



Passionnement Citroën

N°8

Juillet 2021

LE MAG

Quelle est
la meilleure
C4?

Essais
des versions
essences
100, 130 & 155 ch



C3 Aircross
restylé

SCOOP
Future C3



**STELLANTIS
SON PLAN
ÉLECTRIQUE**

DS9



Essais



Ami Cargo

Anniversaire Concept Tubik & B2

et retrouvez aussi toutes les actualités produits, sport... de la marque

Le Mas Lachamp

Gîtes et chalets en Sud Ardèche



A 6 km des Vans, dans les cévennes d'Ardèche, les Gîtes et Châteaux du Mas Lachamp vous accueillent dans un endroit calme, chaleureux et unique

Votre semaine de la Toussaint dès 250€

Tél : 06 30 96 11 34 - Mail : antoine.charpenay@sfr.fr



Web : www.gites-ardeche-maslachamp.com

Deux ans déjà que Passionnement Citroën propose un magazine. Huit numéros qui se sont tous améliorés au fur et à mesure pour aujourd'hui arriver à un numéro spécial à plus d'un titre.

Spécial par la quantité des essais réalisés. Ainsi, vous retrouverez le premier essai du Citroën C3 Aircross restylé, ici dans sa motorisation essence 130 chevaux. C'est aussi le premier essai de la version Cargo de la Citroën AML, surprise annoncée lors du numéro 7. My AML Cargo se veut une étonnante version qui parvient à loger des éléments de 1m20 soit la moitié de sa longueur, et qui, comme la version particuliers, est pleine d'astuces et d'intelligence. Ce numéro est également l'occasion d'essayer la grande berline premium française. La DS9 est le summum du luxe automobile français, une berline classique qui est dotée de grandes qualités.

Spécial également par le comparatif entre toutes les motorisations essence de la C4. Chaque moteur a été essayé avec les deux boîtes disponibles, manuelle à 6 rapports ou automatique à 8 rapports. C'est aussi le premier essai de la C4 dans sa version puretech 100 chevaux, version qui n'a jamais été essayé auparavant par les médias. Une C4 d'entrée de gamme qui démontre déjà un réel talent à transporter les familles dans les meilleures conditions de confort.

Juillet 2021
N° 8

Spécial

Spécial avec l'interview de Bruno Gisquet, Directeur des contenus marque de Citroën, qui explique la nouvelle charte graphique de Citroën pour ses publicités, les raisons de cette évolution et les objectifs.

Spécial enfin avec l'arrivée d'une nouvelle rubrique intitulée « Mon Citroën par... » et qui donne la parole aux lecteurs pour nous expliquer les raisons de leur passion pour la marque et comment cette passion se matérialise.

Ce numéro est également l'occasion de présenter la future C3, dont la présentation se fera en Inde le 16 Septembre prochain, et qui marque une évolution pour Citroën.

Un huitième numéro de Passionnement Citroën le Mag très chargé donc qui vous permettra de replonger ou découvrir les actualités de la marque, pendant cette période de vacances où l'actualité se fait moindre.

Un grand merci à Laurent pour sa magnifique contribution à ce magazine et très bonne lecture à vous tous,

Bonnes vacances,





Passionnement Citroën

LE BLOG

Le site des passionnés d'une marque **exceptionnelle**

*Passionnement Citroën c'est,
depuis*

3 ans,

le site le plus complet sur Citroën
qui présente, au quotidien, **toute
l'actualité mondiale
de la marque, les
ventes mensuelles, les
nouveauautés, les essais, les
scoops et tant d'autres...**

Depuis trois ans, via le blog puis le site, Passionnement Citroën poursuit l'objectif de relater l'actualité mondiale de Citroën ainsi que du groupe PSA. Aux côtés des actualités quotidiennes, Passionnement Citroën édite ce magazine, trimestriel, qui offre une nouvelle façon de découvrir l'actualité de Citroën, avec plus de détails, plus de précisions. Passionnement Citroën le Mag c'est aussi des rubriques uniques telles que le point sur les ventes trimestrielles ou les focus sur une des technologies de PSA.



Passionnement Citroën

LA CHAÎNE

Enfin, Passionnement Citroën c'est aussi une chaîne Youtube qui vous présente des essais vidéo des derniers modèles, des vidéos de présentation de voitures modernes ou historiques ou encore des reportages. Passionnement Citroën c'est donc tout un ensemble de canaux qui vous permet de découvrir toute l'actualité de Citroën. Via le site, le mag ou la chaîne, avec Passionnement Citroën vous avez tout les moyens pour assouvir votre passion pour Citroën.



P3 **Edito**

P6 **Les actualités de Citroën**

P13 **Présentation : C3-XR**

P21 Les agents Citroën nous racontent...

