

## **CITROËN ACCÉLÈRE SA CROISSANCE EN INDE, ASIE DU SUD-EST ET AMÉRIQUE DU SUD : LE NOUVEAU SUV C3 AIRCROSS, DÉVELOPPÉ ET PRODUIT LOCALEMENT, EST ROBUSTE À L'EXTÉRIEUR, GÉNÉREUX ET ACCUEILLANT À L'INTÉRIEUR**

- Citroën accélère sa stratégie de croissance internationale en dévoilant le nouveau C3 Aircross, un B-SUV unique en son genre, offrant une véritable valeur ajoutée dans ses versions 5 ou 7 places. Il est spécialement conçu pour les clients indiens, d'Asie du Sud-Est et sud-américains.
- Après le lancement en 2022 de C3 en Inde et en Amérique du Sud, le nouveau C3 Aircross marque la deuxième phase du programme C-Cubed de Citroën, annoncé en 2019. Un programme qui consiste à lancer des véhicules distinctifs et intelligemment conçus au cœur des marchés concernés, offrant des niveaux élevés de confort, de fonctionnalité et d'équipements pour répondre aux attentes des clients locaux.
- Le nouveau C3 Aircross a été développé avec la participation directe des équipes de chaque région en prenant en compte les aspirations locales. Il sera produit à Porto Real, au Brésil et à Thiruvallur, en Inde, avec une intégration locale d'environ 90 %.
- Avec un design résolument fidèle à l'identité Citroën, et reprenant tous les codes d'un SUV audacieux et robuste, le nouveau C3 Aircross sera commercialisé en Inde et en Amérique du Sud dans le courant de l'année 2023, et en Indonésie, le nouveau marché de Citroën, dans le courant de l'année 2024.

**Poissy, le 27 avril 2023** – Citroën dévoile aujourd'hui le nouveau C3 Aircross, un B-SUV familial, robuste à l'extérieur, généreux et accueillant à l'intérieur. Il est le fruit d'une collaboration et d'une conception locale destinée à répondre au plus près aux besoins spécifiques des clients sur les marchés clés de l'Inde, de l'Asie du Sud-Est et de l'Amérique du Sud.

Le nouveau C3 Aircross incarne sans le moindre doute toute l'identité Citroën. Il porte également tous les marqueurs d'un vrai B-SUV qui promet d'être compétitif au cœur de chaque marché. Il propose aux acheteurs un rapport prix - prestations convaincant, avec une offre sur mesure associant un design unique et musclé, le confort emblématique de Citroën, ainsi qu'une grande polyvalence avec la possibilité de proposer jusqu'à 7 places.

Ce nouveau modèle de SUV et la nouvelle C3 compacte déjà lancée représentent des étapes clés dans la stratégie de croissance internationale de Citroën. L'objectif de la marque est de réaliser 30 % de ses ventes mondiales hors d'Europe d'ici à 2025.

L'Inde, l'Asie du Sud-Est et l'Amérique du Sud sont des marchés à fort potentiel qui contribueront de façon significative aux ambitions internationales de Citroën. En 2022, les immatriculations de la marque en Inde et Asie-Pacifique ont augmenté de 56,9 % par rapport à 2021 et en Amérique du Sud, elles ont progressé de 21,2 %. En Inde, Citroën a réalisé 6 588 immatriculations en 2022 (+ 872,6 %), au Brésil, + 37,6 % (32 128) et en Argentine, + 11,3 %

(13 846). La présence de la marque Citroën dans ces deux régions a été clairement renforcée par le lancement réussi de la nouvelle C3.

Le nouveau C3 Aircross est le deuxième d'une gamme de trois nouveaux modèles spécifiquement destinés aux marchés internationaux dans le cadre du programme C-Cubed de Citroën, annoncé en 2019, et commercialisés entre 2022 et 2024. Comme pour la C3, ce B-SUV est développé et produit localement, à l'usine de Thiruvallur en Inde et à Porto Real, au Brésil, avec un niveau d'intégration du contenu de près de 90 %, ce qui garantit la satisfaction des clients grâce à une offre parfaitement adaptée à leurs besoins, à une disponibilité plus rapide des pièces et à un coût globalement plus faible.

