

Rueil-Malmaison, le 09 avril 2019

CITROËN AU SALON DE SHANGHAI 2019 : OFFENSIVE SUV ET VISION D'AVENIR D'UNE MARQUE CENTENAIRE

A l'occasion du Salon de Shanghai 2019, la Marque Citroën célèbre 100 ans d'audace et d'innovation au service du confort et de la liberté de mouvement et se tourne vers l'avenir en déclinant :

- **Son héritage** - Exposition d'une Traction, modèle iconique habillé aux couleurs du centenaire.
- **Sa dynamique** - Une gamme renouvelée et adaptée aux attentes des clients chinois, portée par l'offensive SUV avec Nouveau SUV C3-XR tout juste commercialisé aux côtés de SUV C4 Aircross et SUV C5 Aircross ; et l'offensive sur les berlines avec une évolution de C4 L qui complète une gamme composée de C-Elysée, C4, C5 et C6. Des modèles qui portent les couleurs de l'édition collector « Origins » et qui associent une cohérence stylistique et un confort exceptionnel issu de 100 ans de savoir-faire.
- **Sa vision d'avenir** - Première en Chine pour Ami One Concept, objet en rupture au caractère unique, 2 places, 100% électrique, qui met le digital au cœur d'une nouvelle expérience de mobilité urbaine, plus libre et sereine, pour répondre aux nouveaux enjeux de demain particulièrement sensibles en Chine.

Espace de vie unique associant design et confort, le stand DongFeng Citroën ouvrira ses portes à la presse le 16 avril.

Présente depuis 27 ans, la Marque est un acteur historique en Chine, qui représente le 2^{ème} marché de Citroën dans le monde après la France, avec plus de 113 000 voitures immatriculées en 2018 et revêt ainsi une importance toute particulière. Dans un marché particulièrement concurrentiel par le nombre de constructeurs et la tension sur les prix pour les marques généralistes, DongFeng Citroën aborde 2019 avec beaucoup d'ambition, portée par l'offensive SUV avec 3 modèles lancés en moins de 2 ans dont Nouveau SUV C3-XR en cours de lancement, la modernisation de ses berlines, et la restructuration de son réseau.

01 - PREMIÈRE EN CHINE : AMI ONE CONCEPT – CITROËN LIBÈRE LA MOBILITÉ URBAINE

De Genève à Shanghai, avec Ami One Concept, premier des 2 concepts célébrant le centenaire, Citroën expose sa vision de la mobilité urbaine, répondant aux nouveaux usages et au défi de la transition énergétique. Depuis 1919, l'histoire de Citroën a toujours été le reflet de son époque avec des véhicules anticonformistes et révolutionnaires devenus iconiques dans le cœur des automobilistes. 100 ans plus tard, la Marque se réinvente et dévoile à la clientèle chinoise son approche décomplexée de mobilité urbaine. Ainsi, et comme a pu l'être à son époque la 2 CV, Ami One Concept prône la liberté de mouvement pour tous en ville et porte en lui tout le potentiel d'une icône urbaine et populaire !

Ami One Concept se présente comme une solution de mobilité libre et responsable particulièrement adaptée aux problématiques des villes chinoises. **Objet en rupture, tendance et protecteur, ultra compact, 100% électrique, il permet à 2 personnes de se déplacer librement en ville. Ami one Concept met le digital au cœur d'une expérience de mobilité plus abordable, facile et sereine. Accessible à tous (sans permis), adapté à chacun (expérience « à la carte » de 5 min à 5 ans)**, géré via une application mobile dédiée, Ami One Concept fera son show en Chine sur le stand la Maison Citroën, grâce à une mise en scène en dynamique!

Ce concept illustre la vision de la liberté en ville "by Citroën" : #LibertyElectriCityMobility.

Dossier de Presse complet, photos et vidéos à retrouver via :

www.citroencommunication-echange.com

Identifiant (MAJ) : **AMI_ONE_CG19**

Mot de passe (MAJ) : **CONCEPT1_GENEVA**

02 - UNE GAMME PORTÉE PAR L'OFFENSIVE SUV

✓ Poursuite de l'offensive SUV avec Nouveau C3-XR

Pour renforcer sa présence sur le marché des SUV, le plus porteur en Chine, **Citroën dispose d'une gamme cohérente de 3 SUV modernes et technologiques, tous lancés en moins de 2 ans.** Avec un caractère marqué et des technologies modernes, **Nouveau SUV C3-XR** se positionne comme une offre attractive, économique et polyvalente, aux côtés de **SUV C4 Aircross** et de **SUV C5 Aircross**, deux SUV proposant chacun un design audacieux et plus de confort.

