

## Press Information

12 juin 2012

Réf. : 4012

### **Philips présente sa nouvelle collection co-créeée d'écouteurs CitiScape, inspirée des villes les plus animées au monde**

- Une gamme de casques à arceau et d'oreillettes de classe inspirée des six villes les plus créatives au monde
- La technologie MusicSeal vous permet d'écouter votre musique sans déranger vos voisins
- Un confort d'écoute prolongé grâce à l'emploi de mousse à mémoire de forme

**Bruxelles, Belgique** - En s'inspirant de six des villes les plus animées au monde, Philips a collaboré avec des citoyens audiophiles pour présenter sa nouvelle collection d'écouteurs CitiScape. En co-création avec plus de cent citoyens parmi les plus créatifs de New York, Londres, Berlin, Shanghai, Paris et Tokyo, Philips est parvenue à développer une collection de casques racée, conçue pour un style de vie urbain.

La collection CitiScape, qui compte trois modèles de casques ainsi qu'un modèle d'oreillettes, respectivement appelés **Uptown**, **Downtown**, **Shibuya** et **St Germain**, séduit par son design caractéristique et hautement fonctionnel. La collection CitiScape est dotée de la nouvelle technologie MusicSeal, qui neutralise le bruit ambiant et limite les pertes sonores. La collection CitiScape vous permet de passer facilement de la musique à la fonction téléphone grâce à un micro intégré.

Le casque **Uptown** d'inspiration new-yorkaise est doté d'un corps robuste en aluminium agrémenté de coussinets ultra doux en mousse à mémoire de forme, gage de longues sessions d'écoute tout confort. Fuyez le monde qui vous entoure et remplacez le brouhaha de la ville par de la musique. Les haut-parleurs 40 mm haut de gamme sont finement réglés, pour un son ultra-précis. Avec MusicSeal, vous écoutez de la musique en toute intimité.. Pour les amateurs de look rétro, le modèle Uptown est disponible en noir avec coussinets marron, ou en marron avec coussinets gris clair.



Pour un look plus casual et décontracté, la gamme **Downtown** reflète le style 'streetwear' new-yorkais. Rehaussée d'un arceau léger habillé de mousse douce thermosoudée, la gamme Downtown garantit une expérience auditive authentique et confortable. Comme pour la gamme Uptown, les haut-parleurs 40 mm vous offrent un son pur et cristallin. Et grâce à la technologie MusicSeal, vous resterez immergé dans votre monde à l'écoute de votre musique favorite. Le modèle Downtown existe en marron, en gris clair et en violet.

Lorsque l'élégance simple se marie à la culture pop japonaise, on obtient le casque à arceau **Shibuya**. Grâce à l'arceau léger et aéré et aux coussinets ultra-doux et souples, ce modèle vous garantit un confort optimal. Les haut-parleurs 40 mm produisent des basses profondes et dynamiques. Grâce aux coussinets isolants, vous pouvez apprécier la vie urbaine sans être gêné par les bruits de la ville. La série Shibuya est disponible dans une palette de coloris allant du blanc pure au rose flashy.



En incarnant la "vibe" du quartier bohème de Paris, la gamme d'oreillettes **St Germain** séduit par son esprit funky et son élégance. Dotées de haut-parleurs 10 mm finement réglés, les oreillettes St Germain vous offrent un son clair et détaillé, où que vous alliez. Vous pouvez transporter ces oreillettes dans votre sac, le câble ne s'emmêlera pas. Avec le câble à glissière pratique, vous pouvez facilement partager avec votre ami(e). Optez pour le style et le charme bohème de Paris : marron ou mauve.

\* \* \* \* \*

**Pour plus d'informations, veuillez contacter :**

Tine Nelissen

PR Manager Philips Consumer Lifestyle

Tél. : +32 2 525 80 32 (ne pas publier)

E-mail : [tine.nelissen@philips.com](mailto:tine.nelissen@philips.com)

Philips Customer Care Center, tél. 070 700 036

**À propos de Royal Philips Electronics**

*Royal Philips Electronics N.V. (NYSE : PHG, AEX : PHI) se pose comme une entreprise diversifiée, active dans les domaines « de la Santé et du Bien-être » et qui a pour but d'améliorer la qualité de vie des personnes par des innovations significatives. Philips est un leader mondial dans les domaines des soins de santé, de la vie moderne et de l'éclairage ; l'entreprise intègre la technologie et le design dans des solutions qui sont axées sur les personnes, qui s'appuient sur une connaissance profonde des consommateurs et qui répondent à la promesse de la marque « sense and simplicity »/du sens et de la simplicité. Philips, dont le siège social se trouve aux Pays- Bas, emploie quelque 122.000 personnes actives dans les domaines de la vente et des services dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 22,6 milliards d'euros en 2011. L'entreprise est leader sur les marchés des soins cardiologiques, des soins de médecine d'urgence et des soins de santé à domicile, des solutions d'éclairage économique et des nouvelles solutions d'éclairage, des produits de la vie moderne ; elle occupe une position de leader très forte dans les marchés des rasoirs électriques, des systèmes de divertissement portables et des soins dentaires. Vous trouverez plus de renseignements sur Philips via les liens suivants : [www.philips.com/newscenter](http://www.philips.com/newscenter) et [www.philips.be](http://www.philips.be)*