Fidèle aux gènes de Citroën, le nouveau C3 Aircross est un SUV robuste et unique, disponible en versions 5 et 7 places, dont le lancement est prévu en Inde et en Amérique du Sud à partir de la fin 2023. À partir de 2024, il sera également lancé en Indonésie, un nouveau marché pour les activités de Citroën, annoncé en octobre 2022, en partenariat avec Indomobil Group en tant que distributeur unique.

*« Le succès de la stratégie de Citroën visant à développer ses activités à l'échelle mondiale pour atteindre l'objectif de 30 % de ses ventes hors Europe d'ici 2025 dépend de notre capacité à être compétitif pour attirer des clients dans plusieurs régions. Notre stratégie consiste à nous développer dans des régions et des marchés clés à fort potentiel et à croissance rapide, en proposant à nos clients une offre différenciée, abordable, adaptée au contexte local et construite localement. Une offre qui se distingue des autres et répond aux besoins des conducteurs et de leurs familles, tout en leur offrant l'expérience client la plus sereine parmi tous les constructeurs automobiles. Le nouveau C3 Aircross marque une nouvelle étape importante pour Citroën en nous permettant de toucher ces nouveaux clients qui recherchent un B-SUV familial, attrayant, économique et spacieux au design robuste et musclé », déclare Thierry Koskas, CEO de Citroën.*

## LE BON PRODUIT AU BON MOMENT

Citroën a pensé le nouveau C3 Aircross de 4,32 m de long, en 5 et 7 places, pour s'assurer qu'il serait le bon véhicule pour faire son entrée sur le segment très concurrentiel et en forte croissance des B-SUV sur les marchés indien, indonésien et sud-américain.

**En INDE**, le segment des B-SUV est divisé en deux, en fonction des taxes appliquées à la longueur du véhicule. Les ventes de modèles de plus de 4 mètres ont augmenté de 32 % en 2022 par rapport à 2021 pour atteindre 366 432 unités, soit près de 9,9% du marché des véhicules particuliers qui est d'environ 4 millions d'unités vendues par an. Parallèlement à l'augmentation du nombre de conducteurs au cours des dernières années, le nombre de véhicules proposés dans le sous-segment des B-SUV a également augmenté, ce qui le rend extrêmement compétitif.

*« En Inde, la décision d'acheter un B-SUV est prise par toute la famille, et les amis sont aussi souvent consultés. Si l'équation du budget et du coût global de possession est la considération principale, nous savons que les familles indiennes accordent une grande importance à l'originalité du design, à une présence statuaire sur la route et à un niveau élevé de confort général avec de l'espace, de la modularité, de la connectivité et des fonctionnalités, car elles ont conscience que ces attributs du véhicule reflètent leur style de vie et leur statut. C'est pourquoi nous n'avons pas ménagé nos efforts pour rendre le nouveau C3 Aircross vraiment désirable et accessible pour ces familles », déclare Saurabh Vatsa, directeur de Citroën Inde.*

Aujourd'hui, le choix des consommateurs est limité dès lors qu'ils recherchent un véhicule familial abordable, suffisamment spacieux et polyvalent pour transporter jusqu'à sept personnes, et offrant un design de SUV qui attire l'attention, ainsi que de bonnes performances et les dernières technologies. Jusqu'au lancement du nouveau C3 Aircross, la seule option réaliste à 7 places pour une famille est un monospace au style moins affirmé.

*« Le nouveau C3 Aircross est en phase avec les besoins du pays, puisque les SUV représentent près de 40 % de la part de marché totale. La demande continuant à croître rapidement, les B-SUV se sont imposés comme l'un des territoires les plus performants du segment. Les équipes du monde entier ont travaillé avec les équipes locales pour produire un nouveau véhicule très adapté pour l'Inde, qui se situera entre les nouvelles C3 et C5 Aircross. Celui-ci sera également fabriqué en Inde, grâce aux idées et aux efforts de nos centres de R&D et d'ingénierie dans le pays, ainsi qu'à ceux de l'usine d'assemblage de véhicules de Thiruvallur et de l'usine de groupes motopropulseurs de Hosur, dans le Tamil Nadu »,* ajoute Roland Bouchara, directeur général de Stellantis Inde.

