



## La « Créative Technologie » au service de l'environnement



## Le Citroën Business Tour Environnement 2010 crée l'événement

Le road show Citroën en détail... p. 8

### STRATÉGIE

#### Citroën Business mène l'offensive

À nouveau nom, nouvelle dynamique. En devenant Citroën Business, la division « entreprises » de la marque aux chevrons multiplie les innovations et affiche ses ambitions. p. 4

### PRODUITS

#### La gamme Airdream Business séduit les flottes



Lancée fin 2008, la gamme Airdream Business s'est imposée rapidement auprès des entreprises. La signature « Airdream » rassemble les véhicules de la marque les plus respectueux de l'environnement. p. 6

### SERVICES

#### La location longue durée passe au mode hybride

Citroën Business Finance lance : Business Pass, un contrat de location qui permet aux collaborateurs de changer de véhicule selon leurs besoins. p. 7



AVANT, CE  
**DIRECTEUR FINANCIER**  
 PARLAIT D'ARGENT;  
 MAINTENANT, IL PARLE  
 AUSSI D'ENVIRONNEMENT.

CITROËN préfère **TOTAL**

I. Automobiles CITROËN - RCS Paris 642 050 199



## NOUVELLE CITROËN C3 HDi 70 Airream Business

110 g/km de CO<sub>2</sub> <sup>(1)</sup>

À partir de **249€ TTC/mois**, sans apport <sup>(2)</sup>

### GAMME CITROËN AIRDREAM BUSINESS <sup>(3)</sup>

MOINS DE CO<sub>2</sub>, PLUS D'ÉQUIPEMENTS

Émissions de CO<sub>2</sub> ≤ 140 g/km pour réduire votre TVS

Système de navigation MyWay - Kit Mains Libres Bluetooth®

Climatisation Automatique bizona - Aide au stationnement arrière.

**CRÉATIVE TECHNOLOGIE**



**CITROËN**

(1) Consommations mixtes (en l/100 km) (normes CEE 99-100) : 4,2. (2) Exemple pour la location longue durée d'une Nouvelle Citroën C3 HDi 70 Airream Business BV5 neuve, options peinture métallisée et pare-brise Zenith incluses, sur 36 mois et 60 000 km, soit 36 loyers mensuels de 248,74 € TTC. Le coût total de la location est de 8 954,64 € TTC. Offre non cumulable, réservée aux professionnels, valable jusqu'au 31/05/10, pour toute location longue durée du véhicule précité (Tarif VP du 01/04/10), dans le réseau Citroën participant, et sous réserve d'acceptation par CREDIPAR/Citroën Business Finance - Loueur : CREDIPAR, SA au capital de 107 300 016 €, RCS Nanterre n° 317 425 981, 12, avenue André-Malraux, 92300 Levallois-Perret. (3) La gamme Airream Business comprend également : Consommations mixtes (en l/100 km) et émissions de CO<sub>2</sub> (en g/km) (normes CEE 99-100) de Citroën C3 Picasso HDi 90 Airream Business : 4,5 et 119 ; Citroën C4 Berline HDi 92 Airream Business : 4,4 et 115 ; Citroën C4 Picasso et Citroën Grand C4 Picasso 5 places HDi 110 FAP BV5 Airream Business : 5,3 et 140 ; Citroën Grand C4 Picasso 7 places HDi 110 FAP BMP6 Airream Business : 5,1 et 135 ; Citroën C5 Berline et C5 Tourer HDi 110 FAP Airream Business : 5,0 et 130.



ARNAUD DE LAMOTHE  
Directeur, Citroën Business

# L'édito

## Le savoir-faire à l'écoute

L'environnement fait la une des journaux. Sur le marché de l'automobile, chaque semaine s'accompagne de nouvelles annonces. Évoquer le développement durable contribue à faire émerger de nouvelles solutions. Mais au-delà de la communication, les actes doivent suivre. Depuis de nombreuses années, Citroën Business œuvre dans ce sens avec des solutions concrètes. Pionnier sur le Stop&Start, Citroën conserve une longueur d'avance en déployant le Stop&Start de deuxième génération sur sa gamme de VP à partir de l'automne prochain. Dès 2008, nous avons également été parmi les premiers à présenter une gamme complète de véhicules respectueux de l'environnement sous la signature Airdream Business. D'ici à la fin de l'année, nous commercialiserons Citroën C-Zero, l'un des premiers véhicules électriques du marché français. Dès 2011, nous franchirons une étape supplémentaire avec la technologie hybride qui sera proposée sur la future DS5. Nos services répondent à la même exigence avec la réalisation de bilans carbone de vos flottes, la formation de vos collaborateurs à l'éco-conduite ou encore une nouvelle formule de financement, Citroën Business Pass, qui associe location longue durée et location courte durée pour limiter encore votre impact sur l'environnement. En permanence à votre écoute, Citroën Business développe des solutions adaptées pour répondre à vos attentes en matière de mobilité durable et d'optimisation du TCO de votre flotte. Pour renforcer encore cette proximité, **du 19 avril au 27 mai, nous partons à nouveau à votre rencontre pendant le Citroën Business Tour Environnement 2010.** Au cours de chacune des 14 étapes de ce road show exceptionnel, nous vous ferons découvrir notre savoir-faire et nous irons au devant de vos interrogations sur l'évolution du marché. À votre écoute, nous partagerons vos préoccupations pour continuer à vous apporter les réponses les plus pertinentes.

