



COMUNICATO STAMPA

Milano, 10 febbraio 2015

Citroën: Creatività e Tecnologia al servizio del benessere

Citroën prepara il suo stand per il prossimo Salone di Ginevra ribadendo i suoi valori legati al nuovo posizionamento sul mercato.

Fedele al proprio DNA, Citroën è il marchio automobilistico del benessere a 360°. Per ottenere questo risultato ha rivoluzionato da tempo il modo di "pensare" i prodotti e il rapporto con il cliente per offrire vetture dallo stile unico, funzionali, comode da vivere. In altre parole, con più design, più confort, più tecnologia utile... e un budget controllato.

Il nuovo posizionamento CITROËN, vuole proporre un nuovo approccio all'auto ancora più globale e fluido, più conviviale e leggero. Citroën C4 Cactus, finalista per l'elezione Car of the Year 2015 e Nuova Citroën C1 sono la dimostrazione di questa visione dell'auto decisamente moderna e ottimista.

Citroën C4 Cactus, vero manifesto della nuova filosofia Citroën, adotta innovazioni tecnologiche e concettuali in favore della semplicità e del costo di utilizzo, con in particolare **3 innovazioni presentate in esclusiva mondiale**.

> [Airbump](#), un'innovazione CITROËN utile, distintiva e personalizzabile, in grado di caratterizzare il design della vettura proteggendo al contempo la carrozzeria dai piccoli danni legati alla guida di tutti i giorni.

> [Airbag passeggero integrato nel padiglione \(tecnologia "Airbag in Roof"\)](#), un'esclusiva mondiale concepita per offrire al passeggero anteriore maggiore spazio e volume di carico.

> [Tetto in vetro panoramico ad alta protezione termica](#), per inondare di luce l'abitacolo rimanendo protetti dagli effetti del calore.

Nuova CITROËN C1, city car frizzante e disinvolta, è proposta in versione 3 e 5 porte, e si presenta con una nuova silhouette con tetto in tela apribile elettricamente, denominata Aircap. Con le sue dimensioni ultra compatte risponde alle esigenze di mobilità urbana delle congestionate città italiane aggiungendo, grazie ad una nuova e brillante motorizzazione 1.2 VTI da 82cv, una dimensione anche extra urbana.

Il video allegato evidenzia ed esalta proprio questo rapporto, che affonda nella storia del Marchio e si proietta nel suo futuro:

http://citroen.lulop.com/public/it_IT/topic/gamma/post/55552

Il Marchio CITROËN

CITROËN significa creatività e tecnologia a servizio del benessere.

Dal 1919, CITROËN è uno dei principali protagonisti della diffusione delle automobili, apportando in modo concreto e positivo le soluzioni alle necessità di ogni epoca. Nel 2014, i modelli Citroën offrono ciò che conta davvero per i clienti: più design, più confort, più tecnologia utile, il tutto con un budget controllato.

CITROËN significa 10.000 punti vendita e post vendita in oltre 90 Paesi e 1.266.000 veicoli venduti nel 2013. Si aggiungono poi 8 titoli di campione del mondo costruttori nel WRC e un nuovo impegno sportivo nel WTCC nel 2014.

CITROËN – COMUNICAZIONE

Via Gallarate 199 — 20151 Milano tel. +39 02.3976.2431

www.citroen.it, www.sito-stampa.citroen.com