**En INDONÉSIE**, le marché arrive rapidement à maturité et offre un grand potentiel de croissance. Les ventes de véhicules devraient doubler entre 2021 et 2030, ce qui en fait le marché à la croissance la plus rapide en Asie du Sud-Est et le deuxième en Asie. Près de 70 % des véhicules vendus dans ce pays sont des véhicules à 7 places (monospaces et SUV), et depuis 2016, la demande croissante de B-SUV a permis à ce segment d'atteindre 20 % du marché.

L'entrée de Citroën en Indonésie en tant que Marque qui « ose s'investir » arrive à point nommé, et le nouveau B-SUV C3 Aircross à 7 places séduira les professionnels et leurs familles à la recherche d'un véhicule pour des trajets quotidiens, des sorties le week-end et des aventures pour profiter de leurs loisirs facilement et sans souci.

**En AMÉRIQUE DU SUD**, Citroën bénéficie déjà d'une dynamique au Brésil et en Argentine avec un objectif ambitieux de quadrupler ses parts de marché entre 2021 et 2024. Au cours des cinq dernières années, le segment des B-SUV a connu la croissance la plus rapide et représente aujourd'hui 20,5 % du marché, contre un peu moins de 7 % pour le segment des B-Hatch. Il est également le plus compétitif avec 16 véhicules déjà en vente au Brésil et 17 en Argentine, même si le nouveau C3 Aircross sera le seul B-SUV à offrir une option 7 places lorsqu'il sera lancé plus tard au cours de l'année 2023.

*« Citroën vise à consolider sa présence sur le segment des B-SUV en Amérique du Sud, où nous sommes aujourd'hui très bien positionnés en Argentine et en pleine croissance au Brésil et sur d'autres marchés. Le nouveau C3 Aircross sera clairement essentiel pour atteindre cet objectif. Lors de la conception de ce B-SUV, nous avons veillé à répondre aux besoins des clients sud-américains en termes de robustesse, de style et de polyvalence, et nous sommes convaincus d'y être parvenus. Citroën sera la seule marque du marché à proposer un véhicule 7 places dans le segment des B-SUV »,* déclare Vanessa Castanho, vice-présidente de la marque Citroën en Amérique du Sud.

## **DIRECTEMENT INSPIRÉ DES SOUHAITS ET BESOINS DES CLIENTS DE CHAQUE REGION**

La clé du succès du programme C-Cubed de Citroën est la collaboration entre les équipes locales de Citroën et les concepteurs et ingénieurs de l'entreprise. Plus spécifiquement, pour le nouveau C3 Aircross, cela a impliqué des recherches approfondies sur les conditions d'utilisation de chaque marché et des conversations approfondies avec les clients pour s'assurer que ce B-SUV répond parfaitement à leurs désirs et à leurs besoins. Bien qu'il existe des différences mineures entre les véhicules proposés sur chaque marché sur la base de ces informations approfondies, certains thèmes communs sont apparus dans les ateliers organisés avec des clients potentiels, ce qui a directement influencé la conception et les caractéristiques finales de ce modèle.

*« En écoutant tous ces clients potentiels sur ces marchés, nous nous sommes assurés que le nouveau C3 Aircross offre aux familles un ensemble unique qu'elles apprécieront, associant le design distinctif de la marque Citroën et les attributs d'un pur SUV, dans un véhicule musclé et accrocheur, avec un excellent rapport prix/prestations. Il s'inscrit pleinement dans notre approche à 360 degrés en matière de confort et de bien-être pour tous, grâce à une habitabilité exceptionnelle, une grande polyvalence et un espace permettant de transporter jusqu'à 7 personnes en toute sérénité. Il propose des équipements et technologies valorisantes, notamment une connectivité sans faille sur la route. Et chaque*

*famille peut personnaliser encore davantage son véhicule grâce à une offre étendue de packs d'équipements et d'accessoires conçus sur mesure pour chaque marché», déclare Laurence Hansen, Directrice du Produit et de la Stratégie de Citroën.*

## **ROBUSTE À L'EXTÉRIEUR, GÉNÉREUX ET ACCUEILLANT À L'INTÉRIEUR**

Le nouveau C3 Aircross est un B-SUV familial de 4,32 m de long au design robuste et expressif qui inspire confiance. Il se caractérise par une face avant affirmée avec un capot haut, une voie large, la signature lumineuse en Y de Citroën et une double calandre soulignée par un sabot de protection inférieur pour faire face aux conditions routières variables. Sa silhouette se distingue par une garde au sol de 200 mm, parmi les meilleures de sa catégorie, des passages de roues musclés avec des roues et des pneus de grande taille, et des protections résistantes.