Arnaud de Lamothe

# Sommaire

## STRATÉGIE p.4

Citroën Business mène l'offensive

### TÉMOIGNAGE

Serge Connan

Directeur de l'assistance technique  
de Protelco-Free

## PRODUITS p.6

La gamme Airdream Business séduit les flottes

### TÉMOIGNAGE

Thierry Doyet

Responsable du parc de direction  
d'Air France`

## SERVICES p.7

La location longue durée passe au mode hybride

## MOBILITÉ DURABLE p.9

Les chevrons en pointe sur les technologies « vertes »

### INTERVIEW

Thomas d'Haussy

Responsable du développement de la gamme  
Citroën à la direction du produit

« Vous satisfaire,  
tout en respectant  
l'environnement »

**CITROËN**  
créé l'événement  
avec le Business Tour  
Environnement 2010  
Du 19 avril au 27 mai 2010

p.8

**SERGE  
CONNAN**Directeur de l'assistance  
technique de Protelco-Free**« Citroën nous  
ressemble »**

À la tête d'une flotte de 600 véhicules, le groupe Iliad et sa filiale Free utilisent essentiellement des C3 et C4. Pour Serge Connan, directeur de l'assistance technique de Protelco-Free qui assure la gestion de la flotte, le choix de Citroën, marque jeune et réactive, s'est imposé avec évidence.

« Notre slogan – "Ils ont Free, ils ont tout compris" –, résume notre stratégie. En paraphrasant cette accroche, je résumerais notre choix par cette formule : "Nous avons Citroën parce que nous avons tout compris". Nous avons lancé plusieurs appels d'offres auprès des marques françaises et de quelques marques étrangères lorsque nous avons dû renouveler notre parc. Nous avons retenu Citroën pour plusieurs raisons. La première : aujourd'hui, Citroën nous ressemble. C'est une marque tonique, innovante, et qui a le sens du client. L'image de la marque a changé. Les véhicules affichent une ligne moderne et agréable à l'œil. Ils nous vont bien et ils plaisent à nos jeunes collaborateurs et techniciens qui, parfois, achètent à titre personnel des modèles de la marque. Nous aimons conduire les véhicules de Citroën dont nous apprécions le comportement routier et la consommation qui n'est pas excessive. La seconde raison de notre choix : le coût d'acquisition et d'entretien proposé par Citroën est bien plus intéressant que celui des autres prestataires que nous avons interrogés. Dernière raison : l'excellent contact que nous avons noué dès le début avec nos différents interlocuteurs au sein de la marque, et ce tant chez Citroën Business que chez Citroën Business Finance. Nous avons à faire à des collaborateurs efficaces et toujours disponibles qui ont un réel sens du service. Nous pouvons l'affirmer avec force car il s'agit d'une réalité. »

**STRATÉGIE****Citroën Business mène**

## À nouveau nom, nouvelle dynamique. En devenant Citroën Business, la division « entreprises » de la marque aux chevrons multiplie les innovations et affiche ses ambitions.

**C**itroën a toujours été un partenaire privilégié des entreprises, puisque la première voiture livrée l'avait été à une société. Depuis 1995, la marque dispose d'un département spécifique avec des moyens humains et financiers dédiés. Au fil du temps, cette structure a évolué, s'est développée, et a changé de nom de baptême pour s'adapter à la demande de la clientèle des entreprises et à l'évolution de la marque. En 2009, Citroën Business a pris le relais de la direction des ventes aux entreprises et Citroën Partenaire Entreprise est devenu Citroën Business Finance. Au-delà d'une lisibilité renforcée sur les activités de ces deux entités, ces nouveaux noms traduisent une véritable évolution sur la stratégie adoptée par Citroën sur le marché des entreprises. Depuis 2009, Citroën Business déploie de nouveaux services et de nouvelles méthodes pour répondre

avec encore davantage de pertinence aux attentes des entreprises. À titre d'exemple, les équipes commerciales sont désormais spécialisées en fonction des segments de marché : loueurs longue durée, loueurs courte durée, entreprises publiques et collectivités territoriales, grands comptes nationaux privés et publics. « Sur ce dernier segment de marché, avec 12 personnes réparties en deux équipes, nous avons 200 protocoles actifs, ce qui a représenté 30 000 livraisons en 2009 », précise Jean-Louis Ribeau, responsable grands comptes. Parallèlement, une équipe dédiée soutient le réseau dans ses négociations et dans ses ventes auprès des entreprises locales et régionales. Cette organisation commerciale est soutenue par un call-center « grands comptes », une équipe en charge de la gestion, du marketing et de la communication et des conseillers formés pour l'après-vente. Au total, Citroën Business rassemble 90 collaborateurs dont 30 travaillent sur les formules de financement et les services proposés par Citroën Business Finance.

**La liberté de choisir**

« Nous proposons l'ensemble des techniques de financement et des services nécessaires à la gestion d'une flotte », explique Pierre-Mathieu Lanfranchi, directeur de

# L'offensive

Citroën Business Finance. La location longue durée représente 75 % des contrats de financement signés par Citroën auprès des entreprises alors que le crédit-bail atteint 22 % et la vente à crédit, 3 %. Les services proposés couvrent tout le spectre des besoins d'une entreprise en matière de véhicule : assurance (tous risques et perte financière), extensions de garantie, contrats de maintenance, véhicules de remplacement, gestion des pneumatiques, du carburant, outil de gestion baptisé Interp@rc2, suivi des véhicules à distance avec la solution Active Fleet Data et la toute nouvelle solution de mobilité « Business Pass ». « *Nous partons d'un principe de base : tout est proposé, mais rien n'est imposé* », explique Pierre-Mathieu Lanfranchi. Dans les faits, l'entreprise est libre de choisir les prestations qui correspondent à ses besoins. Les méthodes de gestion d'un artisan, d'une PME, d'une grande entreprise publique ou d'une multinationale varient du tout au tout. Près d'un tiers des ventes aux entreprises réalisées par Citroën Business est aujourd'hui financé par la captive du constructeur. Les PME représentent 55 % de la totalité de la flotte, les TPE, les professions libérales et les artisans, 20 %, alors que les grands comptes atteignent 25 %.