P22 **Spécial ESSAIS**

22 - C3 Aircross restylé 130 EAT6

32 - My AMI Cargo

36 - DS 9

42 - Comparatif C4

- C4 puretech 100
- C4 puretech 130 bvm6 + eat 8
- C4 puretech 155
- Comparatif

P62 **Interview Bruno Gisquet**

P64 **Les ventes du 1er semestre**

P66 **Dans le rétro :**

66 - Citroën Tubik

72 - Citroën B2

P74 **Stellantis mise sur l'électrification**

P78 **Future C3 versus Actuelle C3**

P82 **Mon Citroën**

Rédacteur en chef
Jérémy Krock

Conception artistique
et réalisation graphique
Laurent Reynes



Les Actus Citroën

Citroën C1 Millenium

Tarif 14850€ - dès maintenant

Après la fin de carrière de la version trois portes, la Citroën C1 n'est plus disponible qu'en 5 portes toujours accompagné du dérivé Aircscape. Mais, alors que la fin de carrière de la citadine de Citroën se prépare, elle quittera les showrooms en fin d'année 2021, la marque soutient sa petite citadine avec une nouvelle série spéciale appelée Millenium.



Cette nouvelle série spéciale accentue l'allure baroudeuse des villes de la Citroën C1 ainsi que son caractère dynamique. Afin de valoriser chacun de ses clients, elle se distingue esthétiquement en adoptant, de série, des enjoliveurs de passage de roues Noir Mat issus du kit Urban Ride accompagnés des enjoliveurs 15" COMET qui relèvent sa silhouette, ainsi que les vitres et la lunette arrière surteintées pour plus d'élégance. Un style attractif et plein de caractère qui permet à la C1 de faire toute la démonstration de son agilité en ville avec fraîcheur et optimisme.

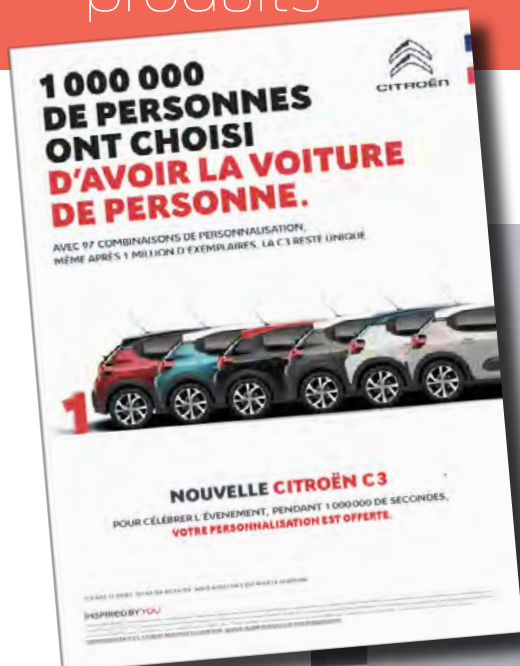
La nouvelle C1 Millenium allie l'élégance au service du bien-être à bord en intégrant dans son habitacle, de série également, l'ambiance intérieure Metropolitan Grey qui inclut le garnissage Tissu Urban Ride Collection 2, ainsi que le volant en croûte de cuir. Basée sur le niveau Feel, elle propose des équipements au service du confort comme la climatisation, un système audio numérique MP3 4HP, la banquette arrière fractionnable et rabattable. La Citroën C1 Millenium permet de vivre l'aventure urbaine en toute sérénité en ajoutant toute la modernité de sa tablette tactile 7" associée au

Mirror Screen permettant la duplication de l'écran de son smartphone, ainsi que la praticité des rétroviseurs extérieurs électriques chauffants.

D'ores et déjà disponible à la commande en France, la Citroën C1 Millenium s'affiche au tarif de 14 850 € et est arrivée dans les showrooms de la marque en juin 2021. A noter que cette série spéciale est également proposée en Allemagne ainsi qu'au Royaume-Uni, pays dans lequel la C1 Millenium devient «Urban Ride».



La Citroën C3 franchit le cap du million d'exemplaires produits



La troisième génération de Citroën C3 vient de franchir le cap du million d'exemplaires produits à l'usine de Trnava en Slovaquie. Lancée en novembre 2016, C3 a donné une nouvelle impulsion à la Marque en portant une nouvelle identité stylistique qui se retrouve sur les modèles actuels de la gamme et confirmant la promesse de confort qui constitue pour Citroën une véritable signature. Une offre pleine de caractère et couronnée de succès puisque C3 se classe en 2020 parmi le top 7 des acteurs majeurs de son marché en Europe. Elle se place même dans le top 3 des modèles les plus vendus de son segment sur des marchés majeurs comme en France, Espagne, Italie, Belgique, Portugal, Danemark, Slovaquie et Bulgarie.

