

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 12 octobre 2016

MONDIAL DE L'AUTOMOBILE DE PARIS 2016 :

Avec 'Le Petit Citroën', les enfants aussi ont leur lot de nouveautés sur le stand !

Inutile d'être titulaire du permis de conduire pour se projeter au Mondial de L'Automobile. Avec 'Le Petit Citroën', la boutique des produits Lifestyle de la Marque, les enfants ont eux aussi toute leur place sur le stand de la Marque. Petit aperçu des nombreuses nouveautés qui leur sont réservées...



« Papa, Maman, Citroën » : voilà les 3 premiers mots qu'André Citroën voulait que les enfants prononcent. Pour cela, il lance, dès les années 20, une gamme de jouets Citroën. Son objectif : faire résonner le nom de sa Marque au sein des familles, ce dès le plus jeune âge, afin que tout le monde s'approprie l'univers Citroën...

Près de 100 ans plus tard, cet esprit reste plus que jamais d'actualité avec 'Le Petit Citroën', la boutique des produits Lifestyle Citroën présente sur le stand de la Marque au Mondial de L'Automobile de Paris.

De quoi ravir les plus petits (comme les plus grands !) avec notamment :

- les miniatures 1/64^{ème} des dernières nouveautés de la Marque (4 €) : Citroën E-MEHARI, Nouveau C4 Picasso, Nouvelle C3, etc.
- les miniatures de collection 1/43^{ème} (tarif selon modèle) : CXPERIENCE Concept, Nouvelle C3, etc.
- le poster de coloriage géant 'Citroën Colors Paris' (10 €)
- le garage Citroën (40 €)
- etc.

Des idées cadeaux originales à retrouver également sur le site Citroën Lifestyle (www.lifestyle.citroen.com) et au C_42 (42, avenue des Champs-Élysées à Paris) qui vient d'ouvrir sa [nouvelle saison 'Play!'](#) avec un 'escape game' inédit, de quoi poursuivre l'expérience Citroën en famille !

La boutique 'Le Petit Citroën' du stand permet par ailleurs de découvrir en exclusivité la toute [nouvelle collection de produit Lifestyle : Ê](#) (prononcer 'E tréma').



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.