

Rueil-Malmaison, le 2 janvier 2018

RÉSULTATS COMMERCIAUX DE CITROËN FRANCE – ANNÉE 2017

Au terme de l'année 2017, avec plus de 270 000 immatriculations VP+VUL en France, Citroën affiche une croissance de ses volumes d'immatriculations de 5% par rapport à 2016. Cette progression annuelle de la Marque se retrouve aussi bien sur le marché des VP (+3,3%) que sur celui des VUL (+10,5%). Des performances qui soulignent le succès de l'offensive produit de la Marque, avec en particulier Nouvelle Citroën C3, Nouveau SUV C3 Aircross ou encore Nouveau Jumpy.

Sur l'ensemble de l'année 2017, malgré 2 jours ouvrés de moins qu'en 2016, Citroën a vu ses immatriculations globales (VP+VUL) croître de 5% en France ; une performance comparable à celle du marché.

Sur le marché des **Voitures Particulières (VP)**, Citroën a enregistré plus de **201 000 immatriculations** en 2017, soit une **progression de 3,3%** par rapport à 2016.

Une performance notamment portée par le succès de **Nouvelle Citroën C3** qui, avec plus de 67 000 immatriculations, représente à elle seule **une immatriculation VP de Citroën sur trois** sur l'année.

Quant au dernier né, le **Nouveau SUV C3 Aircross lancé en octobre**, avec **plus de 8 600 immatriculations**, il se positionne déjà comme la 2^{ème} meilleure vente VP de Citroën (sur la base des immatriculations au dernier trimestre).

A noter également la bonne performance de la citadine **C1** (+8,4%) et du ludospace **Berlingo** (+9,2%) mais aussi du duo des monospaces **C4 Picasso** qui s'est maintenu à près de 40 000 immatriculations malgré une concurrence accrue.

Du côté des **Véhicules Utilitaires Légers (VUL)**, Citroën a totalisé près de **69 000 immatriculations** en 2017, soit une **croissance de 10,5%**, supérieure à celle du marché (+7%), permettant à la Marque de gagner 0,5 point de pénétration.

Cette belle performance est notamment portée par le succès de **Nouvelle C3 Société** qui, avec **plus de 8 600 immatriculations**, permet aux immatriculations de C3 Société de croître de **15%** (vs. C3 Société ancienne génération).

Par ailleurs l'ensemble des fourgons de la gamme a contribué à la croissance de la Marque, au premier rang desquels **Nouveau Citroën Jumpy** avec une **forte croissance de 38,2%** qui lui permet de gagner 0,8 point de part de marché, mais également **Berlingo** (+3,6%) ou encore **Jumper** (+12,7%).



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 la Nouvelle C3 ou du 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 plus d'1,1 million de véhicules vendus en 2016. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2016, un 3^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.

www.citroen.com - site presse : <http://fr-media.citroen.com>