## Une gamme dédiée

La création de Citroën Business s'est accompagnée d'une réelle volonté de renforcer la présence du constructeur auprès des entreprises. Services, communication, méthodes de travail, produits, l'ensemble de la stratégie a été revu avec un objectif précis : placer l'entreprise au centre des préoccupations de tous les collaborateurs du département. Et les réalisations se multiplient. Lancée à la fin de l'année 2008, la gamme Airdream Business représente désormais plus d'une vente sur cinq sur la clientèle des entreprises. Composée de sept véhicules qui émettent moins de 140 grammes de CO<sub>2</sub> au kilomètre, Airdream Business (cf. page 6) contribue à limiter les émissions de gaz à effet de serre des flottes. De plus, chacun des véhicules de la gamme Airdream Business embarque de nombreux équipements dont la climatisation automatique, le sys-

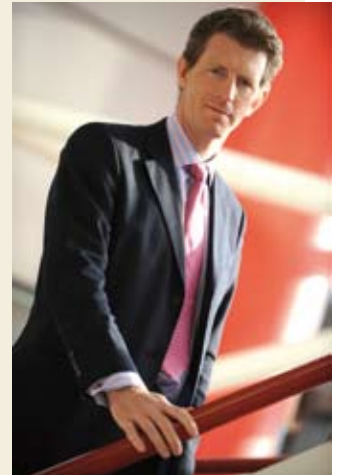


**PIERRE-MATHIEU LANFRANCHI**  
Directeur,  
Citroën Business  
Finance

## Une présence renforcée à l'international

L'offensive de Citroën ne se limite pas aux frontières hexagonales. Le constructeur souhaite également renforcer ses positions sur le marché international des entreprises. Pour atteindre cet objectif, la marque aux chevrons vient de créer Citroën Business International, un département qui rassemble 160 spécialistes de ce marché sous la direction de David Staniforth. « *Nous voulons doubler notre part de marché par rapport à 2007, soit atteindre 8 % à l'horizon 2012* », explique cet ancien de GM Europe et Fiat. Et de poursuivre : « *En 2009, nous avons rejoint le trio de têtes sur le marché européen des VUL avec 12,4 % de parts de marché. Nous voulons conforter nos positions en 2010. Sur le*

*marché des VP, en 2009, nous avons augmenté notre part de marché qui atteint aujourd'hui 5,7 %.* » Autre chiffre qui montre les ambitions affichées par Citroën Business International : le nombre d'accords avec les grands comptes internationaux doit passer de 20 à 200. Pour relever ce défi, les Business Centers vont se généraliser à travers le réseau dans les différents pays. Et le marché chinois, le premier du monde, fait également l'objet de toutes les attentions. Avec Citroën C5 et C4 tricorps, la marque aux chevrons dispose d'arguments de poids et vise une progression de 68 % en 2010 sur le marché chinois des entreprises. La grande marche a commencé...



**DAVID STANIFORTH**  
Directeur,  
Citroën Business International  
Automobiles Citroën

tème de navigation MyWay, un kit mains-libres Bluetooth et l'aide au stationnement arrière. Avec une gamme de véhicules utilitaires légers (VUL) conçue pour répondre aux besoins des professionnels, Citroën Business dispose également de sérieux arguments face à la concurrence. Nemo, Berlingo First, Berlingo, Jumpy et Jumper concilient sécurité, confort et capacité de chargement. Les entreprises ne s'y sont pas trompées en référençant massivement les utilitaires de la marque aux chevrons. En 2009, Citroën est monté sur le podium européen des marques de VUL les plus vendues et occupe la 2<sup>e</sup> place sur le marché français où sa part de marché a augmenté d'un point par rapport à 2008.

## La carte de la proximité

L'offensive de Citroën Business se traduit également par la généralisation des Business Centers au sein du réseau. Chacun de ces espaces est réservé aux entreprises qui sont accueillies par des vendeurs spécialisés. Les horaires d'ouverture de ces Business Centers et des ateliers sont adaptés aux exigences de cette clientèle. Les entreprises disposent d'un interlocuteur unique et d'un numéro d'appel dédié. Citroën Business s'engage à fixer un rendez-vous dans les

72 heures. En Europe, le nombre de ces centres devraient passer de 300 à 500 d'ici à la fin de l'année.

