



DS AUTOMOBILES

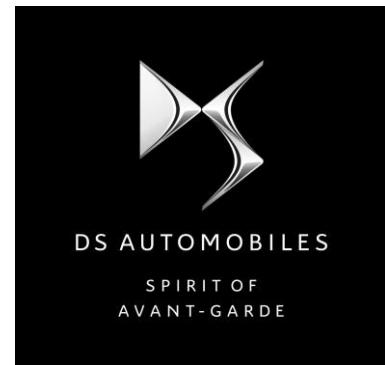
SPIRIT OF
AVANT-GARDE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 4 janvier 2016

DS AUTOMOBILES EN FRANCE : BILAN 2015, ANNÉE DE LANCEMENT DE LA MARQUE

Pour DS AUTOMOBILES en France, l'année 2015, riche et intense, signe le lancement de la Marque et le retour de l'automobile française sur le marché du haut de gamme. Identité de Marque affirmée, nouveaux produits (Nouvelle DS 5, Nouvelle DS 4, DS 4 Crossback, Editions limitées...) accompagnés du déploiement d'une expérience client premium (DS STORE, Conseillers commerciaux référents DS, Club DS Privilège...), communication innovante, la DS WEEK en mai... les fondations d'une stratégie long-terme sont désormais posées.



Amaury de Bourmont, Directeur Commerce France des marques DS et CITROËN depuis début octobre, explique : « *dès les premiers jours de mon arrivée, j'ai été enthousiasmé par la mobilisation très forte de l'ensemble des équipes sur le terrain et dans le réseau autour de la Marque DS. Nous étions quelques mois après le lancement commercial de la Nouvelle DS 5 et à la veille de celui de la Nouvelle DS 4 et de la DS 4 Crossback. Ce qui m'a le plus impressionné est sans aucun doute le chemin parcouru par notre jeune Marque depuis le début de l'année que ce soit sur le plan du produit et de la technologie ou sur celui du positionnement marketing. 2015 restera dans les mémoires pour avoir posé les fondamentaux d'un avenir qui s'annonce sous de bons auspices* ».

Mars 2015, nouvelle identité de Marque... Mai 2015, célébrations et mobilisation

Le 3 mars 2015 à l'occasion du Salon International de l'automobile de Genève, DS AUTOMOBILES révélait son identité de Marque : son logo et sa signature « Spirit of Avant-Garde* ». Signature qui traduit la philosophie qui guide la Marque pour proposer à ses clients des voitures au style remarquable et résolument technologiques, du raffinement et de l'attention au détail, et des voitures empreintes de confort dynamique.



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

Spirit of Avant-Garde reflète aussi une attitude autour de DS, c'est une invitation pour ceux qui partagent cette vision optimiste et ce même esprit d'avant-garde.

Le 22 mai, lors de la DS WEEK – événement d'envergure, à Paris, pour célébrer le lancement de la Marque et les 60 ans de la DS de 1955 – ce sont 600 concessionnaires et chefs de vente du réseau français qui se sont retrouvés autour des dirigeants de la Marque. Partage de la stratégie et des ambitions étaient au programme. Mobilisation assurée.

2015, renouvellement de la gamme enclenché

Des nouveautés ont enrichi la gamme tout au long de l'année. L'ensemble des modèles a ainsi été doté de nouvelles motorisations, de la technologie DS LED VISION – projecteurs alliant les technologies LED et Xenon à de nouveaux indicateurs de direction défilants –, de la boîte de vitesses automatique de dernière génération EAT6, d'un écran tactile permettant la prestation *New Mirror Screen*, soit la duplication de son Smartphone sur l'écran de sa voiture pour profiter de ses applications en toute sécurité.

Une année rythmée également par des éditions limitées notamment sur DS 3 avec DS 3 Inès de la Fressange Paris (janvier 2015), DS 3 Emerald Addict (mars 2015), DS 3 Dark Light (septembre 2015) et DS 3 « 1955 » (mai 2015 – lancée à l'occasion de la DS WEEK). Des éditions qui renforcent la personnalisation de cette citadine chic, polyvalente et pétillante.

Les moments emblématiques de cette année riment avec les lancements commerciaux, en juin 2015, de Nouvelle DS 5 – le vaisseau amiral de la gamme et la première DS à inaugurer l'identité de la Marque avec la calandre *DS Wings* – et, en novembre 2015, de Nouvelle DS 4 et DS 4 Crossback – deux silhouettes pour répondre aux attentes des clients du segment des compactes premium. Des nouvelles voitures qui affirment l'ambition de DS AUTOMOBILES, celle d'incarner dans l'automobile le savoir-faire français du luxe.

Présentés lors de nombreux événements partout en France au sein des points de vente ou lors de salons automobiles régionaux (Lyon, Toulouse), ces modèles ont reçu un très bon accueil qui se traduit dans les résultats commerciaux du 2^{ème} semestre 2015.

Ainsi la marque DS en France enregistre, sur les 6 derniers mois, une progression de ses volumes d'immatriculations de 8,6 % plus forte que celle du marché en augmentation de 6,6 % (comparativement au S2/2014). Cette croissance atteint 19,3 % au dernier trimestre (en rapport au quatrième trimestre 2014). Ce plébiscite s'explique notamment par l'intérêt porté à des voitures au style avant-gardiste qui renouvellent les codes du premium automobile et à des voitures toutes conçues et produites en France.



