**CITROËN OLI [all-ë]: RADIKAL, ANSVARLIG OG OPTIMISTISK**

**FREMDRIFT:**

* Citroën ‘oli’ [all-ë] er et koncept, som udfordrer status quo og nytænker elektrisk mobilitet
* Citroën ‘oli’ går imod trenden i branchen, der peger mod tungere, mere komplekse og dyrere nulemissions familiebiler
* Den er baseret på den innovative Ami og er funderet i tanken om at gøre mobilitet tilgængelig, ansvarlig, anvendelig og sjov

**AMBITION:**

* Målet er ‘best-in-class’ livscyklusvurdering gennem reduceret vægt og kompleksitet, genbrugte og genanvendelige materialer, tilgængelighed, holdbarhed og lang levetid
* Det er et optimistisk “laboratorium på hjul” og et koncentrat af morgendagens idéer
* Forventet vægt på 1000 kg og en rækkevidde på 400 km, en tophastighed på 110 km/t, et energiforbrug på 10 kWh pr. 100 km og 2+ % til 80 % opladning på 23 minutter
* Giver anledning til en ny tilgang til ejerskab af biler, kundeservice og partnerskaber

**OPFINDSOMHED:**

* Det er ikke en bil, men multifunktionel tilføjelse til hverdagslivet, der er ligeså nyttig, når du ikke kører
* Giver nye muligheder med smart V2G (Vehicle to grid) og V2L (Vehicle to load) kapacitet
* Ukonventionelt design, der hylder en ærlig æstetik, drevet af funktionalitet, effektivitet og holdbarhed
* Stærk personlighed, der virkeliggør en smart industriel produkttilgang med udgangspunkt i fleksibilitet
* Effektiv med identiske fordøre, kofangere og beskyttelselselementer samt letvægtsmaterialer
* Stærk flad motorhjelm, pick-up tag og paneler, som man kan stå på, der er udformet i genanvendt pap i honeycomb struktur
* Unikke hjul i stål/aluminium kombination med Goodyear Eagle GO konceptdæk
* Rummelig og innovativt interiør med, ‘Smartband’ HMI projektor og ‘bring your own device’ infotainment
* Komfortable sæder i trådnet, vaskbart gulv og genanvendelige letvægtsmaterialer
* Livscyklus: Kan renoveres, opgraderes og repareres med genbrugsdele og sælges videre til flere ejere

**MISSION:**

* Demonstrerer Citroëns mission om at tilbyde ligetil elektrisk mobilitet for alle for at forbedre folks hverdag med den lavest mulige indvirkning på miljøet
* Forvent at se idéer, desigdetaljer og nytænkning fra Oli på fremtidige produktionsmodeller
* Introducerer en nyfortolkning af Citroëns “chevrons”-logo, som vil pryde fremtidige modeller

**1.FREMDRIFT 2.AMBITION 3.OPFINDSOMHED 4.MISSION**

Den innovative Ami demonstrerede, hvordan Citroën vover at gøre tingene anderledes for at leve op til sit engagement om at gøre enkel, elektrisk transport tilgængelig for alle. Det gav fundamentet til oli, et innovativt 'laboratorium på hjul' designet til at flytte normerne for familiemobilitet.

Mens Ami bogstaveligt talt var et lille skridt i 'walking the talk', signalerer oli et spændende spring fremad. I stedet for at være et 2500 kg 'palads på hjul' fyldt med skærme og gadgets, beviser oli, at med nok af de ting, kunderne har brug for og ønsker, understøttet af opfindsom brug af ansvarlige materialer og en bæredygtig produktionsproces, kan det samfundsmæssige behov opfyldes af en billig, men alligevel nul-emission mobilitet.

Vincent Cobée forklarer, hvorfor tiden er rigtig for oli: *"Tre samfundskonflikter sker samtidigt - det første er værdien af og afhængighed af mobilitet, det andet er økonomiske begrænsninger og ressourceusikkerhed og det tredje er vores ønske om en ansvarlig og optimistisk fremtid. Forbrugerne kan mærke, at overflodens æra kan være forbi, og stigende reguleringer samt stigende omkostninger kan begrænse vores evne til at bevæge sig frit rundt. Samtidig gør en voksende bevidsthed om behovet for at fremskynde indsatsen for at forhindre klimaændringer os mere miljøbevidste og kræsne."*

En typisk familiebil fra midten af 70'erne vejede omkring 800 kg og var 3,7 m lang og 1,6 m bred. De tilsvarende biler i dag er vokset til mere end 1200 kg, er mindst 4,3 m lange og 1,8 m bredde. Nogle vejer endda mere end 2500 kg. Lov- og sikkerhedsmæssige krav har drevet noget af dette, men hvis tendensen fortsætter, og vi bliver ved med at parkere disse køretøjer 95 % tiden af hver dag og kører 80 % af turene med en enkelt passager, vil konflikten mellem behovet for at beskytte vores planet og løftet om bæredygtig, elektrificeret mobilitet ikke blive løst.

