

Rueil-Malmaison, le 22 février 2019

SALON DE GENÈVE 2019: CITROËN CÉLÈBRE 100 ANS D'AUDACE ET D'INNOVATION AU SERVICE DE LA LIBERTÉ DE MOUVEMENT

Au salon de Genève 2019, Citroën met en lumière sur son stand 100 ans d'audace et d'innovation au service de la liberté de mouvement et d'une expérience automobile populaire et conviviale. Un stand sur lequel la Marque décline:

- Son héritage :
 - 3 modèles iconiques habillés aux couleurs du centenaire : Type A, Traction et 2 CV.
- Sa dynamique :
 - Une gamme moderne, forte et cohérente illustrée pour la première fois par la nouvelle Edition Collector « Origins » et portée par le nouveau flagship SUV C5 Aircross. Des modèles qui associent un design audacieux et un confort exceptionnel issu de 100 ans de savoir-faire, incarné aujourd'hui par le programme Citroën Advanced Comfort.
 - En première mondiale, SpaceTourer The Citroënist Concept: un concept de van moderne et connecté, support de mobilité étendue avec le vélo « Rider The Citroënist by Martone ». Un lieu de vie et de travail pour vivre l'évasion intensément et la partager instantanément.
 - C3 WRC qui a remporté au rallye de Monte Carlo la 100^{ème} victoire de la Marque en WRC.
- Sa vision d'avenir :
 - En Première Mondiale 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 la mobilité en ville.

Le stand Citroën, un espace de vie unique associant design et confort, célébrant le centenaire et tourné vers l'avenir, de « La Maison Citroën » au « Comptoir Ami One ». Un lieu animé plusieurs fois par jour avec la performance « The Place to C », et sur lequel Ami One Concept se déplacera librement.

A ne pas rater sur le stand Citroën :

01. PREMIÈRE MONDIALE : AMI ONE CONCEPT – CITROËN LIBÈRE LA MOBILITÉ URBAINE

A Genève, Citroën dévoile en Première Mondiale **Ami One Concept** : sa vision de la mobilité urbaine, répondant aux nouveaux usages et au défi de la transition énergétique. **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 fait son show en Première Mondiale sur le stand la Maison Citroën, grâce à une mise en scène unique!

02. PREMIÈRE MONDIALE : SPACETOURER THE CITROËNIST CONCEPT

Un van moderne plein de caractère, inspiré par l'envie de liberté et de partage. Il constitue un **véritable lieu de vie et de travail itinérant pour vivre l'évasion sans limite tout en restant connecté**. Son nom fait référence à l'attachement des fans de la Marque, dont il reprend tout l'ADN : une silhouette graphique pleine de caractère, et une promesse de mobilité en tout confort. Une liberté de mouvement étendue puisque **le concept s'accompagne d'un modèle de vélo exclusif « Rider The Citroënist by Martone »**, développé en partenariat avec Martone, et reprenant les codes stylistiques du concept.

03. TROIS MODÈLES ICONIQUES DE L'HISTOIRE CITROËN

Pour célébrer son centenaire, Citroën expose 3 modèles iconiques remis au goût du jour : **Type A, Traction et 2 CV**. Chacun d'entre eux a bénéficié d'un travail Couleurs et Matières inédit en **clin d'œil à l'Édition Collector Origins présentée en première mondiale sur le stand**.

04. UNE GAMME MODERNE, FORTE ET COHÉRENTE

Citroën expose une gamme renouvelée à la fois dynamique, forte et cohérente, grâce à ses 6 lancements majeurs réalisés depuis 2016. Un déploiement qui porte ses fruits puisque la Marque a réalisé en 2018 un record de ventes en Europe depuis 7 ans. Des modèles qui partagent un design distinctif et un confort de référence issu du programme Citroën Advanced Comfort® et qui sont **présentés ici pour la première fois dans la livrée de l'édition collector Origins**, célébrant le centenaire. Une gamme portée par Nouveau SUV C5 Aircross qui sera le premier début 2020 à proposer une offre PHEV à la gamme Citroën. Citroën poursuit ainsi son offensive produit avec pour objectif à horizon 2025 que chaque modèle de sa gamme dispose d'une version électrifiée.