Nouveau SUV C3-XR, en cours de commercialisation, succède à un véhicule à succès produit à Wuhan et **déjà vendu à près de 180 000 exemplaires en Chine depuis son lancement fin 2014.** **Nouveau SUV C3-XR fait évoluer fortement son style** pour renforcer son attractivité. Il conserve son esprit jeune et son habitabilité, mais s'inscrit désormais de façon encore plus forte dans **la nouvelle identité Citroën**, évoluant vers davantage de fun et de personnalisation avec ses ponctuelles colorées. Nouveau SUV C3-XR adopte de nouvelles technologies comme le système d'infotainment HSAE associé à un écran tactile 9" et se repositionne avec des tarifs plus attractifs tout en conservant son confort d'usage. Il complète ainsi une offre cœur de marché constituée par SUV C4 Aircross et SUV C5 Aircross.

Ce qu'il faut retenir en quelques mots :

- **Nouveau SUV C3-XR intègre les derniers codes stylistiques de la Marque.** Sa face avant verticalisée, robuste et rassurante, son capot haut, bombé et creusé, lui donnent un aspect baroudeur. **La signature lumineuse s'inspire du Concept CXperience**, avec une nouvelle intégration des projecteurs principaux, dans la continuité des chevrons affinés et en forme de V.
- **Les ponctuelles colorées** permettent au Nouveau SUV C3-XR de proposer 3 combinaisons extérieures, pour créer son véhicule à son image : Blanc / Pack Color Rouge, Ginger Brown / Pack Color Silver, Rouge Tourmaline / Pack Color Silver. Pour exprimer encore plus de dynamisme, le bas du bouclier est doté d'un sabot Silver qui renforce le côté aventurier et tous chemins du véhicule : liberté, évasion quelles que soient les conditions.

- Le profil de Nouveau SUV C3-XR conserve ses atouts, avec ses barres de toit Silver au design unique dont le mouvement se prolonge à l'arrière des portes arrière pour renforcer l'impression d'espace intérieur.
- Il dispose d'un **empattement de 2650 mm « Best in Class » dans le segment B-SUV**, gage d'habitabilité et de polyvalence d'usage.
- **Les feux arrière de Nouveau SUV C3-XR** au modelé en relief, expriment davantage de caractère et mettent en valeur la nouvelle signature lumineuse à 4 modules rectangulaires de chaque côté.
- Dès l'ouverture de la porte, le programme Citroën Advanced Comfort® qui a guidé la conception du projet est perceptible, avec un poste de conduite en cohérence avec les derniers modèles de la Marque, des sièges confortables et accueillants, des matières chaleureuses et de la luminosité grâce au toit vitré panoramique.
- Nouveau SUV C3-XR répond aux besoins des clients les plus exigeants en termes de style, d'espace à bord, de sécurité, de qualité et d'agrément de conduite et séduit les clients les plus jeunes et technophiles. Son poste de conduite voit son offre technologique renforcée, avec le Grip Control et avec le nouveau système d'infotainment HSAE sur écran tactile de 9" flottant associé à deux prises USB et à la connectivité smartphone Apple CarPlay, Baidu Carlife et MirrorLink.

Dossier de Presse complet, photos et vidéos à retrouver via :

www.citroencommunication-echange.com

Identifiant (MAJ) : **NEW_C3-XR_SUV**

Mot de passe (MAJ) : **CHINA2019**

✓ **Le renforcement de Citroën sur le segment des berlines avec des évolutions sur C4 L**

Outre C-Elysée, l'offre de Dongfeng Citroën sur le segment majeur des berlines tricorps s'illustre sur le stand avec 3 modèles phares adaptés aux attentes du marché chinois :

- **C4 L** : berline du segment C au style statuaire et moderne grâce à ses proportions équilibrées. Elle bénéficie de légères évolutions pour 2019.
- **C5** : berline moderne et expressive conçue pour les clients chinois les plus exigeants, lancée en 2017. Elle s'appuie sur un style élégant et met l'accent sur la modernité et le confort pour une expérience à bord en toute sérénité.
- **C6** : berline statuaire témoignant de la capacité de la marque à investir un segment haut de gamme incontournable en Chine. Elle propose des prestations intérieures au meilleur niveau (espaces généreux, matériaux de qualité et technologies utiles au quotidien au service du confort de tous les passagers).

