulaire du dossier de leur siège pour y fixer des accessoires : petite tablette alimentée par prise USB, support pour tenir une tasse, crochets pour suspendre un sac, filet pour ranger des magazines, ou encore, petit plateau pour que les enfants puissent déguster un goûter en route...

Conformément à l'engagement de Citroën pour le confort des passagers, les sièges avant sont fixés au plancher par des anneaux d'isolation en TPU souples et recyclables qui absorbent les imperfections et les vibrations de la route, en clin d'œil aux célèbres « butées hydrauliques progressives » de la marque.

« La structure des sièges avant est tout à fait justifiée », explique Pierre Sabas. « Ils sont faciles à démonter, à enlever et à recycler, par exemple si l'on souhaite changer de couleur. Rien n'est dissimulé, il n'y a pas de structures cachées. Ils sont aussi simples qu'ils en ont l'air et illustrent parfaitement la fonctionnalité et la pureté à l'origine de chaque élément de design. »

Tout aussi confortables, les sièges individuels arrière sont fabriqués dans des matériaux similaires et les dossiers se rabattent à plat pour prolonger le plancher du compartiment de chargement arrière. Les appui-têtes circulaires en TPU montés dans le toit flottent au-dessus de chaque dossier et se replient dans le toit si nécessaire.

De chaque côté du véhicule, sous les sièges arrière, se trouve un compartiment de rangement discret accessible lorsque les portes arrière sont ouvertes pour ranger une trousse de premiers secours.

Un tapis de rangement se trouve dans l'espace situé entre les sièges arrière. Tout comme pour le « sofa », ce composant orange en TPU souple et recyclable imprimé en 3D comporte des « champignons » flexibles pour maintenir des objets en place. En outre, toutes les pièces intérieures en TPU de BASF peuvent être recyclées ensemble, ce qui constitue un pas supplémentaire vers un design mono-matériau durable dans le cadre de l'analyse du cycle de vie.

Au lieu de lourds panneaux intérieurs de portes dotés d'interrupteurs, d'accoudoirs, de haut-parleurs et de moteurs de fenêtres, les panneaux simplifiés d'oli optimisent le rangement, tout en fournissant l'infrastructure nécessaire au confort et à une ouverture et une fermeture faciles.

Les panneaux de portes abritent un grand filet de rangement en maille ainsi qu'un accoudoir orange recouvert d'un textile en polyester 100 % recyclé et recyclable sous forme d'un tube en mousse fixé directement sur le panneau. L'ouverture des portes avant est facilitée par une poignée articulée recyclable insérée dans le panneau et directement connectée au mécanisme. Les vis et fixations utilisées dans les portes et les sièges sont interchangeables pour réduire encore la complexité.

La performance sous le pied

Au lieu de tapis difficiles à nettoyer, Citroën oli propose un revêtement de sol modulaire en une seule pièce fabriquée en partenariat avec BASF à partir de polyuréthane thermoplastique expansé (E-TPU). La mousse est aussi élastique que du caoutchouc, mais plus légère, extrêmement résiliente et très résistante à l'abrasion. Elle peut être entièrement remplacée si le propriétaire préfère une autre couleur.

« On trouve généralement ce matériau haute qualité et haute performance dans le monde du sport », se félicite Pierre Leclercq. « Il est utilisé pour les pistes de course, les selles de vélo et même les semelles de certaines chaussures de course bien connues, en raison de ses propriétés de ressort et d'amortissement qui peuvent stimuler la performance et le confort sur la piste. »

Recouvert d'un revêtement très élastique et imperméable, le sol peut être facilement nettoyé au jet d'eau. Les « bouchons de vidange » en TPU recyclables situés dans le plancher permettent d'évacuer sans effort le sable, la boue ou les végétaux après une chaude journée à la plage ou une randonnée en forêt sous la pluie.

LE CERCLE DE VIE

La longévité est un chapitre clé de l'histoire de Citroën oli, élaborant sa propre économie circulaire. Oli est la preuve qu'un véhicule peut être réinventé facilement, à un prix abordable pour offrir plusieurs vies successives, puisque ses nouveaux propriétaires peuvent utiliser des pièces remises à neuf, de nouveaux décors ou couleurs, et même des pièces améliorées au fil du temps.