05. UN STAND DU CENTENAIRE TOURNÉ VERS L'AVENIR

Un stand spectaculaire, espace de découverte associant **design et confort** à la fois dynamique, chaleureux et digital. Un lieu de vie à l'architecture unique qui sera **animé plusieurs fois par jour par la performance « The Place to C »** et transformé en **terrain de jeu pour Ami One Concept qui circulera sur le stand**. Un stand qui immerge le visiteur dans l'univers Citroën d'aujourd'hui « **La Maison Citroën** » à demain « **Le Comptoir Ami One** », un espace proposant un **simulateur d'expérience digitale client** unique, véritable **distributeur automatique de mobilité facile et intuitif** de la présentation à la livraison de l'objet.

INFORMATIONS PRATIQUES

Rendez-vous sur le stand La Maison Citroën (N°6271) les 5 et 6 mars (Journées presse) puis du 7 au 17 mars (public).

« The Place to C », une performance en direct « Inspired by you », se tiendra Mardi 05 MARS à 12h00

Vous aurez l'opportunité dès 8h, d'interviewer plusieurs porte-paroles de la Marque sous la forme de Tables Rondes :

- Stratégie de Marque : Linda Jackson, Directrice Générale de Citroën,
- Stratégie Produit : Xavier Peugeot, Directeur du Produit Citroën, Senior VP
- Stratégie Communication et Marketing : Arnaud Belloni, Directeur de la Communication et du Marketing, Senior VP
- Stratégie Design : Pierre Leclercq, Directeur du Style Citroën.

01- PREMIÈRE MONDIALE : AMI ONE CONCEPT - CITROËN LIBÈRE LA MOBILITÉ URBAINE

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. A l'occasion du Salon de Genève 2019, la Marque se réinvente et dévoile en avant-première son approche décomplexée de l'objet 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 et porte en lui tout le potentiel d'une icône urbaine et populaire ! Ce qu'il faut retenir de ce concept en quelques mots :

- Citroën perpétue **100 ans d'innovation et d'audace au service de la liberté de mouvement** en présentant : **Ami One Concept, un objet 100% électrique en rupture qui met le digital au cœur d'une nouvelle expérience de mobilité urbaine, plus libre et sereine.**
- Fidèle à la signature de Marque « Inspired By You » Ami One Concept est la réponse aux nouveaux usages des clients et au défi de la transition énergétique en ville.
- **Ce concept illustre la vision de la liberté en ville "by Citroën" : #LibertyElectricCityMobility.**
 - ⇒ Liberté d'accès : **accessible sans permis**, Ami One Concept s'accompagne d'un écosystème digital global innovant au service d'une **expérience de mobilité moderne, conviviale et proposée au plus grand nombre.** Ce dispositif repense le parcours client et propose **une utilisation « à la carte », de 5mn à 5 ans**, allant de l'autopartage à l'achat en passant par la location. Il intègre **une application mobile dédiée** qui permet de gérer sa relation à l'objet et donne accès à un portail de services simplifiant chaque trajet.
 - ⇒ Liberté de mouvement : l'accès aux centres-villes avec une solution de mobilité **100% électrique, ultra compacte et agile**, qui permet à **deux personnes** de se déplacer librement dans un objet **intuitif et connecté.**
 - ⇒ Liberté d'afficher sa modernité : **un caractère affirmé**, audacieux et coloré, et **une conception symétrique** astucieuse, pour réaliser un **objet tendance et protecteur** qui permet d'aborder la ville avec style et confort. Une identité et une modernité qui se prolongent dans une ligne de produits dédiés disponible sur l'e-boutique www.lifestyle.citroen.com

Pour plus de détails retrouvez le dossier de presse complet via le lien en bas de communiqué

