

PEUGEOT, acteur majeur de la réduction des émissions de CO₂ du tournoi de Roland-Garros 2020

Pour sa 37^{ème} année de partenariat avec Roland-Garros, PEUGEOT est de nouveau au cœur du dispositif du tournoi qui se déroulera à Paris du 27 septembre au 11 octobre, quatre mois plus tard que les autres années compte tenu du contexte sanitaire.

Comme chaque année, la marque assure le transport officiel des joueurs, des VIPs, et des officiels. Cette année, la flotte PEUGEOT dédiée est composée à 80% de véhicules électrifiés (plug-in hybrides et électriques) pour aller toujours plus loin dans la transition énergétique, et réduire ainsi de 60% les émissions de CO₂ par rapport à Roland-Garros 2019.

Pour cette édition, PEUGEOT dévoile un plan de communication international porté essentiellement par Novak Djokovic, 1^{er} joueur mondial au classement ATP et ambassadeur de la marque.

Une flotte dédiée éco-responsable pour une édition 2020 à faible impact carbone

Avec une flotte de 178 véhicules essentiellement plug-in hybrides et électriques, PEUGEOT propose une mobilité à faibles émissions de CO₂ en les réduisant de plus de 60% par rapport à l'édition Roland-Garros 2019.

La marque est fière de contribuer à cette transition énergétique en étant le partenaire de la mobilité éco-responsable du tournoi.

La flotte est donc composée à 80% de véhicules électrifiés avec principalement des PEUGEOT 508 et 508 SW HYBRID, 3008 HYBRID4, e-2008 et e-Traveller.

Avec les nouvelles PEUGEOT 3008 HYBRID4 et 508 HYBRID, PEUGEOT s'engage résolument dans une transition énergétique sereine encore plus riche en sensations.

Avec **le nouveau SUV PEUGEOT 3008 GT HYBRID4**, la success-story du SUV PEUGEOT 3008 prend une nouvelle dimension. En effet, il offre une puissance jamais atteinte par une PEUGEOT de série. Homologuée selon le nouveau protocole WLTP à 29g(1) de CO₂/km (1,3l/100km) et 59 km(2) d'autonomie en mode 100% électrique, cette version haut de gamme offre 4 roues motrices et développe l'équivalent de 300ch (ou 220kW).

Sur **les PEUGEOT 508 et 508 SW HYBRID**, la marque propose une nouvelle motorisation PLUG-IN HYBRID d'une puissance équivalente à 225ch/165kW avec des émissions de CO₂ au meilleur niveau du marché des hybrides.

La PEUGEOT 508 HYBRID est homologuée à 29g de CO₂/km (1,3L /100km) et une autonomie de 54 km en mode 100% électrique. La PEUGEOT 508 SW HYBRID est homologuée à 30g de CO₂/km (1,3L /100km) et une autonomie de 52 km en mode 100% électrique.

CONTACTS

Aurélien André
Attachée de presse France

Tel.: +33 6 72 83 17 57
aurelie.andre@peugeot.com
presse@peugeot.com

VISUELS



LIENS

Site Presse PEUGEOT
<http://int-media.peugeot.com/fr>

Boutique Lifestyle PEUGEOT
<https://boutique.peugeot.com/>

PEUGEOT Design Lab
www.peugeotdesignlab.com

Aventure PEUGEOT
www.laventurepeugeotcitroends.fr



PEUGEOT

La nouvelle PEUGEOT e-2008 offre la liberté de choisir parmi 3 types de motorisations : électrique, essence et Diesel, la version électrique offrant également des signes stylistiques distinctifs.

Parce que l'électrique sait être magique, ce premier SUV électrique PEUGEOT permet d'accéder à un nouvel univers de sensations. 100% électrique, le conducteur bénéficiera d'un brio de haut niveau, dans un silence de fonctionnement total et une absence de vibrations.

Le PEUGEOT e-Traveller, avec sa motorisation 100% électrique, est l'allié de la mobilité pour les déplacements professionnels et personnels.

Disponible dans de multiples configurations adaptées au transport de personnes, doté d'un style élégant, sans compromis sur les prestations et capable d'accéder au centre-ville avec restriction de circulation, le nouveau PEUGEOT e-Traveller bénéficie d'une ambiance intérieure haut de gamme et technologique.