## Des résultats à la clef

Les résultats enregistrés par Citroën Business en 2009 viennent conforter la stratégie mise en place. Sur un marché des entreprises chaotique, Citroën a su tirer son épingle du jeu. Ainsi, en 2009, Citroën a vendu 130 650 véhicules particuliers et utilitaires aux entreprises. Sa part de marché s'établit à 16,3 %, soit une progression de 0,7 point. Citroën C4 Picasso en versions 5 et 7 places et Xsara Picasso ont conservé leur place de leader européen sur le segment des monospaces compacts. Pour sa première année de commercialisation C5 dépasse ses objectifs de vente et prend la première place sur le segment M2 en France. L'année 2010 devrait confirmer cette tendance. Un nouveau service de mobilité vient de voir le jour (cf. page 7), des formations à l'éco-conduite sont désormais proposées en partenariat avec Develter Formation (cf. page 9) alors que la nouvelle C3 et la DS3 sont venues enrichir la gamme. « *Le premier semestre devrait s'affirmer comme une période de consolidation du marché*, explique Arnaud de Lamothe, *alors que le second semestre marquera une accélération des ventes.* » Objectif affiché pour 2010, par Citroën Business : conforter les positions acquises. ■

# La gamme Airdream Business séduit les flottes

Lancée fin 2008, la gamme Airdream Business s'est imposée rapidement auprès des entreprises. La signature « Airdream » rassemble les véhicules de la marque les plus respectueux de l'environnement.



**Témoignage**  
**THIERRY DOYET**  
 Responsable du parc de direction d'Air France



## « La gamme Airdream Business contribue à faire baisser le TCO de notre flotte »

Responsable du parc de véhicules de direction d'Air France, Thierry Doyet explique pourquoi il a référencé la gamme Airdream Business.

« Dans notre *car policy*, nous avons référencé plusieurs véhicules des marques Peugeot et Renault. En 2008, la gamme Airdream Business de Citroën a fait son entrée dans notre catalogue. La marque passe bien auprès des conducteurs. Ils estiment que Citroën a fait des progrès aussi bien en termes de style que d'équipements. La gamme Airdream Business rassemble des véhicules bien équipés à des tarifs raisonnables. De plus, chacun des véhicules de la gamme émet moins de 140 grammes de CO<sub>2</sub> au kilomètre. Ce dernier critère est un argument important et constitue un avantage pour faire baisser notre TCO. De plus, les contacts que j'ai noués avec les responsables de Citroën Business m'ont conforté dans mon choix. Nous avons d'excellents rapports. »



Précurseur, Citroën a lancé sa gamme Airdream Business dès l'automne 2008. Pour bénéficier de la signature Airdream, chacun des véhicules doit émettre moins de 140 grammes de CO<sub>2</sub> au kilomètre et avoir été fabriqué dans une usine qui a reçu la certification environnementale ISO 14001. Enfin, chaque véhicule doit être recyclable et valorisable à 95 % à la fin de sa période d'exploitation. À ce jour, sept véhicules constituent la gamme Airdream Business. Véritable concentré de technologie, de style et d'élégance, la Nouvelle C3 se distingue par son habitacle spacieux, son confort et son excellente tenue de route. Elle doit son surnom de Visiodrive à sa luminosité qui peut être renforcée par son pare-brise Zenith. De son côté, C3 Picasso incarne une nouvelle génération de monospace avec sa motorisation HDi 90 sobre et performante, son coffre généreux de 500 litres et sa modularité intuitive. Quant à Citroën C4, il associe style, plaisir de conduite et sérénité. En conciliant faibles consommations et plaisir de conduite, sa motorisation HDi 92 représente un compromis idéal pour les entreprises. Sur les longs trajets comme sur les déplacements plus courts, C4 Picasso et Grand C4 Picasso offrent un confort et un niveau de sécurité renforcés. Enfin, en version berline et Tourer, Citroën C5 affiche un comportement routier optimal tout en affirmant un style élégant. Confortable et équipée des dernières technologies déve-

loppées par Citroën, elle a trouvé rapidement sa place sur son segment.

### Un véhicule vendu sur cinq

Pour l'entreprise, référencer un véhicule de la gamme Airdream Business permet de faire baisser les émissions de CO<sub>2</sub> de sa flotte, d'optimiser sa fiscalité et de réaliser des économies sur le carburant, premier poste de dépenses au sein du TCO. Parallèlement, avec la gamme Airdream Business, les entreprises peuvent revendiquer leurs efforts en matière de respect de l'environnement. Au-delà de ces critères environnementaux, les véhicules de la gamme Airdream Business embarquent de nombreux équipements qui sont plébiscités par les collaborateurs de l'entreprise. Climatisation automatique, système de navigation MyWay, kit mains libres Bluetooth et aide au stationnement à l'arrière enrichissent l'ensemble des véhicules de la gamme. De plus, chacun des véhicules est doté d'une panoplie complète d'équipements en série. Enfin, ces sept véhicules bénéficient de conditions tarifaires et commerciales spécifiques pour aider les entreprises à réaliser des économies tant sur le tarif facial que sur les coûts d'utilisation. Et les résultats sont au rendez-vous. La gamme Airdream Business représente plus d'une vente sur cinq aux entreprises. Une *success story* sur laquelle Citroën Business continuera de s'appuyer pour atteindre ses objectifs en 2010 et 2011. ■

# La location longue durée passe au mode hybride

Citroën Business Finance lance « Business Pass », un contrat de location qui permet aux collaborateurs de changer de véhicule selon leurs besoins.

