

Rueil-Malmaison, le 15 octobre 2018

## PLUS QUE JAMAIS, PARIS EST UNE FÊTE POUR CITROËN AU MONDIAL 2018 !

**Avec 600 000 visiteurs et 1000 ventes de voitures engrangées, le Salon s'achève sur un bilan positif pour Citroën. Durant cette édition du salon raccourcie de 5 jours, le concept de stand unique « La Maison Citroën » a séduit un flux constant de visiteurs venus découvrir autant l'offensive SUV de la Marque que sa gamme renouvelée. Nouveau SUV C5 Aircross présenté en première mondiale remporte déjà un tiers des 420 commandes fermes, illustrant une nouvelle fois le succès du programme Citroën Advanced Confort ®. Plus que jamais, Paris est une fête pour Citroën au Mondial de l'Automobile 2018 !**

Pour l'édition 2018, Citroën affiche un bilan des plus positifs au Mondial de l'Automobile, avec :

- 600 000 visiteurs sur le stand Citroën et un temps moyen passé de plus de 30 min,
- 1 000 ventes à particulier engrangées dont 420 ventes fermes, soit une hausse de 50% en comparaison de l'édition 2016 qui comptait 5 journées publiques de plus.

Ce succès s'appuie sur une gamme Citroën renouvelée et cohérente et qui touche l'ensemble des modèles :

- Nouveau SUV C5 Aircross crée le coup de cœur et reçoit un excellent accueil, réalisant 32% des ventes avec un mix riche : 55% en version Shine, le niveau le plus élevé.  
Rappelons que ces ventes sont réalisées alors que les clients n'ont pas encore essayé la voiture : les premiers véhicules arriveront dans le réseau courant novembre. Ces premières prises de commandes massives sont autant de promesses pour Nouveau SUV C5 Aircross présenté pour la 1<sup>ère</sup> fois au public à côté du SUV C5 Aircross Hybrid Concept, annonciateur de la version hybride rechargeable.
- 18% des ventes salon réalisées par Citroën C3, le modèle phare de la Marque, avec un mix riche également : 50% en version Shine.
- 15% des ventes réalisées avec C4 SpaceTourer, le modèle familial par excellence est d'ailleurs commandé sur le salon autant en 7 places qu'en 5 places.
- 14% des ventes réalisées avec l'autre SUV de la gamme, C3 Aircross.
- A noter que sur l'ensemble des ventes, 60% sont réalisées avec une offre de financement (vs 50% habituellement).

Tout au long du Mondial, les animations « Inspired By You » ont permis de créer du lien entre Citroën et le public :

- Une performance live avec danseur mettant en lumière les actualités et les chiffres clés de la Marque jouée 46 fois face au public,
- Sept animations organisées au cœur de l’Arena :
  - o Le Festival ‘Oui Are French’ avec les groupes de musique qui accompagnent les films Citroën,
  - o La filière professionnelle de la mécanique de compétition avec Citroën Racing,
  - o La technologie au service du confort Citroën,
  - o Les 70 ans de 2CV,
  - o Découverte du Canada en SUV C3 Aircross par l’équipe Petites Observations Automobiles,
  - o Le Roadtrip d’AutoPlus Pékin-Paris à bord du SUV C5 Aircross,
  - o Les femmes qui font l’automobile de demain avec l’association Wave,
- 2200 visiteurs devenus pilotes aux commandes du simulateur WRC,
- La boutique « Le petit Citroën » qui a délivré plus de 3200 paniers de produits lifestyle.citroen.com,
- 3300 bouteilles d’Orangina servies au Café Bulle.

*« Le Mondial 2018 confirme la dynamique de succès de Citroën, avec un accueil très positif du public pour le renouvellement de la gamme qui a vu le lancement de 6 modèles depuis la précédente édition. Les nombreuses commandes enregistrées dont la moitié pour le Nouveau SUV C5 Aircross avant même son arrivée dans le réseau sont autant de satisfactions pour l’ensemble des équipes qui ont accueilli les 600 000 visiteurs et engrangé 1000 ventes, ce qui représente une hausse de 50% alors que le Salon durait 5 jours de moins. Plus que jamais, Paris est une fête pour Citroën au Mondial de l’Automobile. Rendez-vous pris pour les prochaines festivités de la Marque dans le cadre du Centenaire en 2019 ! », Linda Jackson, Directrice de la Marque Citroën.*

### **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.