

Poissy, le 12 juillet 2022

CITROËN AMI : UN SUCCES SANS FRONTIERES

- Le succès de Citroën Ami s'affranchit des frontières. Déjà commercialisé dans 9 pays en Europe, il est disponible depuis le mois de juin au Royaume-Uni et en Turquie pour les clients professionnels et particuliers.
- Compact et pratique, utile aussi bien en ville qu'à la campagne, les clients particuliers représentent 84% des commandes. Cependant, dans certains pays, le mix s'inverse en faveur des entreprises, comme sur les marchés marocain ou turc.
- Le Portugal a trouvé le parfait équilibre entre particuliers et professionnels qui se partagent les commandes à part égale.
- Avec déjà plus de 23 000 commandes, « cette success story » illustre comment Citroën a su répondre aux nouvelles attentes de la société en matière de micro-mobilité pour tous les types de clients et de besoins.

Depuis son lancement en avril 2020, Citroën crée la surprise sur le marché de la micro-mobilité grâce à sa conception pensée pour en faire un objet abordable, son parcours d'achat en ligne comme n'importe quel bien de consommation courante, sa distribution élargie via les réseaux Fnac et Darty. Populaire, inspirateur de communautés, il est au cœur de nombreux événements comme la Design Week de Milan ou encore les Jeux Internationaux de la Jeunesse qui se sont déroulés à Bruxelles. Déjà commercialisé dans 9 pays en Europe, Citroën Ami est maintenant disponible au Royaume-Uni et en Turquie depuis le mois de juin. Adopté par les clients particuliers, les professions libérales ou les grands groupes industriels ou de services, totalisant plus de 23 000 commandes au compteur, dont le très exclusif My Ami Buggy, le succès de Citroën est sans frontières.

« Ami incarne véritablement l'esprit de Citroën, étroitement liée à ses clients dans leur vie quotidienne et dans leur mobilité. Nous nous engageons à rendre l'électrification accessible à tous et nous sommes très fiers de constater qu'Ami rencontre un succès de cette ampleur en Europe et aussi hors du continent. », déclare Vincent Cobée, Directeur Général de Citroën.

01. AMI UN SUCCES QUI GAGNE DU TERRAIN

Depuis son lancement en avril 2020, plus de 22 400 commandes ont été réalisées en Europe, auxquelles viennent s'ajouter celles du Maroc et de la Turquie, soit un total de plus de 23 000 unités.

La France est le marché le plus important avec plus de 13 300 commandes, dont 83% de clients particuliers et 17% de clients professionnels. Ami occupe la 1^{ère} place du marché des quadricycles électriques et la seconde place sur le marché global toutes énergies confondues avec une part de marché de 26% à fin mai. Entre mai 2021 et mai 2022, le marché

des quadricycles a connu une croissance de 9,7%, portée par l'arrivée d'Ami. Les immatriculations ont augmenté de 47% en un an.

En Italie, Ami est un vrai succès. Le second pays déployé est aussi le second marché après la France, fort de plus de 6 700 commandes. Sur le premier quadrimestre 2022, Ami est leader sur le marché des quadricycles avec 31% des immatriculations, et une part de marché qui monte à plus de 65% si l'on considère uniquement les quadricycles électriques. Ami y a séduit massivement les particuliers qui représentent 94% des acheteurs.

L'Espagne et la Belgique sont au coude à coude avec respectivement 780 et 724 commandes. Le marché espagnol est porté par 75% de clients particuliers tandis que le marché belge compte 42% de clients professionnels et Ami est déjà leader du segment des quadricycles à fin mai 2022.

Sur le marché **portugais**, Ami se vend aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises et compte à ce jour 476 commandes à date. Il occupe la 1^{ère} place des quadricycles avec une part de marché de 35% à fin mai.

Ami s'apprête à conquérir l'Angleterre. Le lancement **au Royaume-Uni** a une histoire particulière. Malgré le volant à gauche, l'intérêt du public a été tel que tout a été mis en œuvre pour proposer Ami aux clients britanniques. Dès l'annonce des tarifs d'Ami le 24 mai dernier, 2 000 pré-commandes ont déjà été enregistrées, ce qui présage d'un début de commercialisation très prometteur. Les versions d'Ami outre-Manche conservent leur volant à gauche. Il faut y voir plusieurs avantages : celui de ne pas augmenter le coût d'Ami, inévitable en cas de transformation industrielle pour une conduite à droite, et celui de permettre au conducteur de sortir du véhicule en toute sécurité côté trottoir lorsqu'il est stationné.