« Dans le futur, il faudra rapprocher le véhicule de son utilisation et donc s'éloigner du véhicule polyvalent qui s'adapte mal à chacune de ces fonctions. Ainsi, on peut imaginer qu'un véhicule secondaire soit attribué à certaines périodes spécifiques. » Interrogé en décembre dernier sur l'évolution du marché du véhicule d'entreprise, Romain Benoît, responsable de la flotte automobile et des voyages d'affaires de Bouygues Construction, ouvrait cette piste de travail pour les acteurs du marché. Citroën Business Finance a dû se réjouir de cette déclaration puisqu'il lance aujourd'hui un nouveau service qui répond parfaitement à cette attente. Baptisée « Business Pass », cette nouvelle formule de financement se compose d'une solution de location longue durée complétée par un forfait annuel de 24 jours de location courte durée. Grâce à cette solution, l'entreprise limite encore davantage ses émissions de CO<sub>2</sub> tout en s'adaptant aux besoins de ses collaborateurs.

## Un service vert et économique

Développé en partenariat avec AVIS, Business Pass est facturé 99 euros TTC par mois, et ce quelle que soit la durée du contrat de location. Avec cette nouvelle offre, l'entreprise peut faire basculer tout ou partie de sa flotte vers des véhicules plus compacts. Le coût financier reste alors le même, mais l'entreprise réalise des économies mensuel-

les pouvant atteindre près de 70 euros TTC sur le TCO. Consommation de carburant, TVS, amortissement et coût de la maintenance partent à la baisse. « Avec un véhicule plus compact, l'entreprise réalise également des économies sur sa prime d'assurance, complète Arnaud de Lamothe, directeur de Citroën Business.

Mais il est difficile de chiffrer le bénéfice car la prime d'assurance est tributaire de la sinistralité de chaque entreprise. » Enfin, avantage décisif, les émissions de CO<sub>2</sub> de la flotte sont nettement réduites.

Le collaborateur a également tout à y gagner. Flexible et pratique, Business Pass lui permet de disposer d'un véhicule adapté à ses différents besoins. Ainsi, lors d'un week-end ou pour un départ en vacances, il peut choisir le train ou l'avion et disposer d'un véhicule à son arrivée. Enfin, son pouvoir d'achat est renforcé puisque son avantage en nature est calculé sur un véhicule de segment inférieur. « Avec Business Pass, explique Pierre-Mathieu Lanfranchi, directeur de Citroën Business Finance, l'entreprise diminue l'impact écologique de sa flotte sans pénaliser ses collaborateurs. »



## De multiples avantages

Légitime aujourd'hui, ce service prendra toute sa mesure avec l'avènement du véhicule électrique. Le collaborateur disposera d'un véhicule électrique pour ses trajets habituels et d'un véhicule à moteur thermique sur les distances plus longues. Enfin, Business Pass est d'autant plus pertinent pour les collaborateurs auxquels ont été attribués des véhicules affaires ou des utilitaires. Chaque année, pendant 24 jours, ils peuvent rouler au volant d'un véhicule spacieux comme Citroën C5 ou C4 Picasso. Le loueur AVIS, partenaire, garantit la disponibilité des véhicules si le collaborateur réserve une semaine à l'avance en dehors des périodes de vacances scolaires et un mois à l'avance lors de ces périodes. De plus, Business Pass donne droit aux avantages de la carte Avis Preferred. Au-delà des 24 journées annuelles, le collaborateur bénéficie d'une réduction sur les tarifs du loueur. Et s'il n'épuise pas ses droits dans l'année, le solde est reporté sur l'année suivante. Business Pass a été testé auprès des clients de Citroën qui ont exprimé un vif intérêt. Un accueil favorable sur lequel la marque s'appuie pour fixer un objectif ambitieux en 2010 : 5 % des contrats de location longue durée devraient être signés avec l'option Business Pass. ■

### AVANTAGES PRODUIT CHIFFRÉS

Comparaison entre :

Nouvelle C3 HDi 70 Airdream Business

C4 Picasso HDi 110 FAP Airdream Business

Peinture métallisée incluse 36 mois / 75 000 km

	LOYER MENSUEL	CARBURANT 75 000 km (1,1 €/l)	MAINTENANCE	PLAFONNEMENT DES AMORTISSEMENTS	TVS	TOTAL
<b>GAINS MENSUELS</b>	101 €	23 €	7 €	15 €	21 €	<b>167 €</b>
<b>OPTION BUSINESS PASS</b>						<b>99 €</b>

**GAIN TCO = 68 € / MOIS**

**GAIN CO<sub>2</sub> = 2 TONNES SUR 36 MOIS**



# Citroën Business Tour Environnement crée l'événement

Après une première édition couronnée de succès en 2009, le Citroën Business Tour reprend la route en 2010. Du 19 avril au 27 mai, le constructeur vient à la rencontre des entreprises pour leur présenter ses solutions de mobilité durable.

La proximité est un atout majeur pour les acteurs qui gravitent autour des flottes automobiles. Difficile de comprendre la problématique de ses clients lorsque son bureau est un horizon indéchiffrable. Fort de ce constat, Citroën Business organise pour la deuxième année consécutive un road show qui parcourt l'ensemble de l'hexagone. Ainsi, pendant plus d'un mois et demi, du 19 avril au 27 mai, le Citroën Business Tour Environnement s'arrête dans 14 villes. Cet événement avait déjà rencontré un vif succès en 2009 car près de 1 300 responsables de flotte avaient répondu présents à l'invitation du constructeur. L'événement prend une nouvelle ampleur en 2010 puisque le nombre de villes visitées double et que le dispositif mis en place est renforcé. Un bus haut de gamme a été spécialement aménagé pour offrir une surface d'exposition couverte de 190 m<sup>2</sup>. Grâce à cette unité mobile de conception originale, Citroën Business présente ses solutions de mobilité durable autour de trois espaces. Dédié aux services, le premier permet de découvrir les formations à l'éco-conduite développées par le

constructeur en partenariat avec Develter Formation. Les invités ont l'opportunité de tester un simulateur de conduite et de mesurer l'impact d'une conduite responsable sur les consommations de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>. Citroën présente également « Business Pass », la nouvelle formule de location dévoilée le mois dernier. Bénéfices potentiels : jusqu'à 70 euros mensuels sur le TCO et deux tonnes de CO<sub>2</sub> en trois ans.

