

Poissy, le 22 septembre 2021

## **CITROËN AMI CELEBRE 1 AN DE SUCCES ET D'ENGAGEMENT DANS LA MICRO-MOBILITE ELECTRIQUE. AMI SERA LANCE AU ROYAUME UNI EN 2022.**

- Citroën célèbre le premier anniversaire d'Ami. Un an d'engagement au service d'une mobilité électrique 2 places, facile, agile, accessible à tous, sûre et confortable, au caractère unique. Avec Ami Citroën défriche un nouveau territoire et apporte une réponse moderne à un monde qui change.
- Electrique, Ami est une solution zéro émission qui se démarque dans le paysage urbain et a déjà séduit plus de 9000 clients en Europe. Il se décline désormais en version utilitaire avec My Ami Cargo. Depuis le printemps, Ami se déploie également en Italie, en Espagne et en Belgique, et depuis cet été au Portugal.
- Aujourd'hui, le Royaume-Uni lui ouvre grand ses portes. Déjà récompensé par les prix « GQ Car Awards 2021 » et « Auto Express New Car Awards », Ami y sera commercialisé courant 2022.
- Pour les particuliers, Ami est un gage d'indépendance qui séduit majoritairement des familles multi-motorisées, vivant souvent hors des grands centres-villes. Ami est utilisé par tous les membres du foyer. C'est un achat coup de cœur jugé dans l'air du temps face aux nouveaux enjeux de micro-mobilité, que 85% des clients recommanderaient à un proche.
- Pour les entreprises, Ami vient compléter leur flotte contribuant à réduire leur empreinte carbone et offrant l'avantage d'un très faible coût de détention. Au-delà des cinq pays de commercialisation, Ami est également présent dans des initiatives de mobilité durable en Grèce et en Turquie.

## **BILAN SUR 1 AN**

Depuis le lancement d'Ami en mai 2020, ce petit objet de mobilité suscite un vrai engouement. En témoigne la communauté des tous premiers clients qui s'est créée, partageant la même vision de la mobilité en Citroën Ami. Nombreux sont ceux qui se sont attachés à ce phénomène qu'ils n'hésitent pas à habiller à leur image ou aux couleurs de leur entreprise. Ami totalise plus de 9000 commandes depuis son lancement dont 6500 pour la France et 2000 pour l'Italie.

### **QUI SONT LES CLIENTS AMI ?**

Ont été identifiées trois grandes familles de clients qui partagent une attente d'indépendance, d'autonomie, et de responsabilité environnementale :

- La majorité d'entre eux, des familles avec enfants, accordent de l'importance à la valeur d'usage et aspirent à la liberté quand il s'agit de mobilité. Foyer multi-motorisé, la famille se partage différents modes de transport en fonction de leurs besoins. Ami, facile à conduire, pratique et accessible à tous dès 14 ans, vient en complément. Il est un gage d'indépendance pour les adolescents et de sécurité comparé aux deux roues.
- Pour d'autres, l'indépendance est une priorité absolue. Ami, protégé et chauffé, est le principal moyen de transport qui leur apporte de la facilité et de la fluidité dans leurs déplacements
- Enfin, certains plébiscitent la dimension environnementale. Principalement citadins, ils n'ont plus envie de prendre les transports en commun et se tournent vers Ami qui deviendra le principal moyen de transport.

**Ami séduit au-delà des grands centres-villes** : la majorité de nos clients vivent dans des petites agglomérations et des zones rurales dans lesquelles les transports collectifs se font rares et où il est plus facile de se garer et recharger. Cela montre qu'Ami n'est pas exclusivement citadin.

**Un complément facile et sûr dans des foyers multi-motorisés** : Ils sont généralement déjà à la pointe de la mobilité car bien équipés et multi-motorisés, possèdent un ou plusieurs vélos électriques. Ami, pouvant accueillir deux personnes, fermé et chauffé, parfaitement adapté aux courts trajets, vient ainsi compléter les modes de déplacements que les clients utilisent pour d'autres usages : la voiture pour les trajets plus longs, le vélo en tant que mode de déplacement actif pour se dégourdir les jambes.

