

Lancia est de retour en France

- Lancia confirme son retour sur le marché français à l'occasion de la présentation européenne du concept Pu+Ra HPE à l'Ambassade d'Italie à Paris
- La toute nouvelle Lancia Ypsilon sera disponible en France au second semestre 2024.
- Pour le lancement de ce nouveau modèle, Lancia s'appuiera sur 20 nouveaux distributeurs en France, aux côtés de 80 points de service après-vente.

"Lancia est aujourd'hui de retour en France. Ce pays représente beaucoup pour la marque, de par l'attrait qu'ont ses habitants pour le style et le design italiens, et de par l'importance du segment B sur ce marché. Nous avons pour ambition de faire de Lancia une marque désirable, respectée et crédible, en plaçant la France parmi les principaux marchés pour Lancia en Europe", a déclaré Luca Napolitano, CEO de la marque Lancia. La France fait partie des 6 pays européens en dehors de l'Italie qui verront le retour de Lancia en 2024 avec l'arrivée de la nouvelle Ypsilon.

La décision du retour en France est liée à trois raisons majeures : la première est le potentiel du **segment B**, la seconde est liée au modèle de distribution « phygital » qui sera mis en œuvre en 2024 - en ligne avec les attentes des clients - et enfin, l'attrait des Français pour le design et les produits italiens.

En effet, Lancia a toujours été une marque très appréciée en France et bon nombre de modèles iconiques italiens ont su séduire à la fois les acteurs, les amateurs de mode et d'élégance italienne mais également les fans de sport automobile.

Encore aujourd'hui, Lancia reste la marque ayant décroché le plus grand nombre de titres de Champion du Monde des Rallyes avec 11 couronnes dont 6 consécutives. Lancia Stratos, 037 et Delta ont dominé les rallyes pendant plus de 20 ans avec de nombreux pilotes français dont Bernard Darniche, surnommé "Monsieur Stratos", Didier Auriol, Bruno Saby et tant d'autres...

"Le retour de la marque en France est un jour mémorable tant pour les équipes, que pour les passionnés, que pour les clients Lancia", a confié Joël Verany, directeur du pôle Premium de Stellantis en France. "Dès l'annonce du retour sur la scène européenne dont la France, nous avons constitué une équipe pour travailler et mettre en place la « Renaissance » de la marque et surtout, nous sommes engagés à faire de Lancia la marque qui incarne l'élégance italienne. Pour le lancement de la nouvelle Ypsilon en 2024, nous aurons **20 distributeurs et 80 points de service après-vente**. Cette mobilisation nous permet d'affirmer haut et fort notre objectif : la France sera l'un des principaux marchés européens pour Lancia."

La feuille de route de Lancia

L'arrivée de Lancia en France illustre la Renaissance de la marque et fait partie d'une feuille de route solide et ambitieuse conforme au plan stratégique "Dare Forward 2030" de Stellantis. D'ici le premier semestre 2024, la marque disposera de 70 nouveaux distributeurs **en Europe** dans 70 grandes villes européennes, les 40 premières lettres d'intention ayant déjà été signées. La stratégie implique un nouveau modèle de distribution efficace et innovant, avec 50 % des ventes réalisées en ligne et un nombre sélectionné de distributeurs avec un mot d'ordre : la qualité. Les nouveaux showrooms offriront aux clients une expérience totalement immersive, à la fois en ligne et hors ligne, recréant une atmosphère « comme à la maison » grâce à des matériaux, des couleurs et une attention aux détails inspirés de l'architecture et du design italiens.

Dans le cadre de son plan stratégique décennal, Lancia prévoit le lancement de trois nouveaux modèles, au rythme de « un tous les deux ans », à commencer par la Nouvelle Ypsilon en 2024. À partir de 2026, Lancia ne lancera que des modèles 100 % électriques et à partir de 2028, elle ne vendra que des voitures 100 % électriques. Le plan stratégique accordera une grande attention à l'éco-responsabilité, comme en témoigne l'utilisation de matériaux innovants : 50 % des surfaces tactiles sont des matériaux issus du développement durable.

Lancia Pu+Ra HPE

Le Lancia Pu+Ra HPE est le manifeste de la marque pour les 10 prochaines années, un concept car 100 % électrique qui représente la vision de la marque en termes de design, d'ambiance intérieure, de développement durable, d'électrification et de technologie simple à utiliser. C'est une voiture avec une carrosserie profilée pour une efficacité maximale, que ce soit en termes d'autonomie, de temps de charge et d'utilisation. Cette première réalisation de la nouvelle ère Lancia s'inspire du monde du design intérieur italien, grâce à la collaboration avec Cassina, leader dans l'industrie du mobilier haut de gamme, pour une expérience typiquement italienne de "se sentir chez soi dans sa voiture". Le nom Lancia Pu+Ra HPE provient de Pu+Ra, le nouveau langage de design pur et radical de la marque, tandis que HPE signifie High Performance Electric. Ce concept car incarne pleinement les principes du nouveau design Lancia, où les volumes de la voiture sont créés à partir de l'intersection de formes géométriques élémentaires, comme le cercle et le triangle, combinées avec quelques détails iconiques de l'héritage, à l'image des persiennes vénitiennes de la Lancia Beta HPE. Le Lancia Pu+Ra HPE embarque 70 % de surfaces tactiles fabriquées avec des matériaux éco-responsables qui expriment l'italianité, la tradition repensée et une sensation de "comme à la maison". Le Lancia Pu+Ra HPE est la première voiture équipée du système multimédia S.A.L.A., qui centralise les

fonctions audio, de climatisation et d'éclairage, permettant d'adapter l'environnement à l'intérieur de la voiture d'un simple geste ou au son de la voix.

Lancia

Avec presque 117 ans d'histoire, Lancia représente l'élégance italienne intemporelle, une marque qui a fait rêver les gens du monde entier, grâce à ses véhicules iconiques : les élégantes Flaminia et Aurelia B24 Spider, les performantes Delta, Stratos et 037, les éclectiques Fulvia ou Beta HPE et bien d'autres.

Lancia est maintenant prête à commencer sa Renaissance avec un plan stratégique de 10 ans qui avance très rapidement.

L'innovation et le design intemporel ont toujours été les principes fondateurs de la marque. Désormais, le développement durable, l'orientation client et la responsabilité sociale sont également devenues essentielles, car Lancia est déterminée à regarder vers l'avenir avec beaucoup d'engagement et d'ambition.

Contact Presse :

Philippe MAURY, Lancia Communications France

philippe.maury@stellantis.com