



Citroën letos v létě **slaví první výročí modelu Ami**. Rok od chvíle, kdy se zapojil do oblasti **snadné, hbité, dostupné, bezpečné a pohodlné elektromobility s dvoumístným objektem jedinečného charakteru**

. Citroën s modelem Ami vstoupil na nové území a přinesl moderní odpověď na měnící se svět. Elektrické Ami je řešením s

nulovými emisemi,

jehož vlastnosti vyniknou v městském prostředí. Ami si již

v Evropě získalo více než 6 771 zákazníků

a je nyní k dispozici

i v užitkové verzi jako My Ami Cargo

. Od května se Ami prodává také v Itálii, Španělsku, Belgii a Portugalsku

- Citroën letos v létě slaví první výročí modelu Ami. Rok od chvíle, kdy se zapojil do oblasti snadné, hbité, dostupné, bezpečné a pohodlné elektromobility s dvoumístným vozem jedinečného charakteru. Citroën s modelem Ami vstoupil na nové území a přinesl moderní odpověď na měnící se svět.

- Elektrické Ami je řešením s nulovými emisemi, jehož vlastnosti vyniknou v městském prostředí. Ami si již v Evropě získalo více než 6 771 zákazníků a je nyní k dispozici v užitkové verzi jako My Ami Cargo. Od května se Ami prodává také v Itálii, Španělsku, Belgii a Portugalsku.

- Ami je zárukou nezávislosti, která oslovuje hlavně rodiny (77 %) s více automobily a se širokým spektrem příjmů často žijící mimo centra velkých měst (46 % v malých městech a 26 % na venkově). Ami používají všichni členové domácnosti. Jedná se o impulzivní nákup, reagující na nové výzvy mikromobility, který by 85 % zákazníků doporučilo svým blízkým .

- Ami je nedílnou součástí strategie elektrifikace Citroënu, která se od roku 2020 výrazně zrychlila a do konce roku 2021 bude nabídka obsahovat 11 nových elektrifikovaných vozů, tj. 2 plug-in hybridy (C5 Aircross Hybrid a C5 X), 8 elektromobilů (Ami, ë-C4, ë-Berlingo, ë-SpaceTourer, My Ami Cargo, ë-Berlingo Van, ë-Jumpy a ë-Jumper) a 1 vůz na vodíkový pohon (ë-Jumpy Hydrogen).

- Díky Ami získali soukromí i firemní zákazníci širokou moderní a technologicky vyspělou nabídku přizpůsobenou jejich každodenním potřebám, která jim umožňuje bezproblémový vjezd do městských oblastí s omezeným provozem a přináší jim potěšení z jízdy v elektrickém režimu.



ZHODNOCENÍ PO 1 ROCE: OBJEM, PROFIL ZÁKAZNÍKA, VYUŽITÍ

Od uvedení modelu Ami na trh v květnu 2020 se tento malý mobilní objekt stal skutečným hitem. Důkazem toho je vytvoření komunity prvních zákazníků, kteří ve voze Citroën Ami sdílejí stejnou vizi mobility. Mnozí se s tímto fenoménem sžili a neváhají ho přizpůsobovat svému obrazu nebo barvám své firmy. Od uvedení na trh se prodalo celkem 6 771 vozů Ami, z toho 5 161 ve Francii a 1 366 v Itálii, kde byl na trh uveden na jaře. V současné době začíná prodej ve Španělsku, Belgii a Portugalsku.

KDO JSOU ZÁKAZNÍCI AMI?

Hledání nezávislosti: provedená studie identifikovala tři hlavní skupiny zákazníků, kteří sdílejí stejná očekávání nezávislosti, samostatnosti a odpovědnosti za životní prostředí:

- Většina z nich jsou „běžní ekologicky uvažující zákazníci“, pro které je užitná hodnota prioritou a rádi by dosáhli v rámci rodiny se 2 a více dětmi větší svobody a samostatnosti. Žijí na předměstích, v malých městech nebo dokonce na venkově. Ami slouží ke snadnému přemisťování a je zejména zárukou nezávislosti dětí, díky níž je nemusí rodiče neustále

převážet sem a tam, získají větší klid a děti získají větší odpovědnost. Denně urazí 10 až 50 km v „objektu“, který je považován za užitečný a bezpečný. Pro Ami se rozhodli také z ekonomických a ekologických důvodů.

