



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

COMUNICADO DE PRENSA

Madrid, 25 de junio de 2015

DS AUTOMOBILES PARTICIPA EN EL I ENCUENTRO DEL LUJO FRANCÉS EN ESPAÑA

La marca premium DS Automobiles, los nuevos coches de "alta costura", prevé un crecimiento del 25% de las ventas en España en 2015.



Madrid, 25 de junio_ Con motivo del I Encuentro del Lujo Francés en España -celebrado en la Residencia de Francia, en Madrid- Rafael Prieto, Director General de Peugeot, Citroën y DS para España y Portugal presentó las previsiones del Grupo –segundo fabricante de vehículos europeo- para DS Automobiles, la nueva marca premium con inequívoco acento francés.

La jornada –presentada por el embajador de Francia en España, Jérôme Bonnafont- contó con la participación de tres representantes de firmas emblemáticas del lujo francés en el mundo: Olivier Gay, CEO de Cartier para la Península Ibérica; Stéphane Prevedi, CEO de Christian Dior Parfums Iberia; y Candice Laporte. Candice Laporte, CEO Dinh Van Iberia. Asimismo, intervinieron en el acto María Eugenia Girón,



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

COMUNICADO DE PRENSA

Directora del Observatorio del Mercado Premium de IE Business School y Master Card y Philippe Guillaumet, fundador de PRP Luxury Consultants y Cónsul Honorario del Principado de Mónaco.

DS Automobiles prevé un crecimiento del 25% en las ventas en España para el cierre del ejercicio 2015. Actualmente, en nuestro país, ya son 20.000 los usuarios que conducen un modelo DS.

Según el máximo directivo de las marcas del Grupo para la Península Ibérica, se estima que la marca premium, que ya ha comercializado más de 550.000 vehículos a nivel mundial, "llegue a representar entre un 15% y un 20% de las ventas globales del Grupo PSA" -que en 2014 alcanzaron las 2.938.900 unidades.

El Director General para España y Portugal del gigante francés de la automoción aseveró que "existe una clara demanda a satisfacer en el mercado de alto de gama". Con un crecimiento del 20%, el sector del automóvil -uno de los principales motores de la recuperación económica en nuestro país-, tiene a un importante aliado en las marcas premium, que ya suponen el 16% del mercado en los canales de particulares y B2B (empresas).

Experiencia e innovación- La experiencia en el desarrollo de vehículos de alto de gama del Grupo PSA -un constructor con más de 200 años de historia- y su alto componente en innovación -en 2014, el Grupo invirtió 1.810 millones de euros en I+D+i- explican, a juicio de Rafael Prieto, el por qué de una marca Premium independiente que, además, se inspira en la herencia de lujo que representan los valores del mítico DS Tiburón de 1955: espíritu de vanguardia, innovación, tecnología y distinción.

En cuanto a la expansión de la red comercial de DS Automobiles en España, ya existen 5 DS Salon en diversas ciudades: Madrid, Sevilla (2), , Bilbao y Coruña. En 2016, la marca tiene previsto inaugurar en Madrid y Barcelona sendos DS Stores -como los que ya están abiertos al público en otras grandes capitales europeas-: espacios únicos, cuidados hasta el último detalle para recrear verdaderos universos de lujo.

"Nuestro ADN francés nos permite establecer un paralelismo evidente con el exclusivo mundo de la moda francesa", aseveró Rafael Prieto. Los modelos DS son coches de Alta Costura; la red comercial estará concebida a imagen y semejanza de las grandes Boutiques (ateliers o talleres de Alta Costura) de los mejores diseñadores de la moda parisina; y los Servicios Premium, ideados al estilo de los concierges de cinco estrellas, se caracterizan por una enraizada vocación de servicio a nuestros clientes.

Universo de marca- DS Automobiles está creando todo un universo de marca, que incluya una serie de servicios premium para los usuarios de DS, tales como la recogida a domicilio y/o traslado del vehículo a uno u otro punto de la ciudad, a petición de los clientes.

DS es la primera marca premium de automóviles que ha sido lanzada en Facebook; con motivo de su presentación, en el Salón de Ginebra en marzo de este año, 12 millones de personas de 39 países interactuaron con DS a través de esta red social.

Chic parisino- El concept-car DS Divine está considerado el "manifiesto de la esencia de la marca" por la colaboración para su fabricación con otras grandes firmas del lujo francés como Lesage, en los bordados o Swarovski, en los cristales.

El Director General de las tres marcas del Grupo PSA para España y Portugal recordó que el modelo DS Tiburón -en el que se inspiran los nuevos DS- "rompió moldes" en los años 50 y 60 por su diseño revolucionario y su elevado nivel tecnológico. Distinguido pero universal, futurista y clásico a un tiempo, el DS clásico mereció el premio al "Mejor Objeto de Diseño Mundial del Siglo XX", y fue el vehículo preferido por grandes personajes de la época: de Jackie Kennedy a Juan XXIII; de la Reina de Inglaterra al presidente



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

COMUNICADO DE PRENSA

de la República Francesa, Charles De Gaulle, pasando por renombrados cineastas, que lo inmortalizaron en sus películas para los anales de la industria del celuloide.

CONTACTO DE PRENSA:

V.O. PRESS

Eugenia Marcos

670 700654

emarcos@vopress.es

Noho Comunicación

Marcela Figueroa

91 534 30 90

mfigueroa@noho.es

www.driveds.es/es

LA MARCA DS EN REDES SOCIALES:

www.facebook.com/DSSpain

www.twitter.com/DS_Espana

www.youtube.com/user/DSSpainOfficial

[#DSis60](https://twitter.com/DS_Espana)

Sobre la marca DS

Marca francesa nacida en París, DS se creó oficialmente el 1 de junio de 2014 y afirma su ambición: permitir al automóvil francés volver al alto de gama. Inspirada en el mejor saber hacer francés, DS perpetúa los valores de innovación y de distinción heredados del DS de 1955. Concebida para una clientela que busca la máxima expresión personal, la gama DS comprende los DS 3, DS 3 Cabrio, DS 4, DS 5, DS 5LS* y DS 6*. Propone automóviles que se distinguen por su estilo, su refinamiento hasta en los menores detalles, el empleo de materiales nobles y su tecnología, con una mención especial para la cadena de tracción híbrida diésel, Hybrid4, ofrecida en el DS 5. Distribuida en Europa a través de los DS Store o en zonas de exposición exclusivas dentro de la red Citroën, DS se beneficia de una red comercial específica en China. DS es también, para sus clientes, una experiencia como marca que se prolonga más allá de sus productos. A día de hoy, la Marca totaliza 550.000 ventas acumuladas desde la fecha de su lanzamiento. www.driveDS.es Sigue toda la actualidad de DS en la cuenta de Twitter @DS_Espana y los 60 años de nuestra marca con el hashtag #DSis60.

*Comercializados sólo en China

DS - PRENSA

Puerto de Somport 8, 28050 Madrid - Tfno: +34 669 49 21 37

www.driveDS.es