Un succès commercial qui confirme son statut de best-seller de la Marque. Citadine polyvalente, symbole d'achat « coup de cœur », la 3ème génération de Citroën C3 possède de nombreux atouts. Pour poursuivre cette success story Citroën l'a faite évoluer

en 2020 en renforçant ce qui la rend si différente et attachante : une attitude unique inaugurant la nouvelle identité de face avant de la Marque, plus de personnalisation, un confort de référence et de nombreux équipements modernes réellement utiles au quotidien.

Immédiatement reconnaissable, C3 c'est une attitude singulière, une signature graphique à part, une morphologie véritablement unique sur un marché très stéréotypé. Berline au look moderne et protecteur, C3 ne ressemble à aucun autre véhicule sur son segment et se démarque avec une personnalité haute en couleurs.

À son lancement en 2016, C3 était le premier modèle à offrir à ses clients une offre de personnalisation aussi complète et cohérente au cœur du marché. Un élément qui deviendra un marqueur du positionnement Citroën sur le reste de la gamme. En 2020, la C3 accroît encore les possibilités pour le client de trouver le véhicule qui lui correspond avec près de 97 combinaisons extérieures. La personnalisation permet à chacun d'affirmer pleinement sa personnalité et son style, avec un look extérieur du plus discret au plus tendance et l'opportunité de réveiller une teinte classique par une teinte de toit contrastée et/ou des ponctuelles colorées. Chaque client peut constituer sa C3 à son image, une C3 unique qui ne ressemblera pas aux 999 999 autres.



Concrètement, C3 est la berline la plus personnalisable de son segment grâce à ses :

- 7 teintes de caisse : dont 2 teintes pleines d'énergie Rouge Elixir et Spring Blue en complément des teintes déjà connues (Noir Perla Nera, Gris Acier, Gris Platinum, Sable, Blanc Banquise).
- 4 Packs Color : ou ponctuelles colorées incluant les enjoliveurs d'antibrouillards et d'Airbump®, avec le coloris Emeraude Anodisé venant compléter les Noir, Blanc et Rouge.

- 4 teintes de toit : dont la couleur très tendance Bleu Emeraude (en complément des Blanc Opale, Noir Onyx, Rouge Aden). Des couleurs de toits en accord avec la teinte des rétroviseurs et le décor de custode.

- 3 décors de toit : avec des thèmes graphiques (Rouge, Techwood, Emeraude) sous forme de stickers au niveau de la gélule de toit et du décor de custode.

Le pouvoir de séduction de Citroën C3 se traduit par ailleurs au travers de mix de ventes riches, symboles d'un achat « coup de cœur » de la part de ses 1 000 000 de clients :

41% des commandes réalisées sur la version haut de gamme (niveaux « Shine » et « Shine Pack »)

65% des ventes réalisées avec option biton,

68% des ventes réalisées avec Airbump®.



Les Actus Citroën

Depuis 1889, la marque de mode Saint James propose un style marin «casual chic» dont l'emblème est le Mont Saint Michel.

Citroën présente la C3 Saint James

le chic décontracté à la française



International

Tarif à partir de 21 600€ - dès maintenant

Citroën avait proposé, en 2019, une série limitée autour de C3, exclusive au Japon, en collaboration avec Saint James. Après cette opération couronnée de succès et qui a permis une belle rencontre entre deux marques françaises autour de valeurs communes, Citroën et Saint James s'associent de nouveau pour proposer, cette fois pour l'international, une série limitée sur base de C3 naturellement appelée C3 Saint James.

De cette première rencontre au Japon se tisse un lien solide entre ces deux marques françaises qui ont tellement à partager. « Né de la mer » en 1889 dans la ville de Saint James près du Mont Saint Michel, emblème de la mode française et héritière d'un savoir-faire ancestral, la marque Saint James propose un style marin « casual chic » qui s'étend de la traditionnelle marinière aux cabans en passant par les pantalons ou les chemises. Elle met en avant des produits techniques, de qualité, contemporains, qui offrent à ceux qui les portent un maximum de confort. Des valeurs dans lesquelles se retrouve totalement la marque Citroën qui elle aussi depuis plus de 100 ans met l'humain, la créativité et l'in-

novation au service du développement de ses produits.

Fort du succès de leur première expérience au Japon, les deux marques ont décidé de développer une nouvelle collaboration autour de la C3 en élargissant leur périmètre d'exploration à l'international. La série spéciale C3 Saint James sera disponible en France (dont DOM-TOM), au Royaume-Uni, en Allemagne, aux Pays-Bas, ainsi qu'au Japon pour son grand retour.

Citroën C3 Saint James : une berline polyvalente et trendy

La Citroën C3 est le best-seller de la marque dans le monde. Berline polyvalente, symbole d'un achat «coup de cœur», la troisième génération de Citroën C3 actuellement commercialisée possède de nombreux atouts qui ont su séduire plus d'un million de clients au niveau mondial depuis son lancement. Immédiatement reconnaissable, C3 c'est une attitude singulière, une signature graphique à part, une morphologie véritablement unique sur un marché très stéréotypé. Jouant sur des modelés pleins et des muscles plutôt que sur des lignes tendues, ainsi que des proportions équilibrées, la C3 est pleine d'énergie et prête à bondir. Berline au look moderne et protec-

Proposée en biton, la C3 existe en plusieurs combinaisons



teur, C3 se démarque avec une personnalité haute en couleurs et un confort inégalé.