02- PREMIÈRE MONDIALE : SPACETOURER THE CITROËNIST CONCEPT

Forte de sa deuxième place consolidée en 2018 sur le marché européen des camping-cars, la Marque Citroën enregistre, depuis 4 années consécutives, la meilleure progression de tous les constructeurs automobiles. Citroën dépasse aujourd'hui les 10% de part de marché en Europe sur ce segment, avec des immatriculations en augmentation de plus de 71 %. SpaceTourer, support idéal de nombreuses transformations, participe pleinement à cette croissance. SpaceTourer The Citroënist Concept est fidèle à 100 ans d'histoire d'une Marque populaire qui a toujours travaillé au service de la mobilité et de l'évasion accessibles au plus grand nombre. Il symbolise le dynamisme de Citroën sur le territoire des camping-cars et se caractérise par :

- Présenté en Première Mondiale, **SpaceTourer The Citroënist Concept** est un van moderne plein de caractère, inspiré par l'envie de liberté et de partage. Il **constitue un véritable lieu de vie et de travail itinérant pour vivre l'évasion sans limite tout en restant connecté.**
- Son nom fait référence à l'**attachement des fans de la Marque**, dont il reprend tout l'ADN : une silhouette graphique pleine de caractère, et une promesse de mobilité en tout confort.
- **Une liberté de mouvement étendue** puisque le concept s'accompagne d'un modèle de **vélo exclusif « Rider The Citroënist by Martone »**, développé en partenariat avec Martone, et reprenant les codes stylistiques du concept. Ce vélo sera disponible à la vente en ligne sur www.lifestyle.citroen.com aux cotés des produits dérivés « The Citroënist ».
- Sur la base d'un SpaceTourer, **ce concept de camping-car inédit** propose un aménagement intérieur spécifique développé par Pössl (qui commercialise le Campster). Il permet à **2 personnes** de dormir à bord, de ranger un vélo, et dispose d'un **bureau embarqué connecté.**
- SpaceTourer The Citroënist Concept témoigne du dynamisme de Citroën sur le marché des camping-cars, marché sur lequel la marque a enregistré une progression de 71% en Europe en 2018, renforçant ainsi sa deuxième place.

Pour plus de détails retrouvez le dossier de presse complet via le lien en bas de communiqué.

Plus d'images et vidéo à venir le 01/03/2019

03- TROIS MODÈLES ICONIQUES DE L'HISTOIRE DE CITROËN

La dynamique produit de Citroën est également portée par la dimension iconique de la Marque, qui fête son centenaire et puise ses origines dans le génie d'un homme : André Citroën. Attaché à l'humain, Citroën fait preuve d'audace et d'innovation depuis 1919 pour bousculer les codes et proposer des solutions de mobilité et une expérience automobile plus faciles et sereines. Une réalité plus que jamais incarnée par sa signature de Marque « Inspired by You ».

A l'occasion de la célébration du centenaire de Citroën, le stand met à l'honneur le glorieux passé de la Marque Citroën à travers **trois modèles iconiques** inscrits dans le cœur des visiteurs :

- **Type A** : Première voiture Citroën à avoir été construite en Europe en grande série, la Type A est destinée au grand public dès juin 1919.
- **Traction** : Révolutionnaire par ses innovations techniques, la Traction Avant a ouvert la voie à l'automobile moderne en 1934.
- **2 CV** : Symbole de liberté, cette automobile populaire et anti conformiste est présentée en 1948 au Salon de Paris. Sans prétention, sympathique et économique, la 2 CV séduit tous les publics.

Remis au goût du jour, ces modèles devenus mythiques **portent la même signature « Origins since 1919 »** que l'Édition Collector Origins ainsi qu'une carrosserie Blanche, reprenant le thème de ce centenaire !

04- UNE GAMME MODERNE, FORTE ET COHÉRENTE

▪ UNE NOUVELLE GAMME SYNONYME DE SUCCÈS EN EUROPE

L'actuelle offensive produit de Citroën, qui s'illustre par une gamme dynamique, forte et cohérente avec 6 modèles lancés en moins de 2 ans, porte ses fruits. En Europe et pour la 5^{ème} année consécutive, les volumes n'ont cessé de croître (+ 5% versus 2017 et + 28% en 5 ans). **La Marque a ainsi enregistré 825.000 ventes, un niveau record depuis 7 ans**, tout en gagnant des parts de marché en VP comme en VU. En France, Citroën a totalisé plus de 286 000 immatriculations, soit une croissance de près de 6%, nettement supérieure à celle du marché (+3,3%). Résultat : la Marque gagne du terrain et atteint 10,9% de part de marché dans l'Hexagone.

