

PERSBERICHT



Amsterdam, 10 januari 2019

CITROËN VIERT IN 2019 WERELDWIJD HET HELE JAAR LANG ZIJN HONDERDSTE VERJAARDIG!

Citroën bestaat dit jaar 100 jaar! Bij het bedenken van de festiviteiten rondom deze bijzondere verjaardag stond een simpele vraag centraal: hoe zou André Citroën [die Nederlandse roots had] deze verjaardag hebben willen vieren? Deze visionair, bedenker van de moderne communicatie met zijn onverwachte initiatieven (lichtreclame op de Eiffeltoren, baanbrekende expedities, enz.) zou het ongetwijfeld op een bijzondere manier hebben gedaan. Trots op dit DNA pakt Citroën het dan ook groot aan met een gedurfd programma met internationale evenementen en activiteiten gedurende het hele jaar.



Citroën viert zijn honderdste verjaardag het hele jaar op internationaal niveau met:

- 5 events
- 2 concept cars
- Diverse fraaie merkactiviteiten/campagnes

EVENTS 'INSPIRED BY YOU'

We vieren de honderdste verjaardag van een echt 'people minded brand', een merk dat altijd al inspiratie zocht bij de mens en zijn leefgewoonten. Het merk dat al 100 jaar wereldwijd jong en oud inspireert, wordt via verbindende en leuke evenementen in de schijnwerpers gezet:

▪ RETROMOBILE 2019 (van 6 tot 10 februari, Paris Expo Porte de Versailles)

Op deze happening, waar je als liefhebber van de geschiedenis van de auto niet mag ontbreken, heeft Citroën een bijzondere stand van 1.200 m² met 30 iconische modellen uit drie categorieën:

- ✓ **10 seriegeproduceerde** auto's: Type A 10 HP, C3 5 HP, Traction Avant, Type H, 2 CV, DS 21 Pallas, Méhari, CX 25 Prestige, C6, nieuwe C5 Aircross SUV;
- ✓ **10 concept cars**: C10, GS Camargue, Karin, Activa 1, Xanae, Osmose, C-Métisse, GTbyCitroën, Tubik, CXPÉRIENCE;
- ✓ **10 sportauto's**: Scarabée d'Or, Petite Rosalie, DS 21 van de rally van Marokko 1969, SM van de rally van Marokko 1971, 2 CV Raid Afrique, ZX Rallye Raid, Xsara Kit Car, C4 WRC, C-Elysée WTCC, C3 WRC.

Voor deze gelegenheid wordt bovendien een **speciale catalogus** uitgebracht met daarin de geschiedenis van deze 30 modellen.

▪ 'VAN GENERATIE OP GENERATIE' (vanaf mei op social media):

INSPIRED BY YOU

CITROËN PR AFDELING

LEMELERBERGWEG 12, 1101 AJ AMSTERDAM

TEL: 06-46112067 – anne.lobbes@citroen.com – <http://int-media.citroen.com> – www.citroen.nl

Omdat de geschiedenis van een honderdjarig merk mede door de steun van de trouwste ambassadeurs wordt geschreven, dankt Citroën hen met een originele online animatie: 'De Génération en Génération' (van generatie tot generatie). Hoe werkt het? Families, bedrijven of dealers van over de wereld die Citroën al generatieslang trouw zijn, vertellen in filmpjes over hun unieke band met het merk. Deze filmpjes worden op social media gedeeld en laten zien hoe de liefde voor het merk in alle hoeken van de wereld leeft.

- **DE 'STREET BURST DAY' (medio juni, locatie nog geheim):**
De allereerste Citroën (de Type A) werd gelanceerd in juni 1919. Deze maand wordt door Citroën dan ook gebruikt om een feestelijk evenement in de Franse hoofdstad te organiseren, de 'Street Burst Day'. Een knipoog naar het woord 'Birthday' en ook een wereldwijd ongekend evenement: Citroën zal 's nachts in een straat 100 representatieve auto's voor het merk parkeren, modellen van verzamelaars en uit de archieven van het merk zelf, maar ook concept cars.... Een expositie die gegarandeerd bijzonder is voor passanten. Tot aan het einde van het weekend zijn de auto's te bezichtigen. En voor wie er niet heen kan het evenement zal ook gedeeld worden via social media.
- **'MEETING OF THE CENTURY' (van 19 tot 21 juli, in Ferté-Vidame - Eure-et-Loir):**
Grande finale van de festiviteiten rondom de 100e verjaardag op initiatief van de verzamelaars van het merk, 'Le Rassemblement du Siècle' (ontmoeting van de eeuw) wordt gehouden op het mythische testterrein van Ferté-Vidame (de historische site van Citroën waar met name ook de 2CV werd getest). Deze internationale ontmoeting van verzamelaars belooft een historisch evenement te worden met de komst van meer dan 11.000 verzamelaars, meer dan 5.000 geëxposeerde auto's en naar verwachting meer dan 50.000 bezoekers in drie dagen tijd. Citroën steunt het evenement met onder meer een speciale expositie.
Meer informatie vindt u op de site: <https://citroencc.com>
- **'CITROËN STORIES' (vanaf juli op social media):**
Ter gelegenheid van de internationale roadtrip in de nieuwe C5 Aircross SUV gaat een journalist Citroënliefhebbers in bezit van een iconisch model opzoeken en hun verhaal over de band met Citroën en over hun unieke Citroën maken. De interviews in de zeven landen die worden aangedaan, zullen op social media worden gedeeld.