*"Citroën mener, at vi er nødt til at vende tendenserne ved at gøre vores køretøj lettere og billigere og samtidig finde opfindsomme måder at maksimere brugen og renovere for efterfølgende ejere. Ellers vil familier ikke have råd til mobilitetsfriheden, når fuldt elektriske køretøjer bliver den eneste mulighed for dem. oli er konkret eksempel på en både optimistisk og opfindsom løsning.”*

**1.FREMDRIFT 2.AMBITION 3.OPFINDSOMHED 4.MISSION**

Med oli viser Citroën, hvordan mærket vil nytænke fremtidig familiemobilitet ved at genoverveje alle detaljer for at reducere ressourcer og materialer for at udvikle køretøjer, der er nemmere at bruge, forstå og have råd til med passende rækkevidde og forbedret fleksibilitet.

*"oli er en arbejdsplatform til at udforske geniale ideer, der er realistiske for fremtidig produktion," siger Laurence Hansen, head of Citroën Product Development. ”Alle idéer bliver ikke virkelighed, heller ikke i den fysiske form, du ser her, men det høje innovationsniveau, der bliver vist frem, inspirerer fremtidige Citroën-modeller.”*

Den smart udtænkte oli er et konceptuelt familiekøretøj med bæredygtighed i centrum. Den demonstrerer eksplicit, hvordan den bedste livscyklusvurdering (LCA) kan opnås fra start til slut med brug af letvægts- og genbrugsmaterialer, til bæredygtige produktionsprocesser og med fokus på holdbarhed for en forlænget "levetid i drift" til ansvarlig genanvendelse ved end-of-life.

*"Vi ønskede kun at bruge den mængde materialer, vi virkelig havde brug for, så vi har uden fravigen forfulgt målet om at placere de rigtige ressourcer, hvor de er nødvendige, og begrænse virkningen af ​​brugen af ​​disse ressourcer,"* siger Hansen.

Når antallet af dele og komponenter reduceres intelligent, mens man anvender de letteste og mest ansvarlige materialer, samtidig med at kompleksiteten minimeres og alsidighed og funktionalitet øges, er resultatet noget meget mere effektivt, meget overkommeligt og mindre kompliceret.

*"Det er en ond cirkel - at levere mere elektrisk rækkevidde kræver et større batteri. Tilføjelse af mere teknologi kræver mere strøm, hvilket også betyder et større batteri. Alt dette tilføjer vægt, kompleksitet og omkostninger, og jo mere et køretøj vejer, jo mindre effektivt bliver det,”* tilføjer Laurence Hansen*. "oli viser, hvad der kan ske, når vi har en helt anden tilgang."*

Selvom den ser stor ud, er oli hverken tung eller besværlig – dens vægt på omkring 1000 kg gør den væsentligt lettere end de fleste sammenlignelige kompakte SUV'er.

Som et resultat behøver dens helelektriske drivlinje kun et 40 kWh batteri for at levere en rækkevidde på op til 400 km. Ved at begrænse tophastigheden til 110 km/t for at maksimere effektiviteten opnås et forbrug på 10 kWh/100 km og genopladning fra 20 % til 80 % tager kun 23 minutter.

**1.FREMDRIFT2.AMBITION 3.OPFINDSOMHED 4.MISSION**

oli kan muliggøre en elektrisk livsstil ud over nul-emissionsmobilitet.

Som en nyttig 'elektrisk enhed' ville den problemfrit og naturligt passe ind i det elektriske økosystem som et nøgleled mellem et hjems solpaneler (som kan producere overskydende strøm, der kan returneres til nettet), en forbrugers behov for elektricitet både ude eller derhjemme (f.eks. i tilfælde af strømafbrydelse), og det bredere elektriske netværk.

Ved at understøtte smart 'Vehicle to Grid' (V2G)-kapacitet er der potentiale for, at et køretøj som oli kan tjene penge til sin ejer ved at gemme overskydende energi fra hjemmesolpaneler og sælge dette tilbage til energileverandører samt hjælpe med at administrere strømproblemer, når der er spidsbelastning eller strømafbrydelse i nettet.