## Une nouvelle expérience de conduite

Un deuxième espace incarne de manière concrète l'avancée de Citroën en matière de véhicules propres. Citroën C-Zero, première offre électrique commercialisée sur le sol français, occupe une place privilégiée dans ce dispositif. Berlingo Électrique développé avec Venturi, dont les premiers exemplaires ont d'ores et déjà rejoint la flotte du groupe La Poste, est également à l'honneur. Le Citroën Business Tour Environnement 2010 présente également les motorisations myco-hybrides e-HDi dont les performances en termes d'émissions de CO<sub>2</sub> établissent de nouveaux standards. Enfin, un circuit

permet aux responsables de flottes présents d'essayer en exclusivité C-Zero et le Berlingo Électrique. Avec le maximum de puissance disponible au démarrage et un silence jamais rencontré auparavant, la conduite de ces deux véhicules constitue une expérience unique. Les véhicules de la gamme Airdream Business peuvent également être essayés, tout comme C5 e-HDi qui ne sera commercialisée qu'à la fin de l'année. Chacune des étapes de la tournée accueille 200 personnes autour de buffets dressés tout au long de la journée. En allant à la rencontre des entreprises, le Citroën Business Tour Environnement s'annonce comme le rendez-vous incontournable des gestionnaires de flottes à la recherche de solutions éco-compatibles. ■

19/04 : NICE - 21/04 : MARSEILLE  
23/04 : GRENOBLE - 27/04 : LYON  
29/04 : STRASBOURG - 3/05 : METZ ET NANCY - 5/05 : LILLE - 7/05 : ROUEN - 10-11-12/05 : PARIS  
17/05 : RENNES - 19/05 : NANTES  
21/05 : BORDEAUX - 25/05 : TOULOUSE - 27/05 : MONTPELLIER

## C-Zero : une nouvelle fée électrique

Tout le monde en parle, peu l'ont fait. Si le véhicule électrique fait la une des journaux, rares sont les constructeurs à avoir déployé leur offre. Citroën est ainsi un des premiers constructeurs à proposer une solution 100 % électrique sur le marché français. Citroën C-Zero, puisqu'il s'agit d'elle, incarne l'avènement d'une nouvelle mobilité sans renoncer aux modèles économiques de l'automobile. Elle sera commercialisée en fin d'année et Citroën Business proposera une solution de financement qui englobera voiture, batterie et maintenance.

Avec un loyer inférieur à 500 euros par mois, le TCO de la C-Zero sera comparable à celui d'un véhicule thermique traditionnel. Au volant, la C-Zero offre un nouveau plaisir de conduite. La totalité de la puissance est disponible au démarrage. Vive, la C-Zero est également silencieuse et invite à une conduite apaisée, respectueuse de la nature, mais également des autres usagers de la route. Zéro litre d'essence, zéro émission polluante, zéro bruit moteur et une autonomie de 130 kilomètres pour cette véritable révolution automobile. Pour paraphraser le célèbre

« less is more » de Mies Van der Rohe, maître de l'architecture, les avantages de cette nouvelle solution électrique peuvent se résumer en une formule : zéro is more.



# Les chevrons en pointe sur les technologies « vertes »

**Citroën fait la course en tête en matière de technologies propres. Les innovations se succèdent avec un but précis : préserver l'environnement et optimiser le TCO.**

**P**our appréhender l'avancée de Citroën en matière de mobilité durable, les exemples abondent. Innovation parmi d'autres, dès 2004, Citroën a été la première marque à commercialiser un véhicule équipé du système Stop&Start. Et la marque aux chevrons continue sur sa lancée en proposant aujourd'hui le concept e-HDi. Cette fois, ce n'est pas une nouvelle technologie mais un éventail complet d'innovations qui fait entrer Citroën dans le monde des micro-hybrides. Tout d'abord, l'e-HDi intègre une nouvelle génération de Stop&Start. Ce système fonctionne désormais avec un alternateur réversible dont la puissance a été doublée pour pouvoir entraîner un moteur diesel. Capable de recharger la batterie quand le moteur fonctionne, ce nouvel équipement se transforme en démarreur à l'arrêt. « Avec cette technologie, explique Olivier Desserprit, chef de produit C5, le démarrage est plus rapide, plus silencieux et le confort d'utilisation est renforcé. » En cycle urbain, ce système Stop&Start de deuxième génération permet de faire baisser les émissions de CO<sub>2</sub> et les consommations de 10 % à 15 % en fort embouteillage (6 % en parcours mixte). Il sera généralisé progressivement à l'ensemble de la gamme Citroën à partir de cette année.