Ce design unique, fortement personnalisable, en font un support extraordinaire pour deux marques qui revendiquent la volonté de proposer des produits qui facilitent le quotidien avec style et praticité. La C3 Saint James s'adresse à ceux de tous âges qui imaginent leur vie en mouvement, dans un état d'esprit optimiste, à l'affût des tendances, à la recherche de mode et de design.

C3 Saint James : une personnalité unique

Basée sur le niveau haut de gamme Shine, l'édition limitée Saint James est proposée avec un toit bi-ton (noir ou blanc), associé au Pack Color White. Pour satisfaire les goûts de chacun, C3 Saint James est disponible avec toutes les teintes de caisses de C3 (Rouge Elixir, Noir Perla Nera, Gris Acier, Gris Platini-um et Blanc Banquise) à l'exception de la teinte Spring Blue.

Elle est également équipée de jantes alliage 16" Hellix Diamantées pour renforcer son caractère.

La C3 Saint James s'identifie immédiatement par un sticker de toit, aux couleurs bleu, blanc, rouge signé Saint James. Ce dessin plein de caractère vient cercler la gélule de toit qui anime le pavillon et donne toute son identité au modèle. On retrouve également la signature de Saint James sous chaque rétroviseur via un badge sur plaque métallique exclusif, reprenant l'esprit des motifs bleu-blanc-rouge, associé au célèbre logo Saint James. L'édition limitée est également dotée d'un sticker de custode spécifique aux couleurs de la marque normande lui aussi assorti au sticker de toit. Tous ces détails subtils, inspirés de l'univers Saint James, soulignent la silhouette de C3.

