

Nouvelle Space Star*

« La carte du Cool »

Six ans après son lancement européen, la Space Star totalise 653 065 unités vendues dans plus de 90 pays dans le monde (entre mars 2012 et septembre 2019), dont 205 264 en Europe. Elle bénéficie aujourd'hui d'un restylage en profondeur visant à lui donner une ligne plus mordante et de nouveaux arguments de vente afin d'offrir aux clients européens une alternative à la fois cool et rationnelle, forte de la fiabilité japonaise et de nouveaux équipements avancés d'assistance à la conduite.



Lancé au Salon de Bangkok le 28 novembre 2019, le millésime 2020 de la Space Star sera présenté en première européenne aux salons de Bruxelles et Vienne en janvier 2020, juste avant sa commercialisation dans la zone Europe (MME33).

Entre janvier et septembre 2019, la Space Star a enregistré les meilleures ventes de MMC en Europe (zone MME) avec 33 630 ventes, soit 22,8 % du volume total de Mitsubishi Motors Europe (MME).

Les principales caractéristiques de cette nouvelle Space Star incluent :

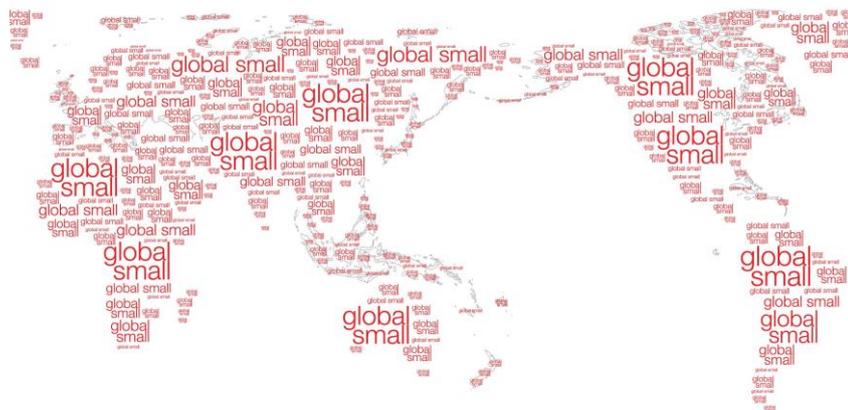
- **Un nouveau dessin des faces avant et arrière**
- **Une qualité intérieure améliorée (sellerie et inserts)**

- **De nouveaux systèmes avancés d'assistance à la conduite**
- **Des consommations revues à la baisse**

« Global Small »

La Space Star est le fruit de l'ambitieux projet « Global Small » initié en 2009 par Mitsubishi Motors Corporation (MMC). Il s'agit d'un modèle unique en son genre, dans le sens où il a été conçu pour répondre aux attentes d'une catégorie bien spécifique de clients partout dans le monde.

Où qu'ils se trouvent, sur des marchés matures ou émergents, ils recherchent la même combinaison d'habitabilité, de rentabilité énergétique (faibles émissions/consommation) et de coûts d'entretien modérés, tout en rejetant les limitations techniques évidentes des produits « low cost ».



Afin d'atteindre cet objectif, MMC a lancé « Global Small », un vaste projet intégrant des technologies avancées (aérodynamique sophistiquée, réduction intelligente des masses, présentation rationnelle, groupes motopropulseurs à haut rendement...) afin de répondre ensemble aux enjeux mondiaux au sein de toutes nouvelles infrastructures de production.

Le projet « Global Small » comprenait une toute nouvelle architecture pour des voitures de petit gabarit, avec deux véhicules différents (la Space Star avec ses cinq portes et la berline quatre portes Attrage), une toute nouvelle famille de

moteurs, ainsi qu'une nouvelle usine en Thaïlande (la troisième de MMC dans le pays, complétée depuis par une autre aux Philippines).

