

Rueil-Malmaison, le 19 avril 2018

## EN CROISSANCE DE 41% EN CHINE, CITROËN POURSUIT SON OFFENSIVE À PÉKIN EN PRÉSENTANT LE NOUVEAU SUV C4 AIRCROSS

Le salon de Pékin ouvrira ses portes à la presse le 25 avril. Un rendez-vous clé de Citroën pour qui la Chine est le 2<sup>ème</sup> marché. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2018, la Marque y a enregistré une croissance de 41%, notamment portée par le succès du SUV C5 Aircross qui totalise déjà plus de 35 000 commandes depuis son lancement en septembre dernier. Sur son stand, Dongfeng Citroën poursuit son offensive en présentant en première mondiale son SUV compact C4 Aircross. Déclinaison chinoise du C3 Aircross lancé en Europe en octobre dernier, C4 Aircross sera produit localement à Wuhan et commercialisé au second semestre. Positionné entre les SUV C3-XR et C5 Aircross, il porte en Chine la nouvelle expression Citroën en termes de design et de confort qui fait le succès de C3 Aircross en Europe (près de 70 000 ventes), tout en s'adaptant aux attentes de la clientèle chinoise, avec notamment une longueur supérieure de 12 cm, au bénéfice de l'espace arrière.



Le salon international de Pékin ouvrira ses portes à la presse le 25 avril (ouverture au public du 29 avril au 4 mai). Un rendez-vous clé de Citroën, pour qui la Chine est le 2<sup>ème</sup> marché dans le monde (après la France). Au 1<sup>er</sup> trimestre, la Marque y a confirmé sa dynamique avec 34 000 ventes, soit une croissance de 41% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2017. Ainsi, la Chine représente 57% des ventes hors d'Europe de Citroën, contre 46% au 1<sup>er</sup> trimestre 2017.

Le retour à l'offensive dans ce pays est notamment porté par le succès du SUV C5 Aircross qui totalise déjà plus de 35 000 commandes depuis son lancement local en septembre dernier. Une dynamique commerciale sur laquelle Dongfeng Citroën entend bien capitaliser en présentant en première mondiale sur son stand le 2<sup>ème</sup> opus de l'offensive SUV de la Marque : C4 Aircross. Ce nouveau SUV compact est la déclinaison chinoise du C3 Aircross lancé en Europe en octobre dernier et déjà vendu à près de 70 000 exemplaires. Fabriqué localement à Wuhan, C4 Aircross sera commercialisé en Chine au second semestre, où il viendra se positionner entre les SUV C3-XR et C5 Aircross déjà commercialisés par Dongfeng Citroën.

Citroën C4 Aircross reprend les principales qualités de C3 Aircross : attitude unique, design personnalisable et approche du confort globale et homogène par sa conception et ses technologies, en ligne avec le programme Citroën Advanced Comfort de la Marque. Dans le même temps, conformément à la 'Core Model Strategy' du Groupe PSA, C4 Aircross fait l'objet d'adaptations permettant de répondre au mieux aux attentes de la clientèle chinoise.

C4 Aircross capitalise ainsi sur les attributs de C3 Aircross et affirme son caractère à travers :

- **Une longueur supérieure de 12 cm, au bénéfice de l'habitabilité arrière :**  
L'une des principales spécificités de C4 Aircross réside dans ses dimensions : 4,27m de long (contre 4,15m en Europe), au bénéfice du porte-à-faux arrière et de l'empattement qui atteint 2,655m (contre 2,60m en Europe). Résultat : une plus grande habitabilité arrière, notamment en matière d'espace aux jambes avec le meilleur indice aux genoux de la catégorie (178mm), critère d'achat majeur sur ce marché. Par ailleurs, les passagers bénéficient d'un toit ouvrant vitré panoramique de plus grande dimension.
- **Une offre de personnalisation spécifique à la Chine, avec l'intégration d'Airbump®**  
La version allongée spécifique de la carrosserie de C4 Aircross a nécessité de retravailler l'équilibre des lignes et permis l'intégration d'Airbump® en bas de portes. Une évolution en termes de style qui dynamise la silhouette et renforce son caractère SUV. Dans le même temps, C4 Aircross propose plusieurs combinaisons de personnalisation à clientèle chinoise, grâce à l'introduction d'un pavillon bi-ton et de Packs Color intégrant notamment les cerclages d'Airbump®. C4 Aircross se démarque également de la version Europe par une face avant légèrement différente, la plaque d'immatriculation étant positionnée plus bas au niveau de la grille de calandre. A l'arrière, un sabot de protection et une double canule lui confèrent un aspect sportif et puissant.
- **Une connectivité accrue**  
En plus de reconduire les technologies d'aide à la conduite de la version Europe, C4 Aircross est le premier véhicule de la joint-venture DPCA à bénéficier du système AliOs développé par Banma Technologies, nouvelle coentreprise entre Alibaba Group, n°1 du e-commerce en Chine, et SAIC Motor Corporation Limited. Ce système permet au conducteur de disposer de services ultra-personnalisés via un large écran tactile de 9". Considéré comme une 'internet car', Citroën C4 Aircross bénéficie du wifi à bord et innove avec de nouvelles fonctionnalités pour gagner en confort et en facilité au quotidien. Il offre notamment la mise à jour Over The Air du système d'infotainment, la commande vocale naturelle, la musique et la navigation online, le paiement en ligne des parkings et stations-services, la suggestion de lieux à visiter ou de restaurants selon les habitudes du conducteur ou encore la synchronisation de ses rendez-vous dans la navigation connectée selon son agenda.

Ainsi, avec son duo C3 Aircross et C4 Aircross, Citroën propose une offre internationale forte sur le segment B-SUV, à la fois distinctive, compétitive et adaptée à chacun des marchés.

**Conférence de presse Dongfeng Citroën le 25 avril 2018 à 10h00 (heure locale) - Hall W1 / Stand W106**  
Plus d'informations sur le salon international de Pékin 2018 sur le [site officiel](#)

#### 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.