Le coût global à l'usage sera faible et, s'il est nécessaire de remplacer une porte, un phare ou un pare-chocs, des pièces recyclées seront récupérées de manière responsable par Citroën sur d'autres véhicules oli qui ne sont plus utilisables.

En toute logique, s'il est plus coûteux de remettre un véhicule à neuf que d'en acheter un nouveau, les véhicules ne seront pas réparés. Citroën oli change la donne : sur plusieurs cycles de vie, il sera plus intéressant d'un point de vue environnemental et économique de le remettre à neuf plutôt que de le remplacer. Lorsque la remise en état ne sera plus possible, oli deviendra un fournisseur de pièces de rechange pour d'autres véhicules ou ses pièces seront recyclés.

1. INSPIRATION 2. AMBITION 3. INGENIOSITE 4. MISSION

Citroën oli a pour mission d'inspirer l'avenir de la mobilité familiale abordable, durable et joyeuse, ainsi que l'avenir de la marque elle-même.

*« Nous avons pris un risque avec AMI, et aujourd'hui nous reprenons un risque avec Citroën oli parce que nous devons stimuler la créativité pour les productions à venir », déclare **Pierre Leclercq**. « Il ne sert à rien de proposer des matériaux ou des designs tendance qui n'ont aucune chance d'avoir une influence sur les futurs véhicules de série. C'est pourquoi notre nouveau logo tout comme les éléments du design et des technologies de Citroën oli sont importants : sur nos futurs modèles, la nouvelle interprétation du badge Citroën signera nos nouveaux standards. »*

*« Nous avons une large clientèle parce que nous proposons une mobilité personnelle allant d'AMI à la C5-X, et tout le monde n'est pas forcément prêt à admettre que l'on n'a pas besoin de certains équipements », explique **Laurence Hansen**. « Ainsi, même si nous n'allons pas tout changer en un jour, Citroën souhaite engager la discussion, poser la question de ce qui est suffisant, montrer comment faire les choses bien et accomplir sa mission de proposer une mobilité responsable, abordable et optimiste à tous. »*

UNE FEUILLE DE ROUTE

Vincent Cobée reconnaît qu'un avenir optimiste dépend de réformes profondes et non d'un simple ajustement de notre façon de dépenser, choisir, consommer, nous déplacer, polluer, jeter et penser :

« L'industrie automobile n'échappe pas aux révolutions que connaissent tous les autres secteurs, au moment où nous faisons face aux problèmes créés par cette abondance de consommation. Citroën prouve par les actes qu'il existe des moyens non conventionnels de changer les choses, ni ennuyeux ni punitifs. AMI en est un excellent exemple et nous sommes fiers de son succès en tant qu'offre de mobilité original et moderne.

Grâce à ses idées astucieuses et à ses messages de pureté et d'intégrité, Citroën oli, notre "laboratoire sur roues", montre comment repenser la mobilité des familles dans le futur. Oli est étonnant et non conventionnel. Il est typiquement Citroën et se démarquera par la force de ses idées et de son message.

Citroën oli incarne notre mission de mobilité : responsable, efficace et abordable pour votre vie quotidienne, mais aussi ambitieuse, désirable et joyeuse. C'est la feuille de route pour développer le véhicule nécessaire à votre famille pour les dix prochaines années. »

Citroën

Depuis 1919, Citroën crée des automobiles, des technologies et des solutions de mobilité pour répondre aux évolutions de la société. Audacieuse et innovante, Citroën place la sérénité et le bien-être au coeur de son expérience client et propose une large gamme de modèles, du singulier Ami, objet de mobilité électrique pensé pour la ville, jusqu'aux berlines, SUV et véhicules utilitaires, dont la plupart sont disponibles en version électrique ou hybride rechargeable. Marque pionnière dans les services et l'attention portée à ses clients particuliers et professionnels, Citroën est présent dans 101 pays et dispose d'un réseau de 6 200 points de vente et de services dans le monde.

Pour plus d'informations sur Citroën, visitez le site médias <https://fr-media.citroen.com>