Depuis son lancement en mars 2012, la Space Star a cumulé 653 065 unités vendues (sur un total de 932 301 voitures du projet Global Small), réparties comme suit :

1. Europe**	205 264 unités
2. ASEAN	196 951 unités
3. Amérique du Nord	138 836 unités
4. Japon	49 269 unités
5. Australie et Nouvelle Zélande	30 005 unités
6. Amérique latine	18 823 unités
7. Moyen Orient et Afrique	13 873 unités
8. Asie du Nord	44 unités

En parallèle, l'Attrage a ajouté 279 236 unités vendues au projet « Global Small » de MMC.

Entre janvier et octobre 2019, 33 630 Space Star ont été vendues en Europe (+ 7 %), les cinq plus gros marchés étant : l'Allemagne (17 925 unités, soit 53 % du total européen), l'Italie (3 473 unités), la France (2 662 unités), les Pays-Bas (2 416 unités) et l'Autriche (1 407 unités).

Pas si « Small » (petit) en Europe

Les segments des citadines demeurent les plus importants en Europe avec 1 027 000 ventes pour le segment A et 3 011 000 ventes pour le segment B (source : chiffres JATO EU12 de 2018). Pourtant ils représentent à la fois des challenges et des opportunités pour la plupart des équipementiers :

- Les challenges :
 - ⇒ Les contraintes réglementaires de plus en plus strictes augmentent le poids et les coûts, avec des marges limitées.
 - ⇒ La concurrence des offres « low cost » dans une région où les revenus disponibles sont de plus en plus serrés.

- ⇒ La concurrence acharnée qui altère l'équilibre entre volume et profitabilité.
- ⇒ Malgré cela, le besoin de faire fonctionner de larges infrastructures de production.
- Les opportunités :
 - ⇒ Des modèles bien établis qui offrent aux clients européens habitabilité, confort, sécurité et des équipements auparavant réservés aux véhicules plus chers du segment C.
 - ⇒ Une possible extension du marché vers les foyers possédant plusieurs véhicules (source ACEA 2016 / 2 voitures par foyer) :
 - Autriche : 21%
 - Belgique : 24%
 - France : 30,3%
 - Pays-Bas : 18,8%
 -
 - ⇒ La capacité de diminuer la moyenne des consommations et des émissions à l'échelle de toute la production de l'entreprise.

Dans ce contexte, le fondement même du projet Global Small de MMC, basé sur le haut rendement et la qualité de l'ingénierie japonaise, a trouvé un écho très favorable en Europe, le marché le plus important de la Space Star à ce jour (31,4 % du total) :

- ⇒ Vaste habitabilité, digne du segment B
- ⇒ Prix abordable, digne du segment A
- ⇒ Confort de conduite
- ⇒ Grande quantité d'équipements
- ⇒ Faibles coûts d'entretien
- ⇒ Qualité et fiabilité japonaises

Le succès grandissant de la Space Star sur les marchés traditionnellement très attachés aux petites voitures, comme la France et l'Italie (respectivement + 113 % selon Dataneo et + 76,6 % selon UNRAE) entre les années 2018 et 2019 (neuf mois) tendent à justifier encore plus cette stratégie produit.

Au-delà, la technologie mise en avant dans la Space Star soutient la politique de

basses émissions de Mitsubishi Motors dans le contexte de la réglementation CAFE (Corporate Average Fuel Economy), en complément de l'Outlander PHEV hybride rechargeable qui représente les meilleures ventes mondiales (42,5 % en volume des ventes de MME sur les neuf mois de l'année 2019).

« La carte du Cool »

Tout en conservant les qualités intrinsèques de la Space Star que sont les basses consommations, les faibles émissions de CO₂, l'importante habitabilité au sein d'un petit véhicule et les coûts d'utilisation modérés, MMC a également tenu compte des retours clients.

S'appuyant sur le succès du restylage du millésime 2016 (+ 12 % entre 2016 et 2017 puis + 15 % entre 2017 et 2018 en Europe), dû en grande partie à son design plus moderne, Mitsubishi Motors a décidé de poursuivre le travail esthétique en introduisant l'identité visuelle Dynamic Shield.



D'abord introduit sous forme de concept en 2014, le bouclier avant « Dynamic Shield » a depuis été déployé sur tous les véhicules de MMC, qu'il s'agisse des berlines, des kei cars, des SUV, des monospaces ou des pick-up avec un effet remarqué, prouvant de facto sa pertinence et son universalité.