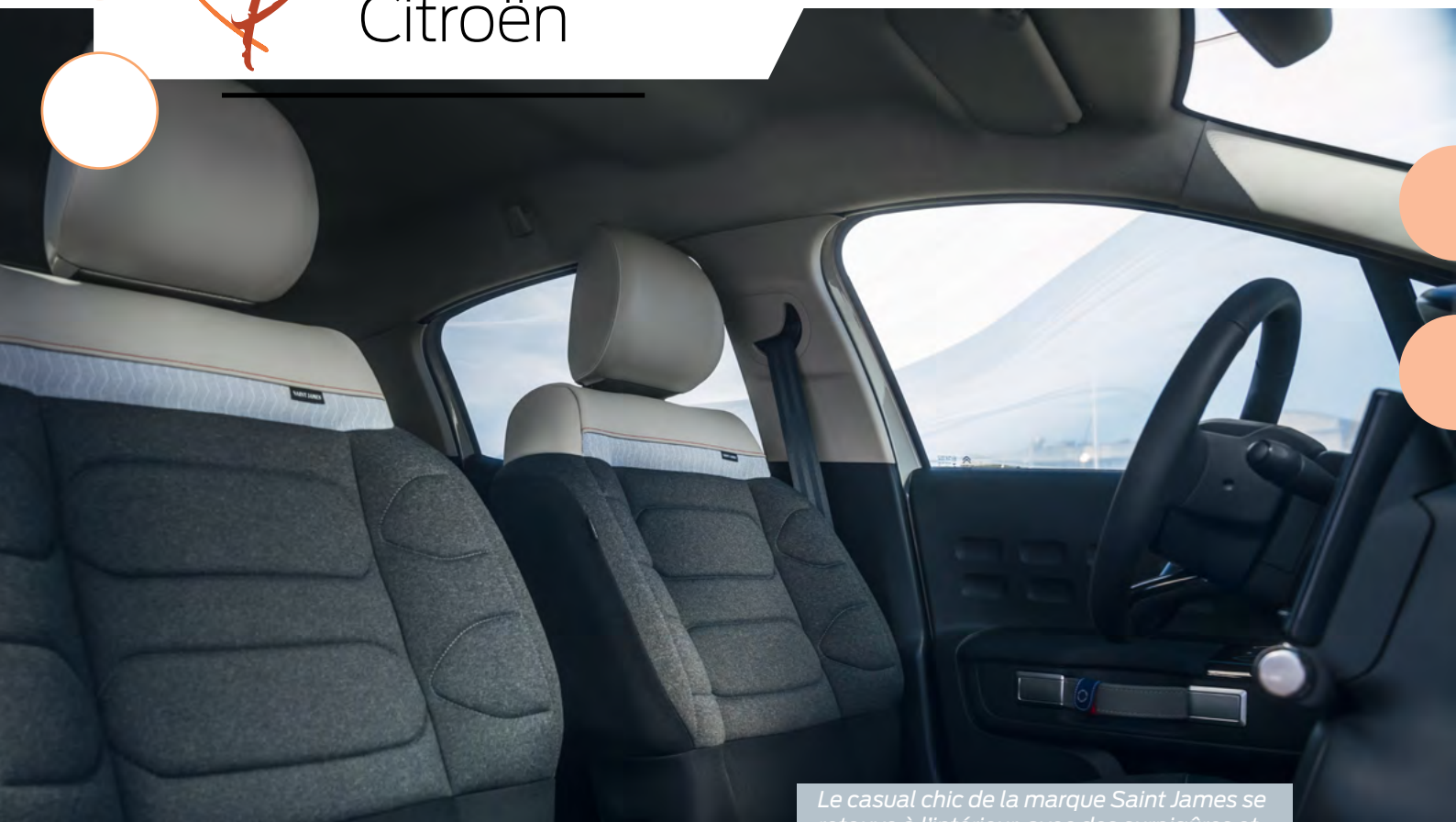


**Sticker de toit bleu, blanc
ou rouge signé Saint James**
badge sous le rétroviseur et la
custode, Citroën met en avant
l'identité du couturier normand.



Les Actus

Citroën



Le casual chic de la marque Saint James se retrouve à l'intérieur, avec des surpiqûres et des bandes décoratives spécifiques

À l'intérieur de cette édition limitée, C3 offre une ambiance spécifique Saint James, témoin du savoir-faire des deux marques. Elle offre à ses occupants le meilleur du confort à bord avec l'adoption des sièges Advanced Comfort qui proposent une confection spécifique pour une sensation de bien-être inégalée. Ces fauteuils sont habillés d'un garnissage gris. Un bandeau décoratif chevronné et étiqueté Saint James en partie supérieure vient souligner le dossier, ainsi qu'une surpiqûre rouge au-dessus de ce bandeau évoquant les bobines de laine et la rayure signature de la célèbre marinière et amenant de l'énergie à l'ensemble. Un réel clin d'œil mode est apporté par cette bande décorative que l'on pourrait retrouver sur les coudières des pulls normands. Cette édition limitée habille ses sièges de la tête aux pieds avec une surpiqûre

blanche qui ressort sur la partie basse de l'assise et vient rappeler le contour des surtapis spécifiques Saint James. Surpiqûre blanche que l'on retrouve également sur la planche de bord, qui apporte, aux côtés des contours chromés du levier de vitesse, une touche de raffinement supplémentaire. Dans l'habitacle est également intégré au niveau du panneau de porte conducteur une sangle de porte décorative bleue et rouge avec son bouton pression Saint James ainsi que sous le levier de vitesse une plaque reprenant le logo Saint James, indissociable du Mont Saint-Michel.

La Citroën C3 ne fait aucun compromis sur le confort à bord, et permet à ses clients de se sentir à bord «comme à la maison». Sur cette version spéciale Saint James, les clients apprécieront son volant en croûte de cuir (assorti au pommeau de levier de vitesse sur boîte

EAT6), ses quatre lève-vitres électriques ainsi que ses vitres sur teintées (en supplément de tous les équipements qu'offre le niveau Shine) pour une expérience de conduite encore plus séduisante.

C3 Saint James bénéficie de toutes les aides à la conduite du niveau Shine, et simplifie encore plus la conduite avec l'apport de la caméra de recul. L'édition limitée totalise donc les 12 aides à la conduite utiles au quotidien en complément de ses 5 technologies de connectivité dont Citroën Connect Nav sur sa tablette tactile 7".

Uniquement proposé en motorisation essence 110 chevaux, la Citroën C3 Saint-James peut être vendue en boîte manuelle 6 vitesses (à partir de 21 600€) ou boîte EAT6 (dès 23 000€)



Le départ de l'Aventure Citroën

Terra América

donné du Conservatoire

Terra America c'est la traversée des Amériques à bord d'une Citroën Traction qui va emprunter la route dite Panaméricaine soit 40 000 kilomètres d'expédition digne des grandes croisières d'André Citroën. Citroën et l'association L'Aventure Citroën deviennent partenaires de cette expédition hors norme. Le duo féminin a pris le départ le 26 mai dernier depuis le Conservatoire Citroën. Ce projet baptisé "L'Aventure Citroën Terra America" les conduira de l'Alaska à la Terre de Feu, à la rencontre de 21 peuples autochtones en empruntant la célèbre Panaméricaine, la route la plus longue du monde.

