

Rueil-Malmaison, le 7 mai 2018

CITROËN ACCÉLÈRE EN AMÉRIQUE LATINE EN DÉVOILANT UNE VERSION SUV DE C4 CACTUS PRODUITE AU BRÉSIL

Deuxième région internationale de Citroën après la Chine, l'Amérique Latine représente un enjeu incontournable dans l'offensive de la Marque hors d'Europe. Après y avoir enregistré une croissance de 14% en 2017, Citroën accélère en dévoilant les premières images du nouveau SUV C4 Cactus, développé localement et produit à Porto Real au Brésil. En ligne avec la Core Model Strategy du Groupe, cette déclinaison SUV de Nouvelle berline C4 Cactus, commercialisée en Europe depuis mars, est adaptée aux attentes et à la gamme de cette région du monde. Commercialisé dès le 2^{ème} semestre, nouveau SUV C4 Cactus viendra enrichir l'offre locale de la Marque sur le segment C, aux côtés de la berline C4 Lounge récemment renouvelée.



Avec près de 69 000 ventes et une croissance de 14% en 2017, l'Amérique Latine est la 2^{ème} région internationale* la plus importante pour Citroën après la Chine. A elle seule, cette région représente 1 vente hors d'Europe sur 4 de la Marque. De fait, l'Amérique Latine constitue un enjeu clé dans la dynamique internationale de Citroën.

Après le lancement, au 2^{ème} semestre 2017, de l'assemblage du Nouveau Citroën Jumpy (VUL) en Uruguay, commercialisé en Argentine et au Brésil depuis l'automne dernier, la Marque a poursuivi son offensive au 1^{er} trimestre 2018 avec près de 16 000 ventes et une croissance de 12%. Et Citroën entend encore amplifier sa dynamique commerciale en Amérique Latine en dévoilant aujourd'hui au Brésil son nouveau SUV C4 Cactus. Un tout nouveau modèle pour ce marché, produit localement à Porto Real (Brésil) et que la Marque commercialisera dès le 2^{ème} semestre.

En ligne avec la Core Model Strategy du Groupe, ce nouveau modèle est une déclinaison de la Nouvelle berline C4 Cactus (commercialisée en Europe depuis mars) qui adopte ici des attributs spécifiques des SUV, à l'image du bouclier redessiné et des barres de toit. Développé sur place afin de répondre au mieux aux attentes de la clientèle sud-américaine ce Nouveau SUV C4 Cactus sera commercialisé notamment dans les marchés majeurs de la région comme le Brésil et l'Argentine mais aussi en Uruguay, au Paraguay ou encore en Colombie. Il complète ainsi la gamme Citroën aux côtés de nouvelle C4 Lounge, berline tri-corps du segment C modernisée, en cours de lancement sur la région.



Capitalisant sur le design iconique de C4 Cactus, cette nouvelle offre s'inscrit pleinement dans les nouveaux codes stylistiques de Citroën et se présente localement comme le 'Hype Tech SUV', autrement dit : un SUV résolument moderne, unique et technologique, se démarquant de ses concurrents par son confort à bord, fort d'un véritable pouvoir d'attraction pour la clientèle sud-américaine.

*région internationale = région hors d'Europe

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.