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

2015, déploiement d'une expérience client premium et d'une communication innovante

Au terme de l'année, les clients DS peuvent s'immerger dans l'univers de la Marque grâce aux 39 DS STORE et DS SALON. Après Royan en 2014, ce sont 6 DS STORE – points de vente dédiés – qui ont ouvert en France au cours de l'année : Paris, Dijon, Troyes, Lyon, Lille et Rouen ; ainsi que 10 SALON DS – espaces consacrés à la Marque au sein d'un showroom Citroën.

Une immersion également possible sur la toile grâce au nouveau site www.driveDS.fr mis en ligne en décembre 2015. Cette vitrine digitale adopte les codes graphiques de la Marque et propose des fonctionnalités et des contenus sur l'offre de produits et de services DS. Pensée tel un magazine, elle fait la part belle aux visuels et propose une navigation novatrice qui permet de découvrir les modèles grâce au principe d'animation parallaxe. Le site propose des parcours s'adressant tant aux passionnés de la Marque, qu'aux clients actuels et futurs. Son « DS STORE » en ligne offre un accès facilité à ces différents parcours : produits, services, configuration, vente en ligne, tout un programme ! Tourné vers l'avenir, ce site va s'enrichir en 2016 de contenus attractifs (animations, vidéos) et de nouvelles fonctionnalités (outil de personnalisation, configurateur intégré ...).

Au-delà de driveDS.fr, les internautes peuvent être en contact permanent avec la Marque et interagir avec elle via ses comptes sur les réseaux sociaux [Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#). Aujourd'hui la marque DS compte une communauté de 60 000 membres en France et sa stratégie marketing s'appuie clairement sur ces vecteurs de communication modernes pour se faire connaître. Ainsi, en mars 2015, la Marque révélait son identité auprès de 39 pays grâce à la diffusion en direct de la conférence de presse du Salon international de l'automobile de Genève, et ce via la plateforme Facebook. En France, ce sont 3,2 millions de personnes qui ont été touchées par cette opération.

Dans un objectif de communication innovante et afin d'illustrer son esprit avant-gardiste, la Marque a sélectionné des ambassadeurs, c'est-à-dire des personnes qui excellent dans leur domaine. Lors de la campagne de Nouvelle DS 5, ils étaient trois : Iris Van Herpen, créatrice de mode qui utilise des matériaux innovants dans ses créations ; Sylvestre Maurice, Docteur en astrophysique concepteur et pilote de la caméra embarquée du robot « Rover Curiosity » qui est sur la planète Mars ; Zhang Hai Ao, Designer en chef de l'hôtel Kempiski de Pékin, il excelle en matière d'engineering avec cette performance architecturale en forme de soleil.

Dernier ambassadeur en date, et au cœur de la campagne de lancement de Nouvelle DS 4 et DS 4 Crossback, Joël Dicker, l'auteur du best-seller « la vérité sur l'Affaire Harry Quebert ». Avant tout digitale et diffusée sur www.nouvelleDS4.fr, cette campagne avait pour principal objectif de faire vivre une expérience hors du commun riche de suspens et d'évasion. Ainsi aux côtés de Nouvelle DS 4, Joël Dicker est devenu l'acteur majeur d'une web-série aux allures de thriller intitulée « The DS Writer »**. Ce sont 2,6 millions de Français qui ont vu la bande-annonce. Au-delà de cette implication cinématographique, Joël Dicker a écrit,



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

exclusivement pour la Marque, la nouvelle « Pour les initiés uniquement » dont la version éditée est offerte aux personnes qui essaient Nouvelle DS 4 ou DS 4 Crossback.

Le déploiement d'une expérience client haut de gamme passe également par la formation de conseillers commerciaux référents DS. Depuis quelques mois, ils sont 550 à disposition de la clientèle et ce dans tous les sites de France qui commercialisent la Marque. Une expérience qui se poursuit après l'achat grâce au Club DS Privilège. Événements exclusifs, service de conciergerie privée et informations en avant-première sont autant d'avantages qui leur sont réservés. En 2015, ce sont plus de 200 événements qui ont été programmés.

Au terme de l'année 2015, la dynamique est lancée. En route pour 2016.

* Spirit of Avant-Garde = l'Esprit d'Avant-Garde

** The DS Writer = l'écrivain DS

À propos de la Marque DS

Marque française née à Paris, DS a officiellement été créée le 1^{er} juin 2014 et affirme son ambition : permettre à l'automobile française de renouer avec le haut de gamme. Inspirée du meilleur du savoir-faire français, DS perpétue les valeurs d'innovation et de distinction héritées de la DS de 1955. Conçue pour une clientèle à la recherche d'expression personnelle, la gamme DS comprend DS 3, DS 3 CABRIO, Nouvelle DS 4, DS 4 CROSSBACK, Nouvelle DS 5, DS 5LS* et DS 6*. Elle propose des voitures qui se distinguent par leur style remarquable, leur raffinement dans les moindres détails, leurs matériaux nobles et leur technologie avec notamment la chaîne de traction hybride diesel, Hybrid 4x4, proposée sur Nouvelle DS 5. Distribuée en Europe dans des DS STORE ou dans des DS SALON au sein du réseau CITROËN, DS bénéficie d'un réseau de points de vente spécifique en Chine. DS c'est aussi, pour ses clients, une expérience de marque qui se prolonge au-delà des produits, avec une offre de services premiums exclusifs, notamment au travers du club DS PRIVILEGE. À ce jour, la marque totalise plus de 580 000 ventes depuis son lancement. www.driveDS.com. Suivez toute l'actualité de DS sur [@DS_Official](https://twitter.com/DS_Official).

*DS 5LS et DS 6 pas commercialisées France