Citroën oli viser også, hvordan et køretøj kan fungere som et hjem væk fra hjemmet til sommerture til stranden eller en campingweekend i bakkerne, takket være dens 'Vehicle to Load' (V2L)-kapacitet. I betragtning af dets 40 kWh batteri og en stikkontakt på 3,6 kW (svarende til en 230v 16amp hjemmekontakt), kan oli teoretisk levere strøm til en 3000 w elektrisk enhed i omkring 12 timer.

*"Det her er genialt, hvis du har svømmet eller er blevet våd i regnen og har brug for at tørre dit hår*," fortæller Anne Laliron, head of Citroën Advanced Products and Mobility, *"Der er strøm til din hårtørrer, og du kan nyde en kølig eller varm drink, fordi du kan tilslutte et minikøleskab eller kaffemaskine, så når natten falder på, kan du tilslutte din grill og lys for at spise, så oli er helt sikkert din livsstilspartner.”*

Uanset hvilken brug man kan forestille sig for oli på rejser eller i familiens hjem, rummer den smart funktionalitet, der er praktisk og nem at bruge.

Oli's utraditionelle design udstråler, personlighed, fleksibilitet og positivitet og har dimensioner som en SUV: 4,20 m lang, 1,65 m høj og 1,90 m bred.

Det trodser traditionel klasseindeling: oli kan være, hvad den skal være – familielimousine, urban explorer, arbejdskammerat, endda en udvidelse til familiens hjem takket være dens evne til at forsyne hverdagens apparater i tilfælde af strømafbrydelse.

I oli er den æstetiske tilgang bevidst blevet overdrevet for at styrke funktionalitet og alsidighed. Og ligesom Ami er den ikke bange for at vise sin enkle og intuitive tilgang til mobilitet.

*”Vi er ikke bange for at vise dig, hvordan køretøjet er sat sammen, så du for eksempel kan se rammer, skruer og hængsler. At omfavne renhed giver os mulighed for at designe anderledes og udfordre alt. Det er som at have en analog tilgang til mange ting, der er blevet digitale i dag,”* fortæller Citroën ’s head of Design, Pierre Leclercq *"Derfor har vi valgt en mindre typisk automotiv tilgang med oli, og det er denne opfindsomhed, der vil inspirere elementer af vores designsprog i de kommende år."*

Før han designede køretøjer, studerede Leclercq industrielt design, hvilket forklarer hans retning: "*I industrielt design lærer de dig "du skal ikke fortælle mig, at det er smukt, det skal være funktionelt", så da vi satte os for at lave oli, sikrede vi os, at formen definitivt fulgte funktion, som du ville forvente med alt fra husholdningsapparater til brugskøretøjer. Den måde, hvorpå et køretøjs eksteriør udvikler sig, er baseret på interiørarkitektur - det er super vigtigt, da du ikke bare kan være sexet på ydersiden uden at forstå den oplevelse, du ønsker, at folk skal have indeni."*

*"Alle de vigtigste designelementer på oli er perfekt vandrette eller lodrette, hvilket er noget, vi gerne vil udforske,"* siger Leclercq. *"Den sædvanlige tilgang ville være at gå efter dynamiske linjer, og andre bilproducenter ville ikke turde gøre, hvad vi har gjort - men vi leder efter ærlighed og effektivitet i formsproget."*

Forruden er lodret, fordi den er den korteste afstand mellem top og bund og bruger den mindste mængde glas. Ud over at reducere vægt og kompleksitet er den mindre skærm billigere at producere eller udskifte og mindsker passagerernes eksponering for solens påvirkninger. Det anslås også at bidrage til at reducere det strømbehov, som oli's beskedne klimaanlæg ville have med op til 17%.

I stedet for det sædvanlige bagagerum eller hatchback byder oli på en uventet løsning og demonstrerer nyttigt produktdesign.

*"Når du tænker på praktik og alsidighed, især i et kompakt køretøj designet til at være ultraansvarligt og effektivt, skal du tænke anderledes. Mange mennesker synes, at deres lille SUV ikke er mere praktisk end en kompakt hatchback, så oli’s usædvanlige pick-up løsning med bagagerum nedenunder er vores bud på, hvordan man får det bedste fra flere verdener,”* siger Leclercq.