- „Nezávislí“, pro které je důležitá jejich nezávislost, a tedy i svoboda pohybu. Zákazníci ze střední třídy, často bez řidičského průkazu, kteří vyžadují výraznou osobnost. Ami je jejich hlavním dopravním prostředkem, který jim přináší snadnost a plynulost při cestách dlouhých 10 až 40 km denně.

- „Esencialisté“, kteří se vrací k základním věcem, přikládají velký význam ekologickému rozměru a jsou to především obyvatelé měst, kteří již nechtějí jezdit veřejnou dopravou a obracejí se k Ami, jež se stává jejich hlavním dopravním prostředkem na každodenní cesty v délce 5 až 15 km.

Zpřístupnění elektromobility co největšímu počtu zájemců: Ami umožňuje demokratizaci mikromobility, neboť je dostupný jak z hlediska věku (ve Francii od 14 let), tak ceny. A realita ukazuje, že to byla sázka na správnou kartu, protože hlavní motivací pro nákup vozu je jeho cena.

Ami pro rodiny: 77 % kupujících jsou rodiny s 1 nebo 2 dospívajícími nebo mladými dospělými (76 %), jejichž mobilita může být pro rodiče skutečným problémem. Ami je víceúčelové řešení mobility pro více uživatelů, mohou ho používat rodiče i děti pro každodenní cesty v blízkosti domova, ať už na nákup, do práce (53 %), na schůzku, do školy, na sport... Dvě třetiny zákazníků jezdí se svým Ami každý den a v každé druhé domácnosti jsou hlavními uživateli děti mladší 18 let.

Ami přitahuje uživatele mimo centra velkých měst: žijí spíše na severovýchodě a severozápadě Francie (59 %) a v malých městech s 2 000 až 20 000 obyvateli (46 %) a ve venkovských oblastech (26 %), kde je veřejná doprava vzácná a kde je snazší zaparkovat a dobít. Dokazuje to, že Ami není výhradně určeno do měst. 81 % zákazníků žije v rodinných domech, 92 % má garáž a 91 % může Ami snadno dobít díky tomu, že má v garáži k dispozici zdroj elektřiny.

Snadný a bezpečný doplněk v domácnostech s více motorovými vozidly: obvykle jsou již na špici mobility, protože jsou dobře vybavení a mají k dispozici více dopravních prostředků. 32 % má vozidlo bez řidičského oprávnění, 20 % má jedno nebo více elektrokol a 20 % má jeden nebo více motocyklů s objemem do 50 cm³. 36 % má ve své domácnosti více než dvě vozidla a 46 % má vozidlo segmentu C. Tyto údaje ukazují, že Ami, které pojme 2 osoby, je uzavřené a vyhřívané a dokonale se hodí pro krátké cesty, je vhodným doplňkem dopravních prostředků, které zákazníci využívají k jiným účelům: automobil pro delší cesty, kolo jako aktivní způsob

dopravy k protažení nohou atd. 85 % zákazníků si jej objednalo, protože potřebovali doplňkový dopravní prostředek.

Nástroj pro získávání nových zákazníků: 91 % kupujících není zákazníky Citroënu, což ukazuje na vysokou úroveň atraktivnosti a významný faktor pro značku, která díky tomu navazuje kontakt s novými zákazníky. 27 % z nich nemá řidičský průkaz a představují pro Citroën novou kategorii zákazníků.

Urychlení přechodu na nové zdroje energií: Ami je vysoce dostupný a usnadňuje přechod na elektrický pohon. 76 % kupujících objevuje elektromobilitu s Ami.



MOTIVACE A NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ

Atraktivní profilace a ekologické povědomí: 41 % zákazníků uvádí, že se nechali vést cenou Ami, která je pro ně hlavním faktorem při nákupu. Svému rozpočtu na mobilitu věnují velkou pozornost. 33 % jsou „ekoobčané“, kteří oceňují, že tato elektrická čtyřkolka pomáhá snižovat jejich energetickou stopu.

Záliba v modernosti a nových způsobech spotřeby: 29 % fandí inovacím a v Ami obdivuje jeho netypickou a inovativní stránku jak z hlediska formy, tak z hlediska zákaznické zkušenosti, která probíhá kompletně online – od seznámení se s Ami až po jeho objednávku a doručení domů, nový způsob distribuce prostřednictvím našeho partnera Fnac–Darty, testování prováděné v blízkosti domova nebo konečně doručení domů jako v případě jakéhokoli jiného spotřebního výrobku. Zákazníci tráví na internetu a sociálních sítích v průměru téměř 5 hodin denně. Ze statistického hlediska pochází 59 % objednávek z online prodejních stránek Citroënu, 10 % ze sítí Fnac a Darty a 31 % z participující sítě Citroën. Ami se tak díky rozšíření distribučních kanálů a usnadnění cesty k zákazníkovi podařilo získat novou zákaznickou základnu.