L'HÉRITAGE DES CROISIÈRES CITROËN À BORD D'UNE VOITURE LÉGENDAIRE

Les Croisières Citroën du siècle dernier représentent une page importante de l'histoire automobile et de l'aventure humaine. Imaginées et engagées par André Citroën à partir des années 20, ces

expéditions témoignent de l'importance de l'automobile comme moyen d'exploration à travers le monde et de rapprochement entre les peuples. L'Aventure Citroën Terra America a pris le départ le 26 mai du Conservatoire Citroën, un lieu symbolique où est entretenue la plus importante collection internationale de véhicules Citroën. Parmi les 280 pièces visibles, La Traction Avant et les véhicules ayant participé aux fameuses Croisières étaient aussi à l'honneur en ce jour.

La Traction Avant est une automobile légendaire, associant sur un même véhicule les solutions les plus modernes de l'époque : en plus du mode de transmission, une structure monocoque tout acier, des freins hydrauliques et une suspension à roues indépendantes sur les quatre roues. Lancée en 1934, la robustesse et la simplicité mécanique font de la Traction Avant une remarquable voiture de raid

“Aujourd'hui nous donnons le départ à un défi à l'instar des défis organisés par André Citroën ! Ainsi baptisée "L'Aventure Citroën Terra America", cette expédition a tous les ingrédients pour faire rêver autant que les Croisières Citroën ”

Stéphane Barbat, Responsable des Partenariats chez Citroën.

encore aujourd'hui, plus de 80 ans après. Et ce n'est pas tout, son capital sympathie n'a fait que croître au fil des années, en France et partout dans le monde. «Le charme esthétique de la Traction Avant, sera un véritable atout pour les contacts spontanés et positifs qu'elle engendrera !», Fanny Adam, Responsable de l'expédition l'Aventure Citroën Terra America.

“La mission de notre association est de préserver, partager et faire vivre l'histoire fabuleuse de Citroën qui révolutionne l'automobile depuis 1919. Nous sommes très heureux d'accompagner ce projet avec la complicité des clubs présents dans le monde entier.” explique, pour sa part, Xavier Crespin, Directeur Général de L'Aventure Peugeot Citroën DS.

L'AUDACIEUSE TRAVERSÉE DES AMÉRIQUES

Ce voyage inédit de 40 000 km à travers 14 pays, s'inscrit dans les gènes de la marque Citroën : une expédition automobile à dimension humaine. Au volant de leur légendaire Traction Avant, le duo d'exploratrices ira à la rencontre des peuples autochtones d'Amérique qui défendent une vision du monde, plus éthique, responsable et solidaire.

“Associer Citroën, l'association de L'Aventure Citroën, la concession Citroën de Vannes et l'Amicale Citroën Internationale qui rassemble les clubs Citroën hors France dans notre projet est une fierté et une responsabilité pour nous. Je les remercie de leur confiance et de leur aide précieuse.” Fanny Adam, Responsable de l'expédition L'Aventure Citroën Terra America.

Au-delà de ces rencontres et de leurs témoignages dont elles se feront l'écho, les deux femmes vont parcourir une route mythique : la Panaméricaine, une route de contrastes sociologiques, géographiques, climatiques. Elles sillonneront les paysages naturels somptueux de l'Amérique : les sites historiques des civilisations Mayas et Incas, les mégaloïdes étourdissantes, mais aussi les paisibles chemins de traverses. Un véritable parallèle entre la civilisation moderne et la culture autochtone.

“L'audace au service de l'humain,

ce sont des valeurs qui sont dans les gènes de la Marque. Nous sommes heureux de nous associer à L'Aventure Citroën et accompagner Fanny Adam dans son projet de traversée du continent américain à la rencontre des peuples autochtones à bord d'une Traction Avant, en tant que sponsor titre de cette expédition.” Stéphane Barbat, Responsable des Partenariats chez Citroën.

UNE AVENTURE HUMAINE HORS DU COMMUN, EN BINÔME 100% FÉMININ

Fanny Adam, à l'origine du projet et responsable de l'expédition, est une jeune entrepreneuse curieuse et déterminée. Sensible à la cause autochtone, avide de rencontres et de voyages insolites, cette Docteur en Sciences va plonger dans une traversée hors du commun qu'elle a choisie de vivre en Traction Avant. C'est à Gérard d'Aboville qu'elle doit la découverte et son coup de cœur pour cette voiture. C'est le navigateur qui a traversé en solitaire l'Atlantique à la rame en 1980 puis le Pacifique en 1991 et couru différents rallyes dont trois Paris Dakar, l'un d'entre eux à moto. Gérard conduit depuis ses 18 ans une Traction Avant que Fanny, sa collègue, a eu l'occasion de découvrir et emprunter pour courir un rallye de régularité et sillonner déjà les routes d'Europe. Il a grandement contribué à la préparation technique de l'auto pour cette aventure hors norme.

Pour débiter l'expédition, sa copilote est Gaëlle Paillart, chargée des images. Sportive et passionnée de voyages, elle possède une solide formation scientifique. Le voyage sportif est devenu pour elle

une façon de vivre. Gaëlle sera la 1ère co-pilote à embarquer à bord de l'expédition L'Aventure Citroën Terra America entre Prudhoe Bay et Los Angeles.