## Des technologies créatives

Autre innovation, le système micro-hybride de Citroën est désormais associé à la récupération de l'énergie cinétique produite au freinage et en décélération grâce à la technologie des supercapacités, ainsi qu'à de nombreuses nouveautés : une toute nouvelle batterie qui offre davantage de puissance dans la phase de démarrage, la mise en veille de l'assistance de la direction en ligne droite, les pneumatiques basse consommation, une aérodynamique par-

ticulièrement soignée, l'optimisation de la climatisation... De plus, les véhicules e-HDi seront proposés avec une boîte manuelle pilotée qui choisit le meilleur moment pour passer les vitesses ou encore avec une boîte manuelle traditionnelle enrichie d'un indicateur de changement de rapport. En associant la boîte manuelle pilotée et le système micro-hybride, le moteur est coupé dès que la vitesse passe en dessous de 8 km / h. « Ces technologies contribuent à faire baisser le TCO d'un véhicule tout en préservant les prestations du véhicule », s'enthousiasme Oliver Desserprit. Une version e-HDi de C5 verra le jour au deuxième semestre 2010 et ce label sera bientôt disponible sur un large éventail de véhicules dont Nemo et Berlingo. Une étape supplémentaire sera franchie avec la technologie « Hybrid4 » qui fera son apparition fin 2011 sur la future Citroën DS5.



**PIERRE MONFERRINI**  
Chef de projet DS5

Associant le moteur 2.0 HDi 160 à une motorisation électrique sur le train arrière, cette chaîne de traction haut de gamme permettra de combiner les avantages du diesel, de l'électrique et des quatre roues motrices. Capable de rouler en mode 100 % électrique en centre-ville (zéro émission de CO<sub>2</sub>) et de récupérer l'énergie lors des décélération, cette motorisation justifiera pleinement son qualificatif de « Full Hybrid ». Pierre Monferrini, chef de projet DS5, lève un coin du voile sur cette voiture du futur qui « combinera le meilleur du diesel et de l'électricité » en offrant à la fois des prestations routières de haut niveau et des émissions réduites à 99 g de CO<sub>2</sub> / km... avant de conclure par une formule éloquente : « Hybrid4, ce sera plus de sensations et moins d'émissions de CO<sub>2</sub>. » ■

## Des services responsables

La technologie n'est pas le seul argument de la marque aux chevrons pour promouvoir la mobilité durable. Citroën Business innove également dans ce domaine avec la création de nouveaux services, en proposant aux entreprises de réaliser un bilan carbone de leurs flottes et de les conseiller ensuite pour réduire leur empreinte environnementale. Parallèlement, en partenariat avec la société Develter, Citroën Business propose aux entreprises de former leurs collaborateurs à l'éco-conduite sur un simulateur. « Avec cet outil, explique Stéphane Develter, fondateur de l'entreprise qui porte son nom, vous pouvez former 12 personnes par jour, et ce à un coût compétitif. De plus, le simulateur permet d'enregistrer les compor-



tements des stagiaires et leurs consommations et de leur montrer qu'une conduite apaisée apporte des résultats tangibles. Enfin, la conduite économique est également une conduite sûre et le simulateur permet de placer les stagiaires dans des situations d'accident en toute sécurité, d'analyser leurs comportements et de leur montrer que ces situations sont évitables. » Citroën est particulièrement bien placée pour promouvoir l'éco-conduite puisque la Nouvelle C3 bénéficie en série d'un indicateur de changement de vitesse. Cet équipement analyse le style de conduite et indique le meilleur moment pour engager la vitesse supérieure, l'un des principes de base de l'éco-conduite.

**THOMAS d'HAUSSY**

Responsable du développement de la gamme Citroën à la direction du produit

**« Nos efforts contribuent à redorer le blason de l'automobile »**

À la tête du département qui a la responsabilité de développer les nouveaux véhicules, Thomas d'Haussy place l'environnement au cœur des préoccupations de ses équipes. Une stratégie qui permet à Citroën d'occuper l'une des meilleures places en Europe en matière de consommation et d'émissions.

**C-Zero rejoint la flotte de Deutsche Bahn Fuhrpark**

Deutsche Bahn AG a signé une lettre d'intention pour la commande de C-Zero. Le véhicule électrique de Citroën rejoindra la flotte de sa filiale DB Fuhrpark. Elle viendra enrichir les offres de mobilité intégrée de la compagnie ferroviaire et plus particulièrement de DB Carsharing, sa solution d'auto-partage. Enfin, la C-Zero intégrera également le projet BeMobility, programme de la ville de Berlin qui promeut la mobilité électrique.

**Citroën démocratise la télématique**

Citroën veut accélérer le développement du marché de la télématique. Un nouveau boîtier avec carte Sim intégré permet de proposer l'appel d'urgence localisé et d'assistance à des prix défiant toute concurrence. Baptisé eTouch, ce service sera disponible sur la quasi-totalité des gammes dans le courant de l'année. Les services proposés intégreront le carnet d'entretien virtuel et un service d'éco-conduite accessibles via Internet. Le boîtier alimentera également Active Fleet Data, la solution qui permet de suivre sa flotte en temps réel.

**La Poste choisit Citroën**

Après avoir lancé en 2007 un appel d'offres européen pour intégrer 500 véhicules électriques au sein de sa flotte, La Poste a sélectionné Citroën Berlingo Électrique conçu avec Venturi. En 2010, 250 de ces véhicules vont être livrés au groupe postal. D'une autonomie de 100 km, Berlingo Électrique affiche une vitesse de pointe de 110 km / h et peut être rechargé à 80 % en cinq heures. L'idéal pour la tournée des facteurs.