**Un outil de conquête** : un grand nombre d'acheteurs ne sont pas des clients Citroën, **un fort taux de conquête et un élément majeur pour la Marque** qui prend ainsi contact avec de nouveaux clients. Certains n'ont pas de permis de conduire et représentent pour Citroën une nouvelle catégorie de clientèle.

### **MOTIVATIONS ET COMPORTEMENTS D'ACHAT**

**Positionnement attractif et conscience environnementale** : nos clients se déclarent sensibles au prix d'Ami, premier facteur d'achat. Ils portent en effet une attention toute particulière à leur budget mobilité. « Eco-citoyens », ils apprécient que ce quadricycle électrique contribue à réduire leur empreinte énergétique.

**Un goût développé pour la modernité et les nouveaux mode de consommation** : Nos clients sont fans d'innovations, et retrouvent dans Ami ce côté atypique et novateur tant au niveau de sa forme qu'au niveau de l'expérience client avec un parcours entièrement en ligne - de la découverte d'Ami à sa commande, livraison à domicile -, une distribution inédite chez notre partenaire Fnac-Darty, des essais déportés à proximité du domicile ou enfin la livraison à domicile comme n'importe quel produit de grande consommation. Connectés, ils passent en moyenne près de 5h chaque jour sur la toile et les réseaux sociaux. Ami est ainsi parvenu à conquérir le cœur d'une clientèle nouvelle en élargissant son mode de distribution et en facilitant le parcours client.

**Adeptes d'un style renforcé** : Marqueur fort de cet objet de mobilité urbaine, les clients sont séduits par le potentiel de personnalisation. Ami se décline en 7 versions différentes. Plus de 8 clients sur 10 choisissent de renforcer le caractère de leur Ami en le parant d'accessoires colorés. La majorité d'entre eux plébiscitent le 1<sup>er</sup> niveau de personnalisation My Ami Orange, My Ami Grey, My Ami Blue ou My Ami Khaki ; ils adoptent le concept ludique du « Do It Yourself » qui permet au client d'apposer lui-même les stickers ou de placer les divers accessoires de l'un de ces kits avec une facilité déconcertante.

## **CITROËN AMI, REPONSE AUX NOUVEAUX ENJEUX DE MICRO-MOBILITE**

Avec Ami, Citroën défriche un nouveau territoire, celui de la micro-mobilité. Sa philosophie est simple : promouvoir la liberté de mouvement en proposant un objet électrique en rupture hyper abordable. Ami apporte un nouveau regard sur la mobilité et l'envisage en rupture à 360°, du produit au mode de distribution. Né de l'observation des évolutions des usages en matière de transport et des comportements d'achat, il répond à l'urgence du mieux vivre, priorité des collectivités et de leurs habitants et au besoin inhérent de solutions de micro-mobilité durables, agiles et économiques :

- **Électrique, agile et offrant une faible empreinte au sol, Ami est une réponse adaptée pour accéder aux centres urbains.** Il est question de décongestionner les villes soumises à la pollution. Ainsi près de 200 villes européennes dans une dizaine de pays ont instauré des zones à faibles émissions quand d'autres, comme Stockholm, Londres, Oslo, Milan, Dublin ou Singapour sont allées encore plus loin en imposant un péage de façon à réduire de 15 à 20% le trafic automobile (selon l'étude menée par Game Changers Ipsos en novembre 2018).
- **Avec une autonomie de 75 km, se rechargeant facilement sur une prise standard 220 V et proposé à un prix ultra compétitif, Ami favorise la transition vers l'électrique.** L'électromobilité est en pleine expansion particulièrement en milieu urbain (hausse de +132% du marché électrique européen en 2020 vs 2019). L'étude récente de l'Observatoire Cetelem met en exergue la prise de conscience environnementale des Européens, dont 41% estiment que la principale avancée de l'automobile sur les dix dernières années est sans conteste la production de véhicules moins polluants. 68% affirment qu'ils utiliseraient plus leur voiture si elle polluait moins et ils pensent que dans dix ans, la majorité des voitures seront des hybrides (36%) et des électriques (13%).