Des performances portées par le succès des derniers lancements : C3 avec plus de 530.000 ventes depuis novembre 2016, Nouvelle C4 Cactus avec près de 80.000 ventes en 2018, une augmentation de 33%, SUV C3 Aircross avec près de 170.000 ventes depuis ses débuts, Nouveau Berlingo Van/Berlingo avec déjà 50.000 ventes et nouveau SUV C5 Aircross tout juste lancé, totalisant déjà plus de 20.000 ventes. Autant de modèles qui partagent les nouveaux codes stylistiques de Citroën ainsi qu'un confort moderne, global et homogène, issu du programme Citroën Advanced Comfort® et sont déclinés pour le centenaire en une Édition Collector Origins, à l'exception de Nouveau SUV C5 Aircross qui voit sa première année pleine de commercialisation débuter en Europe.

▪ PREMIÈRE MONDIALE : UNE ÉDITION COLLECTOR TRANSVERSALE « ORIGINS »

Une identité commune

Pour célébrer son centenaire, Citroën dévoile sur le stand de Genève en première mondiale son édition collector baptisée « Origins » commune à plusieurs véhicules de la gamme actuelle (selon les marchés) qui portent l'identité produit de Citroën, avec un langage stylistique fort et l'incarnation du programme Citroën Advanced Comfort®. Sont précisément exposés : **C1, C3, SUV Compact C3 Aircross, Nouvelle Berline C4 Cactus et Grand C4 SpaceTourer.**

Une personnalisation inédite

A travers cette édition collector Origins, les citadines C1 et C3, le SUV Compact C3 Aircross, la berline Nouvelle C4 Cactus ainsi que le monospace Grand C4 SpaceTourer profitent 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!

Traitement spécifique Couleurs & Matières:

- Chaque modèle se voit décliné dans **différentes nuances de carrosserie** à la fois chics et sobres : **Blanc, Noir, Gris**
- Un mariage bi-ton est proposé avec un toit Noir (sur C1, C3, SUV Compact C3 Aircross, C4 SpaceTourer)
- Cette édition collector arbore une personnalisation extérieure 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 :
 - ⇒ Des adhésifs de coques de rétroviseurs extérieurs et de custode avec **bandes décoratives** (sauf sur Grand C4 SpaceTourer)
 - ⇒ Un sticker de volet de coffre (sur tous les modèles)
 - ⇒ Un décor central de toit spécifique (sur C3)
 - ⇒ Un Pack Color Bronze dédié avec cerclage des projecteurs antibrouillard et des Airbump® (sur C3, Nouvelle Berline C4 Cactus), cerclage des projecteurs (sur C3 Aircross) ou encore cabochons de roues (sur C1)
 - ⇒ Un **sticker « Origins since 1919 »** apposé sur les portes avant de chacun des véhicules
- Autre élément de style distinctif : les vitres et lunette arrière surteintées ainsi que des **jantes alliage BLACK** (sauf sur C-Elysée et C4/Grand C4 SpaceTourer)
- Harmonieuse, l'**ambiance intérieure** se distingue par : une sellerie tissu Gris Chiné avec surpiqûres Gold et étiquette « Origins » (sur C3, SUV Compact C3 Aircross et Nouvelle Berline C4 Cactus), un bandeau de planche de bord gainé TEP Mistral avec surpiqûres Gold (sur C3) et des surtapis avant et arrière spécifiques.

La commercialisation de cette édition collector transversale sera déployée à l'international. En France, les modèles C3, Nouvelle Berline C4 Cactus et C4/Grand C4 SpaceTourer sont d'ores et déjà disponibles à la commande dans leur version Origins. C1 et SUV Compact C3 Aircross seront commercialisés dans cette même édition au deuxième trimestre.