C'est ensuite Maéva Bardy qui prendra le relais, en co-pilote et chargée aussi des images de l'expédition jusqu'à Ushuaïa. Elle sillonne la planète depuis des années en tant que Journaliste Reporter d'Images et réalisatrice de documentaires. Sensible à la nature et à l'environnement, Maéva participe régulièrement à des expéditions scientifiques en tant que correspondante de bord.

POUR SUIVRE CETTE AVENTURE

La Traction Avant embarque début juin sur un bateau à destination de l'Alaska. Fanny Adam et sa coéquipière la rejoindront début juillet au point de départ situé à Prudhoe Bay par 70°N. La première étape sera parcourue en Amérique du Nord, de juillet à septembre 2021. Pour les étapes suivantes (Amérique centrale et du Sud), le pilotage sera reconduit dans le même esprit, qui n'est pas celui d'une course, sans date d'arrivée fixe : en Amérique Latine de janvier à mai 2022, en Amérique du Sud d'octobre 2022 à janvier 2023.

A noter qu'il est possible de suivre le parcours en temps réel, à l'aide de la géo-navigation embarquée : comme pour le Vendée Globe, vous pourrez suivre en direct, via le relais satellite, la progression de la voiture sur une carte et vivre une expérience immersive inédite de l'expédition grâce aux images, vidéos, récits envoyés régulièrement sur le parcours. :

<https://terramerica.fr/suivre-expedition-terramerica/>



Citroën C3-XR restylé

dans le reste
du monde...



Chine

Tarif à partir de 14 900€ - dès maintenant

Citroën dévoile le deuxième restylage de son petit SUV en Chine le C3-XR. Les changements concernent essentiellement les pare-chocs sur l'extérieur tandis que l'intérieur change totalement avec une nouvelle planche de bord qui tire son inspiration de C5 X. Le Citroën C3-Xr avait déjà connu un restylage en 2019 qui n'avait pas eu l'effet escompté sur les ventes, la marque espère qu'avec ce deuxième restylage les ventes repartent à la hausse.

Vendu à plus de 200 000 exemplaires depuis son lancement en 2014, le Citroën C3-XR entre donc dans une nouvelle phase avec ce restylage qui lui fait adopter les codes esthétiques inaugurés par les dernières Citroën avec une volonté d'affirmer davantage le style. C'est particulièrement visible sur la face avant où la nouvelle calandre adopte un style plus anguleux et plus travaillé en reprenant les motifs à chevrons présents sur C5-X et C3 Aircross restylé.

Les autres modifications esthétiques sont mineures avec l'adoption d'un nouveau bouclier à l'arrière ainsi que des barres de toits qui deviennent noirs brillants. Les changements ne modifient pas les dimensions du C3-XR si ce n'est en longueur où celle-ci évolue très peu avec un allongement de 6 mm portant la longueur totale à 4,29m.

Si l'extérieur change très peu, à l'intérieur c'est une révolution avec une toute nouvelle planche de bord qui apparaît bien plus moderne et technologique que la dernière mouture. Inspiré par la dernière C5-X, la planche de bord du C3-XR restylé adopte un élément texturé sous les aérateurs ainsi qu'un combiné d'instrumentation numérique. L'écran du système multimédia est, lui, toujours de 9

pouces mais reçoit un nouvel habillage.

Toujours à l'intérieur, les sièges reprennent les formes précédentes mais semblent disposer de la technologie Advanced Comfort puisqu'un rembourrage plus épais vient maximiser le confort à bord. A l'arrière, la banquette est rabattable 1/3-2/3 mais se semble pas offrir de plancher plat une fois les dossiers rabattus.

Globalement, l'apparence du nouveau C3-XR se veut nettement plus dynamique et jeune tant à l'extérieur qu'à l'intérieur. Côté motorisation, le C3-XR conserve son moteur essence 1.2 mais voit sa puissance baisser aux alentours de 115 chevaux contrairement à 136 chevaux précédemment. Avec un prix fixé à 113 900 yuans soit 14 900€ et une apparence plus moderne, Citroën cherche à redonner de l'élan au C3-XR afin de développer ses ventes.





Le Citroën Space à Pékin

avec la nouvelle C5 X

en vedette



Après avoir connu une grande période de vaches maigres en Chine, Citroën se relance avec une nouvelle orientation marketing dont l'objectif est de reprendre contact avec les consommateurs, dans la droite ligne de sa signature « Inspired by You ». La marque souhaite également faire davantage référence à ses origines françaises, montrant qu'elle est une marque centenaire, née à Paris. C'est dans cette optique là que la

marque a créé le Citroën Space en Chine, exposition itinérante qui lui permet de se rapprocher

des consommateurs tout en les invitant à découvrir ou redécouvrir la vie parisienne, promesse de Citroën. Ainsi, le 15 mai dernier, le Citroën Space prenait possession du Wukesong Huaxi Live à Pékin avec la toute nouvelle C5 X en vedette à laquelle s'ajoutait la Citroën AML ainsi que le C5 Aircross dans sa version hybride rechargeable.