- **Etroite à l'extérieur mais logeant confortablement 2 personnes côte à côte, accessible dès 14 ans sans permis, stable sur ses 4 roues et fermé avec une structure tubulaire, Ami est un mode de déplacement agile, confortable et protecteur.** Les ventes des nouveaux véhicules individuels (NVEI) connaissent un vrai boom. Il y aurait en France plus de 500 000 adeptes de vélos, trottinettes, et autres gyropodes, hoverboards ou monoroues (données Ademe 2020). Des équipements pas forcément utilisables par tous et soumis aux risques de la circulation urbaine. La voiture traditionnelle cède peu à peu la voie à ces solutions émergentes, propres, offrant une autre expérience de la mobilité. Ami garantit plus d'indépendance, de facilité et de sécurité et se positionne en alternative ou en complément à ces nouveaux modes de transport.
- **Economique à partir de 19,99 € / mois, Ami peut être commandé 24h sur 24, 7 jours sur 7 sur le site de vente en ligne [store.citroen.fr/ami](https://store.citroen.fr/ami). Il est également disponible dans les magasins de notre partenaire Fnac Darty et dans le réseau Citroën participant.** Le e-commerce est en pleine effervescence. 8 Français sur 10 ont acheté en ligne en 2020 (source Fefad/Médiamétrie), ce qui représente 40 millions de personnes, soit une progression de 20,4% en un an. A titre d'exemple, le groupe Fnac Darty a vu ses ventes en ligne augmenter de plus de 55%. De nombreuses microentreprises ont développé leur site de vente en ligne.

## UNE DYNAMIQUE QUI SE POURSUIT

**Déploiement international** : Après la France et l'Italie, Ami est actuellement en phase de lancement en Espagne, Belgique et Portugal. A chaque fois c'est tout un écosystème qui est mis en place pour proposer une même expérience associant le digital et des partenaires dédiés. Un nouvel horizon s'ouvre ce jour: Ami, qui conservera sa conduite à gauche, va traverser la manche pour conquérir le Royaume Uni.

**My Ami Cargo, la déclinaison utilitaire** : Les entreprises, dont l'activité réclame des déplacements urbains quotidiens courts (en moyenne moins de 25 km par jour) et fréquents, sont soumises comme les particuliers aux contraintes de circulation dans les villes liées à l'augmentation des embouteillages, péages, zones à faible émission, zones piétonnes et piste cyclables, difficultés de stationnement. On observe que ces commerçants, professions libérales, artisans, collectivités, sociétés de services de proximité, sites industriels qui ont besoin d'opérer des livraisons ou des prestations de service se tournent aussi vers les modes de déplacement à deux ou trois roues pour se déplacer dans les centres urbains.

Citroën a décidé de créer une version utilitaire d'Ami, My Ami Cargo, une alternative aux deux et trois roues moins protégés et dont les conducteurs subissent les caprices de la météo, avec un volume utile de plus de 400 litres et une zone modulaire de stockage côté passager permettant d'accueillir 140 kg de marchandises et proposant en partie haute une fonctionnalité de bureau mobile. Protecteur, pratique, facile à manœuvrer et à stationner, rechargeable en seulement 3H, proposant un prix attractif associé à un coût à l'usage réduit (consommation d'énergie inférieure à 2 €/100 km, soit 4 fois moins cher que celle d'un véhicule thermique et un coût d'entretien minoré de 30%), My Ami Cargo, dont l'ouverture des commandes a débuté, a tout pour devenir l'Ami des pros. Une solution qui intéresse un public très large du commerçant à l'industriel, de la profession libérale à aux flottes d'entreprise.

Ami et ses usagers sont une source d'inspiration inépuisable pour Citroën. Ainsi, une nouvelle innovation vient de voir le jour à travers l'opération « My Ami Super Fan » mise en place depuis cet été afin que les prospects puissent recueillir l'avis de clients d'une façon des plus originales. Il s'agit d'un tout nouveau dispositif d'essais, au volant de l'Ami d'un des 27 ambassadeurs qui est déjà passé par la case achat et qui utilise son véhicule au quotidien, et sera ravi de partager son expérience avec les novices. Rendez-vous sur [citroen.fr/ami](https://citroen.fr/ami) !

### Citroën

Depuis 1919, Citroën crée des automobiles, des technologies et des solutions de mobilité pour répondre aux évolutions de la société. Marque d'audace et d'innovation, 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, la majorité disponible en version électrique ou hybride rechargeable. 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 6200 points de vente et de services dans le monde.

<https://fr-media.citroen.com>