Dans le même esprit que les millésimes 2020 de l'ASX et du L200, toute la partie avant en amont du pare-brise (capot, ailes, pare-chocs, grille, feux à LED - en fonction des marchés et des modèles) a été entièrement redessinée pour apporter un sentiment de mouvement, de protection et de savoir-faire propre au

Dynamic Shield.

Cette refonte radicale a représenté un effort significatif en termes d'investissement et de fabrication. Elle transforme la Space Star en une petite voiture racée et dynamique, bien campée sur ses appuis et pourtant toujours aussi compacte (seulement + 5 cm pour un total de 3 845 mm).

À l'arrière, un nouveau pare-chocs plus large et plus agressif a été développé dans le but de faire paraître la voiture plus basse et plus large avec un sens renouvelé des proportions, accentué par le nouveau dessin des optiques arrière en L.



L'effet général est renforcé par le long béquêt arrière avec le feu de stop intégré qui contribue à une excellente aérodynamique (Cx de 0,27).

Visuellement plus affirmée, la Space Star 2020 peut aussi compter sur des nouvelles jantes 15" à larges branches en alliage pour souligner son dynamisme.



Enfin, cette personnalité plus expressive se voit soulignée par l'ajout de deux

nouvelles couleurs : « Sand Yellow » métallisé et « White Diamond », cette dernière utilisant le processus multicouches très élaboré introduit sur l'Eclipse Cross (en rouge) en 2017 puis sur le L200 (en blanc) en 2019 :

Enfin, une gamme étendue d'accessoires assortie à la plus forte personnalité de la voiture a été créée par le Design de MMC, dont :

- Une grille de calandre effet carbone avec liseré rouge
- Une extension de pare-chocs avant couleur carrosserie
- Des moulures de bas de caisse (effet carbone et liseré rouge)
- Une extension de pare-chocs arrière (effet carbone et liseré rouge)
- Des jantes alliage 15" noires

Un intérieur retravaillé

L'important restylage extérieur a été étendu à l'intérieur de la voiture en réponse au retour des clients européens :

- Nouvelle sellerie (disponible en gris ou noir)



- ⇒ Une combinaison de tissu à motif géométrique au centre et d'effets texturés sur les côtés, avec ou non des surpiquûres selon les niveaux de finition.
- ⇒ Une combinaison de tissu à motif graphique au centre et de cuir synthétique sur les côtés, avec des surpiquûres et des passepoils.
- Nouvelle garniture de portière avec des inserts et des accoudoirs en tissu

ainsi que des habillages effet carbone.



- Nouvelle disposition des commandes et des rangements
- Nouvel accoudoir relevable sur le siège passager (seulement sur les modèles avec boîte CVT)
- Nouvelle instrumentation à contraste semi-élevé avec un habillage carbone et des inscriptions plus lisibles.

Petite et plus sûre

Pour sa version 2020, la nouvelle Space Star intègre la sécurité des grosses voitures dans le segment des petites avec des équipements avancés d'assistance à la conduite (ADAS pour Advanced Driver-Assistance Systems) qui ne sont souvent pas proposés chez la concurrence du segment A :

- Le système de réduction de vitesse avant collision (FCM) avec détection des piétons
- L'alerte de changement involontaire de voie (LDW)
- Les phares automatiques (AHB)
- La caméra de recul

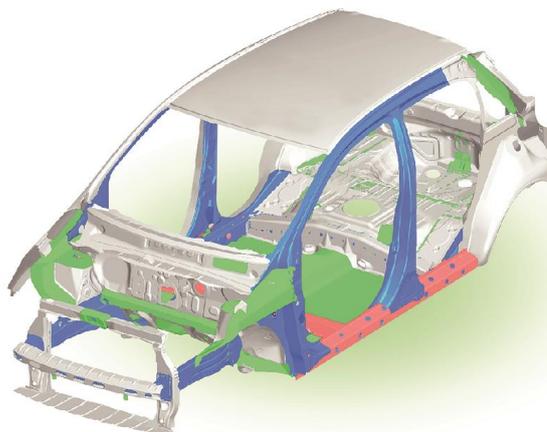
L'efficacité avant tout

Depuis son lancement commercial en 2012, la Space Star a permis à un plus grand public à travers le monde d'accéder à des véhicules à faible impact

environnemental, en termes d'économie de carburant et d'émissions de CO₂.