En Turquie, les commandes ont été ouvertes aux professionnels dès septembre 2021. Près de 400 commandes ont été consignées sur le site de vente en ligne. Sur le marché turc, Ami est l'offre la plus abordable et est particulièrement appréciée pour son côté protecteur comparé aux deux roues qui sont nombreux sur les routes. Le 20 juin dernier, les particuliers ont pu avoir accès à la vente en ligne de 50 Ami et à notre grand étonnement ils se sont vendus en seulement 25 minutes, ce qui démontre le fort intérêt pour le petit quadricycle dont la présence dans le paysage turc devrait augmenter dans les prochains mois ! Ces premiers acquéreurs seront livrés courant août.

Les 641 commandes du **Maroc** et de la **Turquie** proviennent exclusivement de professionnels, dans la mesure où Ami a été commercialisé en priorité aux entrepreneurs qui ont trouvé dans cet objet de mobilité un moyen économique, agile et sûr pour leurs services de proximité.

02. UNE SOLUTION ASTUCIEUSE QUI SEDUIT LES PROFESSIONNELS

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.

Il est particulièrement adapté aux sociétés, dont l'activité réclame des déplacements urbains quotidien courts et fréquents, sociétés qui sont soumises comme les particuliers aux contraintes de circulation dans les villes. Les

commerçants, professions libérales, artisans, collectivités, sociétés de services de proximité, sites industriels qui ont besoin d'opérer des livraisons ou des prestations de service trouvent dans Ami ou Ami Cargo le partenaire idéal, car pratique et agile, pour poursuivre et développer leurs activités.

FRANCE

Certaines entreprises voient le côté pragmatique et habillent leurs Ami aux couleurs de leur enseigne ou de leur marque et s'en servent de vecteur de communication. C'est notamment le cas en **France** des Ami Cargo de Darty Royan qui permettent, grâce à leur zone de chargement de plus de 400 litres située en lieu et place du siège passager, de livrer par exemple du petit électroménager à ses clients tout en diffusant de la publicité mobile lors de ses trajets dans la ville et sa périphérie. Grâce au dispositif « Custom My Ami » développé par Citroën avec son partenaire Faab Fabricauto, il est possible de réaliser un décor sur mesure à partir d'une image ou d'un logo.

ESPAGNE

Ami fait aussi des émules en **Espagne**. Après avoir livré un exemplaire au Parc Warner, Citroën vient de livrer 9 unités à une usine du groupe Arcelor-Mittal située à Sagunto. Engagée dans le développement durable, le groupe sidérurgique a choisi Ami qui n'émet aucune émission de CO₂ pour opérer les trajets entre les différents entrepôts de son usine.

BELGIQUE

En **Belgique**, 15 Ami aux couleurs d'Ekoservices, ont été mis à la route en février dernier. Cette entreprise, le premier opérateur de services de proximité en Wallonie et Bruxelles, s'inscrit dans une démarche constante d'accompagnement de ses travailleurs. En témoigne notamment son investissement pour le développement de maisons témoins dédiées à la formation au métier d'aide-ménagère. Il était donc naturel pour le groupe de répondre à un autre besoin : la problématique de mobilité rencontrée par ses collaborateurs. Les 15 Ami ont ainsi été mis à leur disposition pour leurs trajets domicile-travail.

Le 13 avril, 50 Ami ont été livrés à la société ADS Carsoft, le spécialiste du diagnostic automobile. Ce choix a été guidé par l'aspect pratique, économique et écologique qui caractérise le quadricycle, lequel sera utilisé en autopartage par les employés au sein des établissements du groupe et dans les villes où ils opèrent.

PORTUGAL

Au **Portugal**, 160 My Ami Cargo sont venus renforcer la flotte du groupe de distribution postale CTT. « My AMI Cargo bénéficie d'un espace de chargement conforme à notre activité qui se traduit par de courts trajets. Son autonomie est suffisante et sa vitesse adaptée à celle de la circulation dans les centres urbains. Ses dimensions ultra compactes facilitent l'accès aux rues portugaises particulièrement étroites, permettant aux facteurs de manœuvrer et stationner sans difficulté », déclare Joao Bento, CEO de CTT.

Une idée pour le moins originale. Un partenariat a été signé avec Habitat Invest, en vue d'un potentiel de commandes de plus de 400 Ami dans le cadre de la promotion d'un programme immobilier à Lourès qui inclut dans chaque compromis de vente une maison et un Ami au bénéfice du signataire. « Depuis le début du projet, notre objectif était de proposer pour le programme Aurya une offre différente intégrant l'aspect environnemental et durable tout en y associant un service utile pour nos clients. Ami correspond parfaitement à notre vision initiale puisqu'il représente une solution de mobilité urbaine qui permettra à nos futurs résidents de profiter d'un véhicule propre pour leurs courts trajets quotidiens », a déclaré Luis Corrêa de Barros, Fondateur et CEO d'Habitat Invest.

