

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 1^{er} mars 2017

RÉSULTATS COMMERCIAUX DE CITROËN EN FRANCE – 2 MOIS 2017

Au terme des deux premiers mois de l'année, Citroën enregistre près de **43 800** immatriculations en France (VP+VUL) et affiche une croissance de **3,5%**, comparable à celle du marché (+3,8%).

Cette croissance est portée aussi bien par les **Voitures Particulières (+3,2%)** que par les **Véhicules Utilitaires Légers (+4,4%)**, notamment grâce aux succès des derniers lancements : **Nouvelle C3** et **Nouveau Jumpy**.

Sur le marché des **Voitures Particulières (VP)**, Citroën a enregistré près de 33 500 immatriculations depuis le début de l'année, soit une progression de 3,2 %. Ainsi, la part de marché VP de Citroën s'établit à 10,6% (+0,9 point par rapport à celle de l'année 2016). Une dynamique notamment portée par :

- **Nouvelle Citroën C3** : ce nouveau modèle lancé en novembre 2016 enregistre plus de 9 600 immatriculations depuis le début de l'année, portant le volume total de C3 (ancienne + nouvelle) immatriculées à plus de 13 300 sur cette période, soit une **croissance de 41%** par rapport aux 2 premiers mois de 2016. Ces bons résultats permettent à la Citroën C3 de monter sur le podium des voitures particulières les **plus vendues en France**, y compris sur le canal de vente des particuliers.
- **Nouveau C4 Picasso** : avec plus de 6 000 immatriculations, le duo des monospaces de la Marque est **leader de son segment en France** depuis le début de l'année.
- **C1** : portée par une [nouvelle campagne publicitaire](#) fraîche et décalée, la citadine de la Marque enregistre une **hausse de 5,9%** de ses immatriculations depuis le début de l'année.
- **Berlingo** : avec une **croissance de 3,7%** de ses immatriculations depuis le début de l'année, le ludospace de la Marque confirme son pouvoir d'attraction.

Du côté des **Véhicules Utilitaires Légers (VUL)**, Citroën totalise près de 10 300 immatriculations depuis le début de l'année, soit une hausse de 4,4% qui permet à la Marque d'afficher une part de marché VUL de 15,7% (+0,5 point par rapport à celle de l'année 2016). Cette performance est notamment portée par le succès du **Nouveau Citroën Jumpy** avec des **immatriculations de Jumpy en croissance de 49,1%** par rapport aux 2 premiers mois de 2016 (vs Jumpy d'ancienne génération). Les autres fourgons de la gamme ne sont pas en reste, à l'image des **Citroën Nemo** et **Jumper**, dont les immatriculations progressent également depuis le début de l'année (respectivement +4,9% et +6,6%).



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 du C4 Cactus ou de la Nouvelle C3. Véritable *'people minded brand'* inscrite dans l'air du temps, Citroën se distingue aussi au travers d'une expérience client unique, notamment avec son site d'avis en ligne Citroën Advisor ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile, Earn&Drive, etc.). 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.