L'ensemble des technologies regroupées dans la Space Star s'inscrit dans la continuité de la philosophie d'ingénierie de MMC qui place le rendement énergétique au premier plan :

- Toute nouvelle architecture « Global Small »
- Aérodynamique avancée (Cx de 0,27)
- Stratégie poussée de réduction des masses grâce à une optimisation structurelle et une utilisation importante (60%) d'acier à haute limite d'élasticité dans toute la structure, au-delà des standards de l'industrie à 200-250 MPa, ce qui se traduit par une masse à vide minimale de 860 kg (soit seulement 15 kg de plus que le modèle qu'elle remplace).



- Un bon compromis dans les dimensions (3 845 mm) qui offrent de la place pour cinq avec un espace aux genoux de 1 651 mm.
- De nouveaux moteurs essence trois cylindres ultralégers à haut rendement (1,0 L pour 71 ch et 88 N.m ; 1,2 L pour 80 ch et 106 N.m) disposant de la distribution variable MIVEC de Mitsubishi Motors ainsi que de l'Auto Stop & Go (selon les modèles).
- De plus, les moteurs de la Space Star sont accouplés à la nouvelle boîte à cinq rapports ou à la CVT INVECS-III (celle-ci seulement avec le moteur 1,2 L) qui affichent elles aussi d'excellents rendements.

Pour le millésime 2020, les ingénieurs de MMC ont également intégré un alternateur à haut rendement de 130A ainsi qu'un nouvel étage pour la boîte

manuelle à cinq rapports.

** « Mirage » en Angleterre*

*** « Europe » : ARMENIE, AUTRICHE, AZERBAIDJAN, BELGIQUE, BULGARIE, CROATIE, CHYPRE, REPUBLIQUE TCHEQUE, DANEMARK, ESTONIE, FINLANDE, FRANCE, GEORGIE, ALLEMAGNE, GRECE, HONGRIE, ISLANDE, IRLANDE, ISRAEL, ITALIE, KAZAKHSTAN, LETTONIE, LITHUANIE, MACEDOINE, MALTE, PAYS BAS, NORVEGE, PALESTINE, POLOGNE, PORTUGAL, ROUMANIE, RUSSIE, SERBIE, SLOVAQUIE, SLOVENIE, ESPAGNE, SUEDE, SUISSE, UK, TURQUIE, UKRAINE.*

Toutes les données sont sujettes à l'homologation européenne finale

La disponibilité des équipements dépend du marché et du modèle

À propos de MITSUBISHI MOTORS

MITSUBISHI MOTORS CORPORATION est un constructeur automobile international basé à Tokyo, au Japon, qui bénéficie d'un avantage concurrentiel sur le marché des SUV, des pick-up, des véhicules électriques et électriques hybrides rechargeables.

Depuis sa première voiture il y a plus d'un siècle, le groupe Mitsubishi fait preuve d'une approche ambitieuse et souvent disruptive en créant de nouveaux genres de véhicules et en développant des technologies de pointe pionnières. Profondément ancrée dans l'ADN de MITSUBISHI MOTORS, notre stratégie de marque séduira les conducteurs ambitieux, prêts à sortir des sentiers battus et à accepter le changement. En cohérence avec cet état d'esprit, MITSUBISHI MOTORS a présenté sa nouvelle stratégie de marque en 2017, exprimée au travers de son slogan « Drive your Ambition » – une combinaison entre engagement et avant-gardisme reflétant le dialogue continu entre la marque et ses clients. Aujourd'hui, MITSUBISHI MOTORS continue d'investir dans de nouvelles technologies innovantes, dans un design attractif et dans le développement de ses produits afin de proposer aux clients du monde entier de nouveaux véhicules passionnants et authentiques.

Pour plus d'info, contactez :

Ann Wittemans – Press & PR
Beherman Motors NV
+32 470 88 04 71



ann.wittemans@beherman.com