



COMMUNIQUE DE PRESSE

UN DEBUT D'ANNEE 2025 SOUS LE SIGNE DU SUCCES POUR CITROËN

- La Citroën C3 occupe la première place du marché VP avec une part de marché de 5,4 % en janvier 2025.
- ë-C3 se hisse à la 2^e place des ventes de véhicules électriques particuliers avec 1 562 unités.
- La Citroën C3 se positionne deuxième du marché VP + VUL avec 6 340 unités vendues.
- La Citroën C4 est deuxième des ventes sur le segment des berlines compactes (C-Berline).

Poissy le 3 février 2025 - Citroën entame l'année 2025 sous les meilleurs auspices en réalisant des performances de premier plan sur le marché français. La Citroën C3 s'est hissée à la première place des ventes de voitures particulières en janvier, tandis que la version électrique, la ë-C3, occupe la 2^e place des ventes de véhicules électriques particuliers. Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie de Citroën, qui allie innovation technologique, confort emblématique et accessibilité financière pour démocratiser la mobilité durable.

En outre, la Citroën C3 se positionne deuxième du marché VP + VUL. La Citroën C4 est également la deuxième des ventes sur le segment des berlines compactes (C-Berline) alors que pour la 5^{ème} année consécutive, Citroën Ami est leader du marché du quadricycle léger électrique.

Sébastien Caron, Directeur de Citroën France, déclare : « Ces résultats démontrent que notre engagement pour une mobilité accessible et durable est en adéquation avec les attentes des clients français. Avec la nouvelle ë-C3, nous proposons une solution électrique compétitive qui incarne l'ADN de Citroën : innovation, confort et simplicité d'usage. »

Citroën C3 : Une gamme stratégique qui séduit les consommateurs

Le succès de la Citroën C3 en janvier 2025 souligne la pertinence de la stratégie de la marque : proposer des véhicules accessibles, innovants et adaptés aux évolutions du marché, notamment grâce à l'électrification.

Avec son design attractif, son excellent rapport qualité/prix et son confort reconnu, la C3 s'affirme comme un choix incontournable dans sa catégorie.

L'ascension de la Citroën ë-C3 : Une preuve de transition réussie vers l'électrique

La performance notable de la version électrique de la ë-C3, démontre la capacité de Citroën à intégrer la transition énergétique tout en restant fidèle à ses valeurs. Grâce à un prix attractif à partir de 23 300 euros (hors aide de l'état), la ë-C3 permet à un large public d'accéder à la mobilité électrique.

Citroën confirme ainsi son rôle clé dans la démocratisation de l'électrique, en proposant des solutions adaptées aux besoins des consommateurs et aux enjeux environnementaux. Ce début d'année prometteur marque une étape de plus vers le succès durable de la marque sur le marché automobile français.

Succès confirmé de Nouvelle C4

Les résultats de ce mois de janvier témoignent du succès du lancement de nouvelle C4. La gamme renouvelée, avec ses versions thermiques et électriques, a attiré un large public, consolidant les performances commerciales. Cette dynamique positive confirme la pertinence de la stratégie produit de Citroën.

Citroën

Depuis 1919, Citroën crée des automobiles, des technologies et des solutions de mobilité pour répondre aux évolutions de la société. Audacieuse et innovante, Citroën place la sérénité et le bien-être au cœur de son expérience client et propose une large gamme de modèles, du singulier Ami, objet de mobilité électrique pensé pour la ville, jusqu'aux berlines, SUV et véhicules utilitaires, dont la plupart sont disponibles en version électrique ou hybride. Marque pionnière dans les services et l'attention portée à ses clients particuliers et professionnels, Citroën est présent dans 101 pays et dispose d'un réseau de 6 200 points de vente et de services dans le monde. Pour plus d'informations sur Citroën, visitez le site médias <https://fr-media.citroen.com>