CONCEPT CARS: 100 JAAR VISIONAIR

Het feest van Citroën gaat ook over het vieren van een merk dat zich altijd is blijven richten op de toekomst van de auto door innovatieve oplossingen te bieden in lijn met de behoefte en de verwachtingen van dat moment. Het 100-jarig jubileum biedt Citroën ook de gelegenheid om zijn visie op de toekomst te geven via de onthulling van 2 nieuwe concept cars:

- **CONCEPT CAR #1 (februari)**
Dit studiemodel geeft een beeld van de visie van Citroën op mobiliteit in de stad. De auto wordt in februari onthuld en zal zijn wereldpremière beleven op de Autosalon van Genève (maart).
- **CONCEPT-CAR #2 (mei)**
Deze concept car staat symbool voor 'ultracomfort' volgens Citroën. Hij wordt in mei onthuld in

Parijs.

DIVERSE MERKACTIVITEITEN

100 jaar Citroën gaat verder dan alleen maar het merk vieren. Er wordt ook een geliefd icoon in de bloemetjes gezet, het symbool van lef, creativiteit en de kunst van het wereldwijd leven 'à la française' via zijn mythische auto's, unieke communicatie en sportprestaties. Allemaal elementen die sinds 100 jaar de bijzondere identiteit van Citroën vormen en die het merk ter gelegenheid van zijn 100e verjaardag de nodige eer betuigt met:

- **EEN NIEUWE MERKCAMPAGNE (op televisie vanaf maart in Nederland)**

Na de eerste versie die in maart 2018 werd gelanceerd, komt er ter gelegenheid van het 100-jarig jubileum een nieuwe versie van de merkcampagne. De lifter reist in deze versie door de tijden heen naar vier nieuwe plekken. Er spelen persoonlijkheden in mee die onlosmakelijk met de geschiedenis van Citroën zijn verbonden: de reclameman Jacques Séguéla in een DS en Sébastien Loeb in zijn Xsara WRC.

De complete versie van deze nieuwe internationale commercial staat op

<https://youtu.be/PSfN7d6el3k>

- **EEN VERZAMELAARSEDITIE 'ORIGINS' (vanaf kwartaal 2 in Nederland beschikbaar)**

De verzamelaarseditie 'Origins' is een speciale serie van een aantal modellen speciaal ontwikkeld ter gelegenheid van 100 jaar Citroën, die internationaal op de markt wordt gebracht. De 'Origins' verzamelaarseditie is met name herkenbaar aan de specifieke kleuren en materialen met bronskleurige designelementen passend bij de badge 'Origins since 1919' op de carrosserie.

- **HET VIRTUELE MUSEUM 'CITROËN ORIGINS'**

In 2016 ging de website www.citroenorigins.com online. In het virtuele museum van Citroën, uitgerold in 40 landen en vertaald in 23 talen, komen in 2019 maar liefst 5 nieuwe modellen die bewonderd kunnen worden in 3D met geluid. Hiermee heeft het museum inmiddels 79 auto's in zijn collectie. Er zullen bovendien kortstondige exposities worden gehouden en de foto's en video's van de belangrijkste evenementen zullen er worden gedeeld. Nederlandse bezitters van een Citroën zijn erg actief in het registreren van hun auto op de site www.citroenorigins.nl/nl.

- **NIEUWE PRODUCTEN EN SPEELGOED (vanaf januari)**

'Papa, mama, Citroën' zijn de woorden die een kind als eerste zou moeten zeggen, aldus André Citroën bij de lancering van een gamma Citroën speelgoed in de jaren '20 van de vorige eeuw. Een nooit vertoond initiatief destijds dat ervoor moest zorgen dat de naam van het merk thuis met de paplepel zou worden ingegoten. Naar dit idee wordt verwezen met een speciaal productgamma in de grafische stijl van het Citroën van de jaren '20. Mokken, kaartspellen, memory en zelfs een 100% Citroën editie van het beroemde MONOPOLY! Verder lanceert het merk ook miniaturen van oude modellen die tot dusver nooit op de markt werden gebracht en twee verschillende koffertjes met collectors items van vroeger en nu.