Commercialisée depuis fin 2012 en Chine et restylée depuis, la version Lounge Citroën C4 L dédiée au marché chinois est fabriquée localement à Wuhan. Citroën C4 L bénéficie en ce printemps 2019 de légères évolutions d'ordre stylistique et technologique. Véritable silhouette tricorps, C4 L conserve dans cette version Lounge son style statuaire et moderne grâce à ses proportions équilibrées. Fidèle aux codes stylistiques et aux valeurs de la Marque, cette berline visant le haut du segment C : embarque également des technologies toujours plus créatives (planche de bord intégrant un nouvel écran tactile) et offre des prestations intérieures au meilleur niveau, gage de confort et de bien-être à bord.

Ce qu'il faut retenir en quelques mots :

- C4 L conserve sa large calandre chromée et sa signature lumineuse, tout en adoptant de nouveaux projecteurs avant à LED teintés (suppression des feux antibrouillard) et un nouveau dessin de pare-choc à l'arrière (suppression de la garniture d'échappement)
- De profil, C4 L conserve son élégante silhouette tricorps (4,62m de long) à l'empattement généreux (2,71m) et au coffre spacieux (440 l). Elle peut compter sur des proportions équilibrées au bénéfice du confort, notamment pour les passagers arrière. A son habitabilité record sur le segment, s'ajoutent des sièges arrière grand confort avec des assises bien enveloppantes.
- A bord, C4 L dispose d'un poste de conduite valorisant. Elle offre une qualité de finition supérieure dont : un nouveau volant, des nouveaux panneaux de porte et une nouvelle sellerie. Autre évolution majeure, le style de la façade supérieure.
- C4 L garantit également confort et sécurité par ses technologies embarquées. La planche de bord intègre à présent un nouvel écran tactile 9" (navigation, téléphonie, musique) tandis qu'un frein de parking électrique fait son apparition.
- Le confort acoustique reste particulièrement soigné, grâce à une insonorisation optimisée et un toucher de route typiquement Citroën.

✓ Edition Collector « Origins »

Pour célébrer son centenaire, **Citroën expose sur le stand de Shanghai son édition collector baptisée « Origins », déployée à l'international.** Commune à plusieurs véhicules de la gamme Chine qui portent l'identité produit de Citroën, avec un langage stylistique fort et l'incarnation du programme Citroën Advanced Comfort®, cette édition profite d'un travail Couleurs et Matières qui fait écho au passé et met en valeur une personnalisation soignée et exclusive tant à l'extérieur qu'à l'intérieur.

Sont précisément exposés : SUV C5 AIRCROSS, SUV C4 Aircross, Nouveau SUV C3-XR, C5 et C6.

- Chaque modèle se voit décliné en une unique teinte de carrosserie à la fois chic et sobre : **Blanc**
- Cette édition collector arbore une personnalisation « Origins » avec des **éléments graphiques au code couleur Bronze** en clin d'œil à l'engrenage d'origine en connexion avec le passé. Dans cet esprit, on retrouve :
 - ⇒ Un Pack Color Bronze dédié avec selon les modèles : cerclage des projecteurs antibrouillard, cerclage des Airbump® et cabochons de roues, ainsi qu'un **sticker « Origins since 1919 »** apposé sur les portes avant de chacun des véhicules
 - ⇒ Une **ambiance intérieure harmonieuse** composée selon les modèles d'une sellerie tissu Gris Chiné avec surpiqûres Bronze, d'une sangle de planche de bord et de surtapis.

03 – UN STAND DU CENTENAIRE TOURNÉ VERS L'AVENIR

A Shanghai, Dongfeng Citroën propose un lieu de vie à l'image de la transformation de la Marque, associant **design et confort** dans son architecture et ses matériaux. A la fois sobre, dynamique, chaleureux et digital, **le stand est transformé en terrain de jeu pour Ami One Concept.** Ce nouvel écran d'une surface de **900m2** immerge le visiteur dans l'univers Citroën.

Une expérience qui propose un voyage dans le temps au travers de **deux espaces aux ambiances bien distinctes** regroupant icône du passé, modèles marquants du présent et vision d'avenir avec une nouvelle expérience globale de mobilité, libérée par un écosystème digital intuitif et accessible représenté par le simulateur d'expérience digitale clients.

✓ **Espace « La Maison Citroën »**

L'entrée se fait par **l'arche à la silhouette identitaire reprenant le profil d'une maison**, au-dessus de laquelle est suspendu le logo « Citroën Origins » de couleur Bronze. Cette première zone d'accueil associe fauteuils confortables et écrans digitaux intégrés dans les murs permettant aux visiteurs de naviguer sur le site Citroën Origins www.citroenorigins.fr/fr regroupant tous les modèles historiques Citroën. Elle débouche sur une envolée de chevrons surplombant à la fois des modèles de la gamme actuelle et un modèle iconique. Leur emplacement reprend la forme de Chevrons de grande dimension avec au sol une finition bois témoignant du soin apporté jusque dans les moindres détails.