Tous les véhicules de la flotte sont stickés avec un logo PEUGEOT, un logo Roland-Garros et une mention 'Voiture Officielle'. Ils illustrent également la transition énergétique de la marque en arborant, sur le capot, un sticker 'Move to electric'.

Un podium PEUGEOT au cœur du dispositif

Un podium est dédié à la marque au sein de Roland-Garros, mettant en avant **la nouvelle PEUGEOT e-208**.

La transition énergétique est une réelle opportunité, et c'est pourquoi la nouvelle PEUGEOT 208 est proposée avec trois énergies possibles : électrique, essence ou diesel.

La nouvelle PEUGEOT e-208 se distingue par des signes extérieurs reconnaissables au premier coup d'oeil :

- une calandre de la même couleur que la carrosserie,
- des Lions dichroïques (procédé qui change la couleur suivant l'angle de vision),
- un monogramme « e-208 » à l'arrière et un lettrage « e » sur les ailes arrière.

Rappelons le succès de cette nouvelle PEUGEOT e-208 puisque, aujourd'hui, une PEUGEOT 208 vendue sur 5 est une e-208.

Un plan de communication international dédié au partenariat et porté par Novak Djokovic

A l'occasion du tournoi, un plan média international est déployé et Novak Djokovic en est le principal protagoniste. Il est ainsi l'acteur du dispositif TV et du jeu concours PEUGEOT France destiné à gagner des places pour Roland-Garros.

Il est également présent sur toutes les bannières du site rolandgarros.com aux côtés de la PEUGEOT e-208.

Trois films de 30 secondes portant sur les technologies hybride et électrique de la marque mettent de nouveau en scène Novak Djokovic. Ce dernier est bien sûr l'ambassadeur de la marque et de sa transition énergétique sur ses réseaux sociaux, à suivre notamment sur Facebook et Instagram.



PEUGEOT

Une édition spéciale dédiée à la mobilisation des soignants et placée sous le signe de la sécurité sanitaire

Pour ce tournoi 2020, et compte tenu du contexte lié à l'épidémie de Coronavirus, PEUGEOT a souhaité remercier les soignants pour leur mobilisation et faire plaisir à leurs enfants via l'association „La voix de nos soignants“.

A cet effet, des places seront offertes sur 2 jours du tournoi. Chaque billet offert donnera l'occasion à un enfant et son accompagnant d'assister aux matchs sur le magnifique Court Philippe-Chatrier.

Ces invitations permettront de concilier l'émotion partagée du plus beau tournoi du monde sur terre battue et le respect strict et en responsabilité des règles de protection sanitaire.

En effet, la Fédération Française de Tennis a pris une série de dispositions concernant notamment l'accueil du public, ainsi que celui des joueurs et de leur entourage. Elle limite, à ce titre, le nombre de spectateurs.

A propos de PEUGEOT

Forte de son offensive technologique et de l'électrification de sa gamme, la marque PEUGEOT entre dans l'ère de la transition énergétique avec enthousiasme. Une conduite stimulante et valorisante, un design racé, une qualité sans compromis constituent l'engagement de la marque auprès de ses clients et contribuent à l'émotion que procure chaque PEUGEOT. Présente dans plus de 160 pays au travers de 10 000 points de vente, la marque a vendu près de 1 500 000 véhicules dans le monde en 2019. PEUGEOT allie partout Exigence, Allure et Emotion avec l'ambition d'être la marque généraliste haut-gamme à vocation mondiale.



À propos de Roland-Garros

Pour les amoureux du sport, comme pour le grand public, Roland-Garros est un rendez-vous incontournable. Près de 520 000 spectateurs ont assisté à l'édition 2019. Roland-Garros a été diffusé sur 222 territoires à travers la planète, conférant au tournoi sa dimension d'événement sportif mondial de toute première importance. Organisé par la Fédération Française de Tennis, Roland-Garros est le seul tournoi du Grand Chelem à se disputer sur terre battue, l'une des surfaces les plus anciennes et les plus nobles de l'histoire du tennis.