Fanoušci vylepšeného stylu: Výrazným znakem tohoto objektu městské mobility je možnost jeho přizpůsobení, což zákazníky přitahuje. Ami je k dispozici v 7 různých verzích. Více než 8 z 10 zákazníků se rozhodne vylepšit vzhled svého Ami pomocí barevných prvků. 56 % z nich upřednostňuje první stupeň personalizace My Ami Orange, My Ami Grey, My Ami Blue nebo My Ami Khaki; využívají zábavný koncept „Do It Yourself“, který zákazníkům umožňuje nalepit si neuvěřitelně snadno na zvolené místo samolepicí pásy nebo připevnit různé doplňky z jedné z uvedených sad.

CO SI ZÁKAZNÍCI MYSLÍ O SVÉM AMI?

Impulzivní nákup: V první řadě je při hovoru o Ami zmiňován jeho citový a emocionální rozměr. Důležitá je jeho otevřenost vůči ostatním. Kupující si tento kompaktní objekt s atypickým stylem, který vzbuzuje sympatie, impulzivně zamilovali. Mnoho z nich uvádí, že během jízdy s Ami velmi snadno navazují pouto a kontakt s okolím, lidé je zastavují nebo se na ně usmívají, když projíždějí kolem. Jeho vzhled, hranatý tvar a kompaktnost vrací diváky do dětství a je jako „snadno ovladatelná hračka přímo z kresleného filmu“. Je uklidňující, „trendy“ a zákazníci při řízení Ami cítí určitou hrdost, protože to není obyčejné běžné auto.

Řešení přizpůsobené novým výzvám spojeným s mobilitou: zásadní je, že pro 99 % dotázaných zákazníků je Ami důležitý tím, že skutečně splňuje jejich vlastní potřeby v oblasti mobility a v širším smyslu i aktuální potřeby. Je elektrický, praktický, snadno ovladatelný a snadno dobíjitelný, kompaktní, moderní, dostupný, jedinečný a přizpůsobený dopravním omezením (91 %). Je mrštný, jeho jízdní vlastnosti jsou uspokojivé a snadno předjíždí ostatní

vozidla stojící ve dvou řadách. Na trhu mikromobility nemá konkurenci (97 %). 84 % zákazníků navíc tvrdí, že při nákupu a hledání dalších řešení mobility neváhali.

Snadné používání: Citroën Ami je ultrakompaktní řešení mobility, snadno se řídí (97 %), snadno se s ním parkuje (97 %), není nutné řidičské oprávnění (96 %), snadno se dobíjí (93 %), chrání více než motocykl (93 %), je přístupný všem (90 %), úsporný (90 %) a šetrný k životnímu prostředí (88 %).

Inovativní řešení: 85 % dotazovaných zákazníků uvedlo, že by Ami doporučilo jako skutečnou inovaci v oblasti mobility. Ami značky Citroën je určeno pro každého, mladého i staršího, představuje nový objekt mobility, který je cenově dostupný, šetrný k životnímu prostředí a vrací se k základům.

CITROËN AMI, ODPOVĚĚ NA NOVÉ VÝZVY MIKROMOBILITY

Citroën se s Ami vydává na nové území mikromobility. Jeho filozofie je jednoduchá: podporovat svobodu pohybu a nabídnout objevný a cenově dostupný elektrický objekt. Ami se na mobilitu dívá novým, naprosto průlomovým pohledem, od produktu až po způsob distribuce. Byl vytvořen na základě pozorování vývoje potřeb z hlediska dopravy a nákupního chování a reaguje na naléhavou snahu vést lepší život, což je prioritou komunit a jejich obyvatel, a na neodmyslitelnou potřebu udržitelných, mrštných a úsporných řešení mikromobility:

- **Elektrický a mrštný Ami s malými rozměry je vhodným řešením pro přístup do městských center.** Odlehčení znečištěných měst je nesmírně důležité. Téměř 200 evropských měst v desítkách zemí zavedlo nízkoemisní zóny, zatímco jiná města, jako Stockholm, Londýn, Oslo, Milán, Dublin nebo Singapur, šla ještě dál a zavedla mýtné, aby snížila automobilovou dopravu o 15 až 20 % (podle studie Game Changers Ipsos provedené v listopadu 2018).

