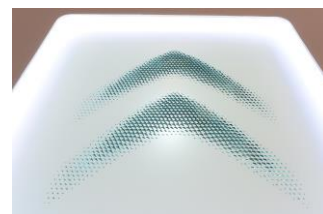


Paris, le 29 avril 2016

SALON DE PÉKIN : LA CRÉATIVITÉ DE CITROËN S'EXPRIME DANS UNE SCULPTURE INÉDITE

Au-delà des Citroën E-Elysée et C6 dévoilées au Salon de Pékin, Citroën exprime sa créativité sur son stand avec une sculpture inédite : 'I love Citroën'. Elle se compose de 1284 pièces en forme de chevrons qui, ensemble, représentent l'emblème de la Marque. Cette création a été réalisée en impression 3D, une technique en accord avec la signature 'Créative Technologie' de la Marque. Cette sculpture 100% 'made in France' de la conception à la fabrication, incarne l'esprit audacieux de Citroën.



Citroën soutient l'art depuis plus de 95 ans. Les collaborations de la Marque avec Bernard Buffet, Victor Vasarely, Kojiro Imamura, César, ou encore Bernard Rancillac en témoignent.

La sculpture 'I love Citroën' souhaitée par Arnaud Belloni, Directeur Marketing et Communication de Citroën, est une interprétation 'arty' de l'emblème de la Marque. Elle a été créée par Karine Buisson Caillard, Global Brand Designer de Citroën et Jean-Baptiste Sénéquier, designer passionné par la technique d'impression 3D.

Composée de 1284 pièces en forme de chevrons réalisées en impression 3D puis chromées, cette sculpture inédite a été générée par une fonction algorithmique. Uniques et dotées d'un emplacement spécifique, toutes les pièces font progressivement émerger l'emblème de la Marque, évoquant ainsi la naissance et l'évolution. Cette création fait parfaitement écho à la signature Citroën : 'Créative Technologie'.

En plus du Salon de Pékin qui se tient actuellement, l'œuvre a déjà été présentée au Salon de Genève en mars dernier. L'œuvre se décline également au C_42, la vitrine internationale de Marque Citroën sur les Champs-Élysées.



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.