

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, le 10 octobre 2016

Mondial de l'Automobile de Paris : Citroën exprime toute sa créativité sur son stand !

Citroën fait vivre au visiteur du Mondial de Paris un instant « Feel Good » dans un espace de vie où les œuvres d'art côtoient les modèles et concept-cars. La Marque montre ainsi son attachement au bien être, à la créativité et au design français. Le stand, composé de matériaux chaleureux, propose une façade lumineuse unique composée de capitons gonflés à l'air éclairés par des leds et une résille de mots délimitant le stand. Deux sculptures imposantes représentant les chevrons magnifient l'entrée de la Maison Citroën, située au cœur du stand. Tandis que des canapés inédits faisant écho au design intérieur du concept car haut de gamme CXPRIENCE invitent à sa contemplation en plein confort.



C'est dans un décor fait de bois naturel, d'une façade lumineuse composée de capitons gonflés à l'air éclairés par des leds et d'une résille de mots délimitant le stand, que Citroën accueille ses visiteurs au Pavillon 1, Allée C, Stand 320. Au-delà des incontournables concept-cars CXPRIENCE et C3 WRC, ainsi que de la Nouvelle C3, présentés en premières mondiales, les visiteurs peuvent profiter d'un stand renouvelé, lieu de partage et de convivialité. A la fois lumineux et chaleureux, il y règne une ambiance 'Feel Good', chère à la Marque.

Avec ses 2 260 m² de superficie et sa répartition en trois grands univers, la Marque fait la part belle à la création. Dès l'entrée sur le stand, le visiteur est invité avant même de pénétrer dans la Maison Citroën, à découvrir deux sculptures uniques sublimant les chevrons. Deux interprétations 'arty' du logo de la Marque baptisées « I Love Citroën » et « I Feel Citroën ».

La première œuvre, se compose de 1284 pièces en forme de chevrons qui, ensemble, représentent l'emblème de la Marque. Cette création a été réalisée en impression 3D, une technique en accord avec la signature 'Créative Technologie' de la Marque. Cette sculpture 100% 'made in France' de la conception à la fabrication, incarne l'esprit audacieux de Citroën. Elle a été créée par Karine Buisson Caillard, Global Brand Design Manager Citroën, et Jean-Baptiste Sénéquier, designer passionné par la technique d'impression 3D.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

La seconde œuvre unique « I Feel Citroën » est née dans la lignée de « I Love Citroën ». Entièrement composée de bois en surface, elle bouge et évoque la respiration, le souffle, la vie. Elle incarne à sa manière l'histoire de la Marque Citroën bientôt centenaire, qui n'a cessé de se régénérer en mettant l'homme au cœur de ses préoccupations. Là encore c'est en découvrant le projet expérimental de bois gonflable (technique brevetée) de la jeune société française d'ébénisterie ARCA, que Karine Buisson Caillard, Global Brand Design Manager Citroën, a tout de suite eu envie de créer une sculpture magique et esthétique.



La nouvelle expérience Citroën se poursuit au sein de la Maison Citroën, lieu dédié à l'univers de la personnalisation de sa future Citroën et préfigurant les futurs points de vente. Chaque objet est à sa place comme dans une véritable maison, dans laquelle on peut confortablement s'installer entre matériaux doux, chaleureux et colorés pour configurer un véhicule, écouter de la musique, recharger son smartphone via des bornes spécifiques ou naviguer via les tablettes tactiles mises à disposition.



Pour une expérience toute aussi créative et confortable, Citroën a positionné aux abords de son concept CXPERIENCE, des fauteuils design aux lignes fluides et au coloris jaune agrume édités par la marque DIVA. Créées par la designer Sahar Famouri, ces assises modulables et fonctionnelles subliment l'espace et permettent différentes compositions et mises en scène grâce à leurs formes uniques et modernes. Ces fauteuils « Crystal » font ainsi écho au programme « Citroën Advanced Comfort® » et à la volonté de Citroën de s'exprimer sur un territoire haut de gamme. Une vision moderne du confort automobile portée par cette berline bicorps dont les portes à ouverture antagoniste offrent une vue imprenable sur un habitacle spacieux, moelleux et coloré, suggérant instantanément le bien-être à bord.



Marque audacieuse et créative depuis plus de 95 ans, Citroën offre à l'occasion du Mondial de l'Automobile de Paris 2016, une expérience visuelle et artistique unique à ses visiteurs. Des preuves concrètes au service de sa promesse : « Be Different, Feel Good ».

La Marque CITROËN

CITROËN est une marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste. Génératrice d'optimisme depuis 1919, la Marque se distingue par sa créativité et son audace. Des valeurs qu'elle met au service du bien-être de ses clients, en apportant des réponses nouvelles aux questions de chaque époque. Aujourd'hui, CITROËN se réinvente avec des modèles qui concentrent leur valeur sur le design, le confort et l'intelligence technologique, mais aussi avec une expérience client fluide et transparente, à l'image de son site d'avis en ligne CITROËN ADVISOR. CITROËN, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans plus de 90 pays et près d'1,2 million de véhicules vendus en 2015. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2015, un 2^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.