- **CITROËN-DEALERS**

Overall ter wereld worden de verkooppunten van Citroën versierd voor 100 jaar Citroën. De huisstijl is speciaal voor deze gelegenheid ontwerpen en zichtbaar aan de buitenkant van de panden en in

de showrooms. Identiteit, vlaggen, banieren, totems en ook stickers zullen daarmee het thema van 'Citroën Origins since 1919' dragen op een bronskleurige ondergrond. Daarbij hoort ook een origineel 3D '100 jaar' beeldhouwwerk dat voor de verjaardag is gemaakt.

- **CITROËN RACING VIERT 100 JAAR SPORTIEF AVONTUUR**

Vanaf de eerste tocht door de Sahara die André Citroën organiseerde tot het wereldkampioenschap WRC rally heeft Citroën onafgebroken bewezen hoezeer het merk houdt van grenzen verleggen en avontuur. Citroën Racing viert 100 jaar Citroën op de volgende manier: de C3 WRC in een nieuw kleurig jasje die in januari wordt onthuld op de beurs van Birmingham, een korte film over de competitiehistorie van Citroën die op Rétromobile zal worden vertoond (februari), een gloednieuw seizoen van de online serie 'Little Big Racing' 'vintage' versie die op social media wordt uitgezonden.

- **'100 JAAR CITROËN RECLAME' DOOR JACQUES SÉGUÉLA (april)**

Al 100 jaar onderscheidt Citroën zich door zijn knowhow en wist dit altijd op een bijzondere manier in beeld te brengen voor het publiek. Waar de concurrenten gewoon 'reclame' maken, zocht André Citroën al snel de 'publiciteit' op: lichtreclame op de Eiffeltoren, avontuurlijke expedities op rupsbanden, origineel vormgegeven reclameborden langs de weg, speelgoed van Citroën... Hij zette alle middelen in om het merk bekendheid te geven. Die cultuur van gedurfde communicatie heeft zich voor altijd in het DNA van het merk verankerd. Een uniek verhaal waar reclameman Jacques Séguéla, bedenker van de docu's over Citroën in de jaren '80 (de 'wilde chevrons', de Visa GTi op vliegdekschip Clémenceau, AX op de Chinese muur, enz.) op terugblikt in een verzamelaarsboek. Het rijk geïllustreerde boek komt eind maart in Frankrijk uit en zal ook verkrijgbaar zijn in het Engels.

- **'THE WORLD INSPIRED BY CITROËN' (zomer 2019)**

Citroën heeft carte blanche gegeven aan zeven internationaal bekende fotografen om het merk vast te leggen op 100 nieuwe foto's. Gemaakt in zeven wereldsteden (Parijs, Amsterdam, New York, Buenos Aires, Tunis, Rome, Tokyo) leggen ze de wereldwijde aantrekkingskracht van Citroën vast in een fotoreeks die verleden, heden en toekomst met elkaar verbinden. Deze 100 foto's worden gedeeld via Instagram en Facebook en zullen bovendien het onderwerp vormen van een gratis te bezoeken expositie in de Monnaie de Paris (Parijs, 6^e) in juli en augustus 2019. Daarnaast zullen ze ook allemaal verschijnen in een speciale XXL-editie van het beroemde magazine IDEAT.

Behalve met deze grote evenementen viert Citroën zijn honderdste verjaardag ook nog met talloze andere lokale verrassingen dit jaar: we houden u op de hoogte!

Het merk Citroën

Als internationaal opererend automerk is Citroën al sinds 1919 prominent aanwezig op de consumentenmarkt. Met hun vaak gedurfde design, comfort en doordachte technologie geven de modellen van Citroën kleur aan de autowereld - en dat geldt ook voor de nieuwe C3 en de nieuwe C3 Aircross. De populariteit van Citroën is mede te danken aan het feit dat we ons vooral laten inspireren door mensen en hun bezigheden. Vandaar het motto: "Inspired By You". Die kernwaarde komt ook tot uiting in een unieke customer experience die het merk biedt, met name door het city store concept 'La Maison Citroën', de online beoordelingsite 'Citroën Advisor' en de mobiliteitsoplossingen zoals Citroën Rent & Smile en Citroën Earn & Drive. Citroën staat voor 10.000 sales en after-sales punten in meer dan 80 landen en meer dan 1,1 miljoen verkochte auto's in 2017. En ook voor 8 keer wereldkampioen Constructeurs bij het WRC en 3 maal op rij wereldkampioen Constructeurs bij het WTCC.



PERSCONTACT

Anne Lobbès - Tel.: +31 (0)646112067 – anne.lobbes@citroen.com