Cette édition collector transversale « Origins » donne l'occasion de célébrer le centenaire d'une Marque audacieuse et visionnaire en retraçant les grands succès et grandes thématiques de son histoire, de 1919 à nos jours. Des modèles historiques à découvrir ou redécouvrir sur le site www.citroenorigins.fr

Pour plus de détails retrouvez le dossier de presse complet via le lien

▪ NOUVEAU SUV C5 AIRCROSS : FLAGSHIP DE LA MARQUE

Avec Nouveau SUV C5 Aircross, Citroën poursuit son offensive SUV internationale. Nouveau flagship de la Marque cohérent des derniers modèles Citroën, ce SUV Nouvelle Génération, inspiré par les attentes des clients, est doté d'un caractère unique et affirmé. Il propose une offre de personnalisation inédite avec 30 combinaisons extérieures. Porteur du programme Citroën Advanced Comfort®, Nouveau SUV C5 Aircross est le SUV le plus modulable et le plus confortable de son segment. Equipé des suspensions avec Butées Hydrauliques Progressives® et des sièges Advanced Comfort, il propose une nouvelle expérience à bord typiquement Citroën. Il dispose également d'une modularité unique avec 3 sièges arrière individuels coulissants, escamotables et inclinables, et un coffre Best in Class de 580 L à 720 L. Moderne et high-tech, il reçoit 20 technologies d'aides à la conduite dont le Highway Driver Assist, dispositif de conduite autonome de niveau 2, ou le Grip Control avec Hill Assist Descent pour sortir des sentiers battus, ainsi que 6 technologies de connectivité, notamment la recharge sans fil pour smartphone.

Produit en France dans l'usine de Rennes - La Janais, Nouveau SUV C5 Aircross sera le premier véhicule Citroën à disposer d'une version Plug-In Hybrid PHEV, disponible début 2020. Il constituera le premier opus de l'offensive « Low Emission Vehicle » de la Marque qui prévoit de lancer une nouvelle offre LEV par an à partir de 2020, en cohérence avec la Core Model Strategy.

▪ UNE GAMME TOURNÉE VERS LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Nouveau SUV C5 Aircross Plug-In Hybrid Concept marque le passage vers une gamme élargie qui, en complément de moteurs thermiques performants et d'offres électriques ciblées, s'enrichira dès 2020 d'offres 100% électriques et d'offres hybrides rechargeables. Une gamme cœur de marché moderne, cohérente, tournée vers l'avenir et la transition énergétique, avec des modèles inspirés par ses clients, proposant, dans chacun des segments et sur chacun des marchés, l'offre de mobilité électrifiée cœur de marché la plus adaptée à leurs usages, des offres électriques ultra ciblées aux offres plus polyvalentes.

A partir de SUV C5 Aircross, tous les nouveaux modèles lancés par la Marque disposeront d'une offre électrifiée, signe de l'engagement de la Marque pour une transition énergétique responsable et visant à proposer au plus grand nombre, au cœur du marché, des offres adaptées selon les usages de chacun, dans chacun des segments et sur chacun des marchés. La future version PHEV de SUV C5 Aircross, commercialisée début 2020 sera le premier modèle PHEV Citroën de la Core Model Strategy qui conduira d'ici 2023 à avoir 80% de la gamme disposant d'une offre électrifiée puis 100% en 2025, avec une nouvelle offre électrifiée tous les ans.

Les offres de mobilité électrifiée étendue de Citroën répondront aux attentes des clients particuliers ou professionnels en quête de mobilité vertueuse et de coût à l'usage maîtrisé. Elles ajouteront une nouvelle dimension au programme Citroën Advanced Comfort®, grâce à une nouvelle expérience du confort Citroën avec un mode électrique (ZEV) tout en fluidité, douceur et silence qui soulignera encore le confort de référence des modèles de la Marque.

05 - UN STAND DU CENTENAIRE TOURNÉ VERS L'AVENIR

A l'occasion de ses 100 ans, la Marque Citroën a conçu un nouvel écrin d'une surface de plus de **1000m²** **mettant en lumière son héritage, sa dynamique actuelle et sa vision d'avenir**. Cet espace de vie à la fois convivial et chaleureux **associant design et confort** dans son architecture et ses matériaux, permet aux visiteurs de vivre une **véritable immersion dans l'univers Citroën**.