A l'occasion des célébrations du **centenaire**, une TrACTION Avant appartenant à un propriétaire chinois a été remise au goût du jour. Ce véhicule révolutionnaire de par ses innovations techniques, a ouvert la voie à l'automobile moderne en 1934. Véritable modèle iconique, il bénéficie ici d'un travail Couleurs et Matières exclusif qui fait écho aux éditions Collector « Origins ». Un traitement identique aux modèles chinois exposés, avec leur teinte Blanche ainsi que leur logo Bronze apposé sur les portes avant en clin d'œil à l'histoire Citroën.

✓ **Espace « Le Comptoir Ami One »**

Spacieuse et colorée, **cette seconde zone aux couleurs d'Ami One Concept** affiche en majeur sur la façade du stand le manifeste **#LibertyElectriCityMobility**. Ce lieu qui exprime une vision d'avenir par son design et son contenu est également animé 3 fois par jour avec la **Performance Live « The Place to C »**. La mise en scène audacieuse de l'objet de mobilité urbaine électrique en rupture met le visiteur au cœur du dispositif grâce à sa nouvelle Arena en gradins. Véritable attraction du stand, Ami One Concept prend une autre dimension en se dévoilant sur **son propre « playground »**, pour une présentation dynamique similaire à celle du Salon de Genève, ayant valu à Citroën le 'Creativity Award 2019'. Quand il ne circule pas Ami One Concept s'expose sur un podium incluant une borne de recharge au cœur d'un décor très graphique. Citroën présente également son « Comptoir Ami One » qui propose un **« Simulateur d'Expérience Digitale Client »** préfigurant ce que pourrait être un distributeur automatique d'Ami One Concept en milieu urbain, de l'information sur le produit à la livraison. L'outil présenté sur le stand permet de se mettre dans la peau d'un client et de retracer le parcours le plus adapté à son besoin. Surplombant cette zone, une mezzanine intègre l'espace VIP et le café rebaptisé « The Citroënist Café ».

✓ **Boutique « Le Petit Citroën »**

Au centre du stand, Citroën a repensé sa boutique « Le Petit Citroën » pour en faire un lieu dédié aux petits comme aux grands, la boutique Lifestyle se pare en recto/verso de deux grands écrans et met en avant à l'intérieur des produits dérivés funs et innovants à l'instar de la nouvelle collection d'accessoires aux couleurs du Centenaire ou d'Ami One Concept également disponibles en ligne sur www.lifestyle.citroen.com. Autre innovation à découvrir ou redécouvrir : SEETROËN, les premières lunettes qui éliminent le mal des transports.

INFORMATIONS PRATIQUES

Rendez-vous sur le stand La Maison Citroën (Hall 7.2 /1er étage)

Les 16 et 17 avril (Journées Presse) puis du 18 au 25 avril 2019 (public)

La Conférence de presse Dongfeng Citroën se tiendra le mardi 16 avril à 11H40 (heure locale)

Vous aurez l'opportunité sur place, d'interviewer plusieurs porte-paroles de la Marque sous la forme de Tables Rondes :

- **Stratégie Marque** : Linda Jackson, Directrice Générale de Citroën,

- **Stratégie Produit** :

*Xavier Peugeot, Directeur du Produit Citroën, Senior VP

*Richard Meyer, Directeur des Produits futurs Citroën

-**Stratégie Communication et Marketing** : Arnaud Belloni, Directeur de la Communication et du Marketing, Senior VP

PHOTOS ET VIDEOS DISPONIBLES

www.citroencommunication-echange.com

Identifiant : MOTORSHOW_19

Mot de passe : 100_SHANGHAI

Lien Youtube : https://youtu.be/tnX_sn6kiRs

La Marque Citroën

Au cœur du marché automobile, **Citroën** s'affirme depuis 1919 comme une marque populaire au sens noble, faisant des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit souligné par sa signature 'Inspired by You' et incarné par des voitures alliant design unique et confort de référence. Au sein des généralistes, Citroën se distingue aussi par l'expérience singulière offerte à ses clients (Citroën Advisor, 'La Maison Citroën', etc.). En 2018, la Marque a vendu 1,05 million de véhicules dans plus de 80 pays.

Site media Citroën : <https://fr-media.citroen.com> - [@CitroenFrance](https://twitter.com/CitroenFrance)