- **Ami s dojezdem 75 km, snadným nabíjením ze standardní 220 V zásuvky a mimořádně konkurenceschopnou cenou podporuje přechod na elektrický pohon.** Elektromobilita zažívá boom zejména v městských oblastech (nárůst evropského trhu s elektromobily o 132 % v roce 2020 oproti roku 2019). Nedávná studie Observatoire Cetelem poukazuje na ekologické povědomí Evropanů, z nichž 41 % se domnívá, že hlavním úspěchem automobilového průmyslu za posledních deset let je bezpochyby výroba méně znečišťujících vozidel. 68 % respondentů tvrdí, že by své auto používali více, kdyby méně znečišťovalo ovzduší, a myslí si, že za deset let bude většina aut hybridních (36 %) a elektrických (13 %).

- **Ami je zvenku úzký, ale pohodlný pro dvě osoby sedící vedle sebe, ve Francii je dostupný od 14 let bez řidičského průkazu, stabilně stojí na 4 kolech a je uzavřený trubkovou konstrukcí. Nabízí tak hbitý, pohodlný a ochranný způsob cestování.** Pro

dej nových individuálních elektrických dopravních prostředků je na vzestupu. Ve Francii je více než 500 000 uživatelů elektrokol, elektrických koloběžek a segwayů, hoverboardů nebo jednokolek (údaje Ademe 2020). Tato zařízení nemusejí být nutně použitelná pro každého a podléhají rizikům městského provozu. Tradiční automobily postupně ustupují těmto novým, ekologickým řešením, která nabízejí jiný způsob mobility. Ami zaručuje větší nezávislost, snadnost a bezpečnost a profiluje se jako alternativa nebo doplněk k těmto novým způsobům dopravy.

Ami je dostupné, cena začíná na 19,99 € / měsíc, lze jej objednat 24 hodin denně, 7 dní v týdnu v e-shopu store.citroen.fr/ami. K dispozici je také v prodejnách našeho partnera Fnac Darty a v participující síti Citroën. Elektronický obchod je na vzestupu. 8 z 10 Francouzů nakupovalo v roce 2020 na internetu (zdroj Fefad/Médiamétrie), což představuje 40 milionů lidí a nárůst o 20,4 % za jeden rok. Například skupina Fnac Darty zaznamenala nárůst internetového prodeje o více než 55 %. Mnoho mikropodniků si vytvořilo prodejní stránky online.



POKRAČUJÍCÍ DYNAMIKA

Mezinárodní rozvoj: Po Francii se Ami v současné době dostává na trh v Itálii, Španělsku, Belgii a Portugalsku. Pokaždé je vytvořen celý ekosystém, který nabízí stejné možnosti kombinující on-line prodej a specializované partnery.

My Ami Cargo, užitková verze: Firmy, jejichž činnost vyžaduje časté a krátké denní cesty po městě (v průměru méně než 25 km denně), jsou stejně jako soukromé osoby vystaveny dopravním problémům ve městech, jako je nárůst dopravních zácp, mýtné, vznik nízkoemisních zón, pěších zón a cyklostezek a potíže s parkováním. Majitelé obchodů, živnostníci, řemeslníci, místní úřady, místní servisní společnosti a výrobní podniky, které potřebují doručovat zboží nebo poskytovat služby, také pro pohyb po centrech měst používají skútry, motorky nebo vozy tříkolového typu.

Citroën se rozhodl vytvořit užitkovou verzi vozu Ami, My Ami Cargo, alternativu k méně chráněným skútrům, motorkám a tříkolovým vozům, jejichž řidiči jsou vystaveni rozmarům počasí. Nabízí užitný objem více než 400 litrů a modulární úložný prostor na straně spolujezdce, který pojme 140 kg zboží a jehož horní část může plnit funkci mobilní kanceláře. My Ami Cargo je bezpečný, praktický, snadno ovladatelný, lze jej snadno zaparkovat a dobít za pouhé 3 hodiny. V nabídce je za atraktivní cenu spojenou se sníženými náklady na provoz (spotřeba energie méně než 2 €/100 km, tj. čtyřikrát méně než u vozu se spalovacím motorem a náklady na údržbu jsou o 30 % nižší). My Ami Cargo, na který se již brzy začnou přijímat objednávky, má vše pro to, aby se stal vozem Ami pro firemní zákazníky. Jde o zajímavé řešení pro velmi širokou veřejnost, od majitelů obchodů po výrobce, od živnostníků po firemní flotily.