**Cahiers Experts : Que représente le défi environnemental pour Citroën ?**

Thomas d'Haussy : L'environnement et la maîtrise des consommations ont toujours été importants pour Citroën. Sur ces sujets, en leur temps, les 2 CV, BX et AX ont constitué des ruptures. Cette préoccupation au sein des équipes « produit » permet à Citroën d'occuper l'une des meilleures places en Europe. Parallèlement, ce défi représente un enjeu énorme pour que l'automobile conserve sa place dans une société qui évolue. Nos efforts en ce sens contribuent à redorer le blason de cette industrie. Il y a cinq ans, l'automobile était montrée du doigt. Aujourd'hui, tout le monde a compris que les constructeurs ont avancé et continuent de le faire. Enfin, c'est une préoccupation de nos clients qui réfléchissent en terme de consommation. Cette problématique forte s'est accentuée à l'été 2008 quand le baril de pétrole a atteint 140 dollars.

**Comment Citroën participe-t-il à l'avènement du véhicule propre ?**

Ma réponse sera à deux niveaux. Tout d'abord, nous avons amélioré les performances des moteurs thermiques. Avec les moteurs HDi, Citroën a été le premier à présenter une rupture sur le front des consommations et de la pollution avec le filtre à particules. Nous avons également été précurseurs avec le développement du Stop&Start. Nous présentons maintenant les motorisations micro-hybrides e-HDi, un nouveau concept qui rassemble plusieurs technologies. Ensuite, nous avons préparé la rupture. Nous proposons deux véhicules électriques : Berlingo, en partenariat avec Venturi, et C-Zero. Enfin, le Full Hybrid 4 sera présenté sur DS5 à son lancement.

**Quelles sont les technologies du futur sur lesquelles Citroën travaille aujourd'hui ?**

Nous avançons sur des solutions de rupture. L'électrique d'abord, qui pourrait représenter en 2020, 5 % du marché automobile européen. Dans l'immédiat, ce faible pourcentage ne permettra pas de faire baisser les consommations de pétrole en Europe. Les marges de progression sur les moteurs thermiques et sur les véhicules sont encore énormes. Nous améliorons nos performances sur l'ensemble des critères suivants : aérodynamisme, transmission, downsizing... Et, pour la première fois, Citroën démontre que l'automobile peut sortir du cercle vicieux de la prise de poids, puisque nos nouveaux véhicules sont plus légers que ceux des générations précédentes.

**En quoi les entreprises sont-elles en pointe sur les problématiques de mobilité durable ?**

Elles le sont pour plusieurs raisons. Tout d'abord, elles ont une meilleure vision du coût réel d'utilisation des véhicules. Elles sont leaders quant à la volonté de faire baisser le TCO. Et les consommations représentent une part importante du TCO. Pour cette raison, les entreprises tirent le marché vers le haut. De plus, elles incitent au développement de véhicules en rupture car leur parc automobile est un facteur d'expression de leur engagement environnemental.

*Propos recueillis par les Cahiers Experts  
Flottes Automobiles*

Les Cahiers Experts de Flottes Automobiles sont réalisés par le département custom publishing de Flottes Automobiles.  
Contact : Éditeur : Bruno Collentier - Tél. : 01 53 24 24 29 / 24 12  
cahiers-experts@flotauto.com  
Tous droits réservés. Crédits photos : Citroën Communication / photo couverture C-Zero : S. Foulon.

PROFESSIONNELS,  
INSCRIVEZ-VOUS ET PARTICIPEZ AU  
**CITROËN  
BUSINESS TOUR  
ENVIRONNEMENT,**  
AVEC EN AVANT-PREMIÈRE  
**CITROËN C-ZERO.**

CITROËN préfère **TOTAL**

LE 19/04 À NICE,  
LE 21/04 À MARSEILLE,  
LE 23/04 À GRENOBLE,  
LE 27/04 À LYON,  
LE 29/04 À STRASBOURG,

LE 03/05 À NANCY ET METZ,  
LE 05/05 À LILLE,  
LE 07/05 À ROUEN,  
DU 10 AU 12/05 À PARIS,  
LE 17/05 À RENNES,

LE 19/05 À NANTES,  
LE 21/05 À BORDEAUX,  
LE 25/05 À TOULOUSE,  
LE 27/05 À MONTPELLIER.

RETROUVEZ LE CITROËN BUSINESS TOUR EN TOURNÉE DANS TOUTE LA FRANCE.

Un road show unique, réservé aux professionnels, où vous pourrez examiner et essayer en avant-première les véhicules 100% électriques de la gamme, **Citroën C-ZERO**, **Citroën BERLINGO électrique**, mais aussi découvrir en exclusivité le tout nouveau service **CITROËN BUSINESS PASS**. Cette journée de présentation sera également pour vous l'occasion, de mieux connaître les modèles de la gamme Citroën Airdream Business : des véhicules suréquipés, avec des technologies innovantes, attentifs aux enjeux environnementaux qui vous permettront notamment de faire des économies de TVS.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



**CITROËN**

CITROËN BUSINESS

[www.citroen.fr](http://www.citroen.fr)

# L'EXIGENCE & LE RESPECT

L'EXIGENCE DE QUALITÉ ET DE FIABILITÉ DES MODÈLES CITROËN BUSINESS ET LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT DANS LA PARTICIPATION ACTIVE À LA PRÉSERVATION D'UN AIR PUR GRÂCE À LA RÉDUCTION DES ÉMISSIONS POLLUANTES.

CAFENE - Automobiles CITROËN - 642 090 199 RCS Paris - Imp. en U.E. - DCE/AWR/MASC - 03/10

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