Citroën oli er designet til at være en brugervenlig livsstilsmulighed. Så uanset om du besøger en møbelbutik for at bringe saml selv møbler med hjem, eller læsser paddleboards og pop-up tagtelt til en weekend ved kysten, kan alt sammen anbringes i det fleksible pick-up lad.

**1.FREMDRIFT 2.AMBITION 3.OPFINDSOMHED 4.MISSION**

Med oli er Citroën på en mission om at formidle seriøse budskaber om fremtiden for overkommelig, bæredygtig og sjov familiemobilitet, samtidig med at oli viser en fremtidsvision for selve mærket:

"*Vi tog en risiko med Ami, og vi tager en risiko med oli, fordi vi skal presse kreativiteten til produktionen,"* siger Pierre Leclercq. "*Der er ingen mening i at foreslå seje materialer eller design, som aldrig vil påvirke fremtidige produktionskøretøjer. Derfor er inddragelsen af ​​det nye logo på oli vigtig, for ligesom du vil se elementer af dets design og teknologi i fremtidige modeller, vil den nye fortolkning af Citroën-mærket være et billede på vores nye identitet."*

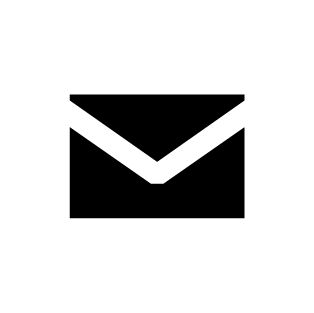
*"Vi har en bred kundebase, fordi vi tilbyder personlig mobilitet fra AMI til C5-X, og ikke alle er måske klar til at acceptere, at man ikke har brug for visse ting,"* siger Laurence Hansen. *"Så selvom vi ikke kommer til at ændre alt fra den ene dag til den anden, ønsker Citroën at engagere sig i en diskussion, for at undersøge, hvad der er nok, og for at demonstrere, hvordan vi kan gøre det rigtige og levere vores mission om at bringe ansvarlig, økonomisk overkommelig og underholdende mobilitet til alle."*

Vincent Cobée erkender, at en lys fremtid afhænger af reformer i stedet for at justere den måde, vi bruger, vælger, forbruger, flytter, forurener, kasserer og tænker på:

*"Bilindustrien er ikke immun over for de revolutioner, der udfordrer enhver anden industri, når vi står over for de problemer, der skabes af vores overflod af forbrug, og Citroën vil bevise, at der er ukonventionelle måder at ændre på, som ikke er kedelige. Ami er et godt eksempel på det, og vi er stolte af dens succes.*

*Med de vigtige budskaber om enkelthed og at gøre det rigtige, viser Citroën oli - vores ”kørende laboratorium”-, hvordan vi kan inspirere fremtidige familier.*

*Citroën oli eksemplificerer vores mobilitetsmission: ansvarlig, ligetil og økonomisk overkommelig for dit hverdags liv, mens den stadig er optimistisk og underholdende. Det er vores rettesnor for at skabe den løsning, kunderne vil have som det eneste køretøj, familien har brug for om ti år*."



**Contact:**

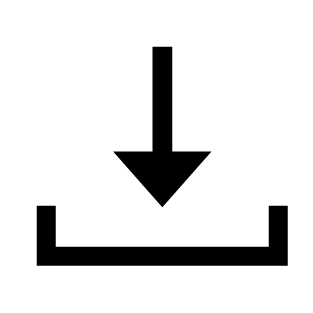
**BENJAMIN DEMOZAY**  
PRESS RELATIONS  
  
benjamin.demozay@citroen.com

TEL +33 (0)6 17 69 91 43

**Contact:**

**CLAIRE BADY**  
PRODUCT COMMUNICATION  
  
CLAIRE.bady@citroen.com

TEL +33 (0)6 22 91 05 73



**Download our press kit:**

<http://www.citroencommunication-echange.com>

**Username (CAPS): OLI**

**Password: CONCEPT2022**

**Citroën**

Since 1919, Citroën has been creating automobiles, technologies and mobility solutions to respond to changes in society. A brand of boldness and innovation, Citroën places peace of mind and well-being at the heart of its customer experience and offers a wide range of models, from the distinctive Ami, an electric mobility object designed for the city, to saloons, SUVs and commercial vehicles, most of which are available in electric or rechargeable hybrid versions. A pioneer brand in the services and attention paid to its private and professional customers, Citroën is present in 101 countries and has a network of 6,200 points of sale and service throughout the world.

For more information about Citroën, visit the media site at <https://fr-media.citroen.com>