Portway, une société de services d'assistance en escale pour le fret aérien qui intervient sur les aéroports portugais, a fait l'acquisition de 11 My Ami Cargo et 2 Ami. Ces quadricycles sont équipés d'un panneau solaire qui fournit de l'électricité pour alimenter une prise intérieure et raccorder un assistant personnel, une imprimante et un gyrophare. Cette flotte d'Ami s'affaire pour l'instant à l'aéroport de Lisbonne et devrait bientôt se rendre dans ceux de Porto, Faro et Funchal. Selon Helena Franca, CEO de Portway, « Ami convient très bien aux activités de Portway, en particulier pour circuler sur les petites routes attenantes aux aéroports sur lesquelles la vitesse est limitée. Son gabarit compact le rend très agile sur les pistes, un élément essentiel pour mener à bien nos activités. »

MAROC

Au **Maroc**, suite à un accord conclu en 2020, avec le soutien du Ministère de l'Industrie et du Commerce, entre Barid Al Maghrib - l'équivalent de la poste en France - et Stellantis, une version d'Ami a été spécialement développée pour moderniser et élargir son réseau de distribution courrier-colis. Ainsi depuis le 14 juin dernier, 225 facteurs marocains ont troqué leur deux-roues pour plus de sécurité et être remarqués au volant de leur Ami dans 42 villes. La poste du Maroc détient ainsi la plus grande flotte électrique du Royaume et également la plus grande flotte d'Ami au monde. Elle se positionne à travers cette initiative comme un acteur précurseur en matière d'écomobilité en faveur de l'environnement.

GRECE

En **Grèce**, Ami déambule à Chalki, une île grecque pionnière en matière de transition énergétique puisqu'elle a choisi de s'équiper de véhicules durables sans émissions. Citroën a fourni aux pouvoirs publics une flotte de 6 véhicules électriques : deux Ami qui sont utilisés respectivement par la police et les garde-côtes pour faire de la surveillance et de la prévention. Les insulaires auront également la possibilité d'acquérir des véhicules électriques à des tarifs abordables.

ITALIE

Sur le même principe, Citroën a tout récemment livré 9 véhicules électrifiés, dont 7 Ami, aux autorités de l'île de La Maddalena afin d'y promouvoir la mobilité durable. Deux WallBox ont également été fournies pour la recharge de ces véhicules et des avantages sont consentis aux habitants qui souhaiteraient acheter un véhicule électrique de la marque.

03. INCUBATEUR D'IDÉES NOVATRICES

La réussite d'Ami a été nourrie aussi par les rencontres enrichissantes avec d'autres univers autour de valeurs communes, qui ont généré des partenariats, des événements, des récompenses.

Des communautés d'échange se sont créées sur les réseaux sociaux où chacun partage des idées de personnalisation, des photos ou des aventures avec leur Ami. Le plus bel exemple est la communauté des « My Ami Superfan », 112 clients ambassadeurs (65 en France et 47 en Italie) qui assurent la promotion d'Ami, délivrent des conseils ou proposent des essais aux personnes intéressées.

Ami a également donné lieu à des partenariats inédits. Celui développé avec les réseaux Fnac et Darty a permis à Citroën de diversifier sa distribution et d'aller à la rencontre de ses futurs clients qui fréquentent régulièrement ce type de magasins en s'adressant notamment aux jeunes – les moins de 18 ans qui représentent 42% des utilisateurs d'Ami.

Lors de l'inauguration de « La Maison Citroën » à Milan le 19 mai, une première en Italie, Ami était au cœur du dispositif en tant qu'objet de mobilité innovant à tous points de vue : son parcours entièrement digital et sa conception adaptée aux besoins de micro-mobilité d'aujourd'hui et de demain. Les clients ont même eu la possibilité de l'essayer. Bulle de détente et concentré d'expériences, cet espace est situé à l'intérieur du magasin Coin, le temple du shopping de la ville, dans l'un des « Lifestyle Hubs » créés par l'enseigne pour proposer à ses clients une nouvelle façon de faire du shopping, basée sur l'expérimentation de produits ou de services en lien avec les nouveaux modes de consommation. Les clients sont immergés dans l'univers Citroën et peuvent, avec l'aide d'un consultant, découvrir la marque ou le modèle de leur choix, le configurer, sélectionner l'offre qui leur convient et acheter en ligne.