Une expérience qui propose un voyage dans le temps au travers de deux zones distinctes, **de l'entrée par « La Maison Citroën » à la vision d'avenir proposée par « Le Comptoir Ami One »**. Deux espaces aux ambiances bien distinctes regroupant les icônes du passé, les modèles marquants du présent (de la gamme actuelle au concept de van en passant par la C3 WRC) et l'avenir d'une nouvelle expérience globale de mobilité, **libérée par un écosystème digital intuitif et accessible représenté par le simulateur d'expérience digitale clients**.

ESPACE 1 – « LA MAISON CITROËN » : L'entrée se fait par la silhouette identitaire reprenant le profil d'une maison, au-dessus de laquelle **est suspendu le logo « Citroën Origins » de couleur Bronze**. Cette zone, mélange de matériaux chaleureux et de teintes sobres, célèbre **100 ans d'histoire Citroën**. L'emplacement des trois véhicules historiques iconiques et des actuelles Editions Collector Origins reprend la forme de **Chevrons de grande dimension** avec au sol une **finition bois** témoignant du soin apporté jusque dans les moindres détails. C'est dans cet espace qu'est présenté « SpaceTourer The Citroënist Concept », dans une zone fidèle à ce concept, associant matériaux naturels et écrans digitaux. A proximité, les murs avec écrans intégrés permettront aux visiteurs **soit de naviguer sur les configurateurs 3D soit de voyager sur le site Citroën Origins** regroupant tous les modèles historiques Citroën.

ESPACE 2 – « LE COMPTOIR AMI ONE » : Un espace qui exprime **une vision d'avenir par son design et son contenu**. Son ambiance est tout en contraste avec une tonalité grise qui s'oppose à des couleurs fortes reprenant celles d'Ami One Concept : Orange Mécanique et Out of The Blue. Des couleurs qui se retrouvent sur **les claustras qui reprennent le graphisme identitaire de l'intérieur du véhicule** faisant référence au monde du mobilier et **affichent en majeur sur la façade du stand le manifeste #LibertyElectriCityMobility**. Spacieuse et colorée, cette zone permet plusieurs découvertes :

- **Une mise en scène unique de l'objet de mobilité urbaine électrique en rupture Ami One Concept**. Véritable attraction du stand, Ami One Concept prend une autre dimension en se dévoilant sur **une piste de 14m de diamètre au design unique**, pour **une présentation dynamique sans précédent**. Le Concept dispose ainsi de **son propre « playground » à la façon d'un circuit urbain et témoigne ainsi de sa pertinence pour une mobilité agile et sereine**. 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.
- Porteur au fil de son histoire **d'expérience client innovante**, Citroën présente son **« Comptoir Ami One » qui propose un « Simulateur d'Expérience Digitale Client »**. Il **préfigure ce que pourrait être un distributeur automatique d'Ami One Concept en milieu urbain, de l'information sur le produit à la livraison**. Avec Ami One Concept, Citroën entend mettre le digital au cœur d'une nouvelle expérience de mobilité ultra accessible, intuitive et facile, adaptée à l'usage de chacun. L'outil présenté sur le stand permet de se mettre dans la peau d'un client et de retracer son parcours le plus adapté à son besoin.

- Citroën renouvelle l'expérience du Mondial de Paris en mettant le visiteur au cœur du dispositif, avec **une nouvelle Arena en gradin** aux fauteuils cosy et colorés. Les visiteurs seront invités à suivre **la Performance Live « The Place to C »**, répétée quotidiennement (jusqu'à 4 fois par jour), durant laquelle un danseur fera corps avec les images diffusées à l'écran. Un lieu également idéal pour voir évoluer en mouvement la star: Ami One Concept.

LE PETIT CITROËN : Au centre du stand, Citroën a repensé **sa boutique « Le Petit Citroën »** pour en faire un lieu traversant et convivial. Dédiée aux petits comme aux grands, **la boutique Lifestyle** se pare d'une verrière d'inspiration loft et met en avant des produits dérivés funs et innovants à l'instar de **la nouvelle collection d'accessoires aux couleurs du Centenaire, d'Ami One Concept ou de « The Citroënist Est. 1919 » 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.

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)