Le large montant de custode ajoute de la verticalité et de la force à la carrosserie, tandis que les vitres de custode arrière soignées renforcent la sensation de lumière et d'espace pour les passagers. Les fenêtres et les longues portes arrière renforcent la sensation de hauteur, de lumière et de visibilité, et permettent d'accéder facilement aux rangées de sièges arrière.

Pour disposer d'un modèle à leur image, les clients de chaque région peuvent également personnaliser leur véhicule en choisissant parmi une large gamme de packs d'équipements et d'accessoires adaptés aux attentes du marché et conçus pour ajouter du caractère et de la présence sur la route. De plus, l'offre de toit bi-ton, emblématique de Citroën, crée un effet de contraste qui attire l'attention, pour les propriétaires qui souhaitent ajouter une touche d'originalité à leur véhicule.

L'engagement de Citroën afin d'assurer aux conducteurs et aux passagers une sécurité et un confort à bord inégalés, transparaît dans chaque détail du nouveau C3 Aircross. La conduite dans un habitacle spacieux est un plaisir grâce à une suspension réglée pour offrir un maximum de confort et minimiser le roulis de la caisse dans des conditions de circulation difficiles et sur des revêtements routiers parfois dégradés. La direction et le rayon de braquage ont été optimisés pour améliorer l'agilité et faciliter les manœuvres dans un trafic urbain dense. Même la structure du soubassement et les angles d'approche ont été étudiés pour que le nouveau C3 Aircross puisse s'attaquer facilement aux chaussées irrégulières et abîmées, et gravir ou descendre des pentes abruptes sans les toucher.

La garde au sol élevée facilite le franchissement des bordures de trottoirs et des trottoirs élevés, tandis que la rigidité de torsion de la carrosserie a été soigneusement étudiée pour réduire les vibrations et améliorer le confort des passagers.

Le nouveau C3 Aircross est particulièrement généreux. Le modèle 5 places offre l'un des meilleurs espaces aux genoux pour les passagers arrière et jusqu'à 482 litres de volume de coffre, tandis que le modèle 7 places offre en plus une modularité astucieuse pour différentes utilisations, avec une troisième rangée de deux sièges individuels. Ceux-ci peuvent être rabattus ou retirés individuellement lorsque la famille a besoin d'équilibrer l'espace pour les passagers avec une capacité allant jusqu'à 511 litres pour les bagages ou autres cargaisons.

L'intérieur est accueillant et lumineux. Extrêmement bien équipé, il incarne l'approche globale de Citroën en matière de confort et de bien-être des occupants. Des sièges extrêmement confortables combinés à un système de climatisation et de chauffage performant permettent à chacun de se détendre, en particulier sur les deuxième et troisième rangées de la version 7 places, grâce à un module de ventilation unique intégré au panneau de toit. Parmi les solutions de rangement bien pensées, on trouve des porte-gobelets qui font aussi office de support pour smartphone et jusqu'à 5 prises USB, afin que les occupants puissent charger leurs appareils et rester en contact ou se divertir lors de leurs déplacements.

À l'avant, le tableau de bord attire l'œil et présente une structure très horizontale. Il présente dans sa partie centrale un grain doux au toucher unique. Selon les versions, C3 Aircross adopte un combiné TFT de 7 pouces et un écran tactile de 10 pouces (l'un des plus grands de cette catégorie) trône au centre et permet d'accéder aux principaux services d'info-divertissement et services connectés, y compris la fonction mirroring pour l'accès aux applications avec Apple Car-Play ou Android Auto.

#### **RESSOURCES DISPONIBLES À L'ADRESSE SUIVANTE :**

[Press Kit New C3 Aircross](#)



### **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 rechargeable. Marque pionnière dans les services et l'attention portée à ses clients particuliers et professionnels, Citroën est présente 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.Citroën.com>