Une rencontre avec Ami aura suffi à inspirer le designer milanais Massimo Alba qui a imaginé une version d'Ami fidèle à sa marque de vêtements au luxe invisible intemporel... Pour la première fois, il a accepté de prêter son style au monde de la mobilité en réinterprétant la robe d'Ami en un « monolithe » sculptural noir mat uniforme pour souligner ses volumes géométriques et lui donner un style très urbain. Un autre projet créatif est né de la rencontre du monde du design incarnée par Rossana Orlandi, galeriste du design de collection renommée et Citroën Ami. A l'occasion de l'ouverture de la Milano Design Week, cinq artistes de l'agence Orlandi ont transformé cinq Ami en véritables œuvres d'art qui ont été exposées jusqu'au 12 juin dans le quartier RO. L'originalité du quadricycle électrique, son design compact, symétrique et intelligent qui induisent d'emblée la facilité d'utilisation et l'aspect pratique ont convaincu Rossana Orlandi d'en devenir l'ambassadrice. Elle appelle affectueusement le sien « mon Ami ». Les cinq « Ami de Ro » portent une création qui reflète le style et la philosophie propre à chaque designer. Par exemple, l'Ami de Yukiko Nagai, originaire du Japon, est revêtu d'une élégante décoration florale sur la carrosserie avec un effet mosaïque, caractéristique de son approche artistique et qui fait écho au respect de l'environnement auquel contribue le véhicule électrique.

Récemment, Citroën Ami a été vu à Bruxelles lors des Jeux Internationaux de la Jeunesse qui se sont déroulés du 30 mai au 4 juin. Ami avait totalement sa place aux côtés des 400 participants âgés de 16 et 17 ans issus de 33 pays qui mettent chaque année à l'honneur des valeurs que Citroën partage avec eux à travers Ami : l'excellence, le respect, l'amitié, la solidarité et la tolérance. Damien Martin-Cocher, Directeur de la marque Citroën au Belux explique : « Avec Ami, Citroën propose une réponse aux enjeux de la mobilité en ville, des enjeux plus que jamais au cœur des préoccupations et attentes des citoyens. Ami est une solution de mobilité individuelle qui permet de se déplacer de manière protégée dans un objet fermé, électrique et accessible dès 16 ans en Belgique. Il est particulièrement apprécié par la génération TikTok qui fait d'Ami un véritable phénomène populaire. »

04. LA PERTINENCE DE LA SOLUTION SALUEE PAR LA CRITIQUE

Depuis son lancement, Ami a reçu de multiples récompenses pour son audace et les valeurs qu'il incarne. Le 18 mai dernier, le CEO de Citroën en **Italie**, Marco Antonini, a reçu le prix « CEOforLIFE » pour l'opération « Génération Ami – une école pour la mobilité électrique », une campagne éducative sur la mobilité et la durabilité environnementale adressée aux écoles secondaires du degré II. Ce projet a été parrainé par le Ministère de la Transition Ecologique et le Ministère des Infrastructures et de la Mobilité Durables et s'inscrit dans les objectifs de l'agenda 2030 des Nations Unies sur le développement durable.

Au **Portugal**, Ami a été élu « Produit de l'année » dans la catégorie des véhicules électriques par 6 600 consommateurs lors de l'élection annuelle de ConsumerChoice et Netsonda, la plus grande société de recherche et de services. Cette récompense salue l'innovation et souligne le succès grandissant de Citroën Ami. Il s'est également vu décerner le prix de « Produit de l'année » par Exame Informática dans la catégorie « Smart Mobility ». Le media portugais reconnu pour ses contenus sur l'innovation, les sciences et technologies a distingué l'originalité de cette solution de micro-mobilité dédiée aux centres urbains.

Au **Royaume-Uni**, quelques semaines avant la date de son pré-lancement, Ami a reçu un nouveau prix, celui de « l'Innovation de l'année » lors de la première édition des Move Electric Awards qui célèbrent les machines, les entreprises et les individus qui contribuent à bouleverser la mobilité électrique en Angleterre. Selon James Attwood, rédacteur en chef de Move Electric, « Citroën Ami séduit tout le monde par son design ultra-mignon, mais c'est aussi une machine incroyablement intelligente et transformatrice. Bien qu'il y ait eu des quadricycles auparavant, Citroën a affiné le design pour créer un produit très attrayant pour les personnes et les entreprises à la recherche d'un transport abordable dans les zones urbaines - et au-delà. L'innovation s'étend aux éléments de conception incroyablement intelligents d'Ami, qui contribuent à le rendre plus durable à produire et plus rentable à exploiter. »

Citroën Ami est en passe de devenir un phénomène partout où il est commercialisé. Maintenant disponible dans 11 pays, en Europe et en Afrique – Moyen Orient, il ne va certainement pas en rester là et n'a pas fini de nous surprendre.

INFOGRAPHIE DISPONIBLE SUR :

<http://www.citroencommunication-echange.com>

Identifiant (MAJ) : CitroenAMI2022

Mot de passe : InternationalSuccess22

CONTACTS PRESSE

Sylvie KRYGIER +33 (0)6 09 13 33 13 sylvie.krygier@citroen.com

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 6 200 points de vente et de services dans le monde.

Pour plus d'information sur Citroën, visitez le site média <https://fr-media.citroen.com>