La cérémonie d'ouverture a été inaugurée par Mao Chuangxin, directeur général de la marque Dongfeng Citroën, et He Yong, directeur des relations publiques de Shenlong Company associé à deux championnes olympiques de badminton en simple féminin à Athènes en 2004 et à Pékin en 2008. Comme à chaque étape, le Citroën Space apporte un peu de France en Chine avec une route

Les clients chinois au centre de la reconquête de Citroën



pavée historique, l'emblématique colonne Morris, un fleuriste, les chaises, l'éclairage et d'autres éléments qui recréent un peu de France en Chine et transportent les consommateurs à Paris. Les deux vélos rétro près de l'entrée du site de l'événement offrent, d'ailleurs, une expérience immersive de rouler dans les rues de Paris.

dans le reste du monde...



Jouer sur l'image de la France avec cette visite virtuelle à vélo de Paris.

L'étape de Pékin était l'occasion de présenter au public la nouvelle C5 X hors salon automobile. Celle-ci trônait en bonne place sur le stand accompagné, non loin de là, par une de ses plus illustre ancêtre, la CX auquel C5 X fait référence dans son nom.



«La Versailles C5 X combine l'élégance et la dynamique d'une berline, la praticité d'un break, la robustesse et la praticabilité d'un SUV, démontrant pleinement la mode audacieuse et innovante style de Citroën, et il l'a vraiment réalisé. Parce que vous êtes différent ». Mao Chuangxin, directeur général de la marque Dongfeng Citroën.

Avec Citroën Space, la marque veut montrer qu'elle est constamment à l'écoute des besoins des clients et apporte aux consommateurs une expérience de vie à la recherche du «confort» et de la «liberté» avec une multitude de choix de produits, un service sincère et un game-play innovant. Les temps changent et la persévérance de Citroën au fil

des ans n'a pas changé. La marque commence à récolter les premiers fruits de ces initiatives puisque ces ventes ont, au premier trimestre 2021, dépassé de loin le marché dans son ensemble d'une année sur l'autre. Les ventes en avril ont atteint un nouveau sommet, atteignant les objectifs fixés pendant quatre mois consécutifs, et ont récolté des ventes surprenantes et une bonne réputation.



Trois récompenses de plus pour Citroën au Royaume-Uni

Citroën poursuit son impressionnante série de récompenses en remportant trois prix aux Business Vans Awards de cette année.

Les Business Vans Awards en sont maintenant à leur septième année. Ils sont conçus pour reconnaître les marques qui se sont démarquées dans le secteur des petites et moyennes entreprises (PME) au cours des 12 derniers mois. Les prix sont décernés par des experts issus d'un mélange de métiers et de petites flottes dans le but de fournir aux opérateurs des conseils sur les meilleurs modèles pour leur entreprise.

ë-Jumpy

Le titre de «Meilleur fourgon électrique» est le dernier prix décerné à la nouvelle Citroën ë-Jumpy, à la suite de nombreuses récompenses dont What Van? «Van électrique de l'année» Van Fleet World «Van of the Year» et le très convoité prix «International Van of the Year 2021».

Le Citroën ë-Jumpy, plusieurs fois primé, s'inscrit dans l'engagement de la marque à proposer des versions entièrement électrifiées de tous les modèles de la gamme d'ici 2025, tous les modèles de véhicules utilitaires de la marque atteignant cette étape d'ici la fin de 2021.

Le nouveau ë-Jumpy offre également des avantages financiers supplémentaires aux entreprises

qui ont besoin de conduire dans et autour de la capitale, car les émissions zéro du ë-Jumpy le rend dispensé à la fois de la taxe de congestion de Londres et de l'ULEZ. Le nouveau ë-Jumpy continuera également à bénéficier de cet avantage pour les années à venir, contrairement aux fourgons hybrides rechargeables qui ne seront plus exonérés de la taxe de congestion à partir du 25 octobre 2021.

Berlingo

Pour le Citroën Berlingo Van, le prix de la «meilleure petite fourgonnette» décerné par Business Vans est le dernier d'une série de vingt récompenses britanniques depuis son lancement à la fin de 2018.

Rien que pour 2021, Berlingo Van a déjà reçu le prix de la «meilleure petite fourgonnette» dans les prix de la voiture et du van de société et a été vivement félicité dans la catégorie des récompenses «Compact High-Cube Van» de Van Fleet World.

Enfin, Business Vans a également reconnu le travail de Citroën comme l'un des premiers fabricants à proposer des conversions prêtes à l'emploi avec son programme pionnier Ready to Run, décernant à la marque le prix du «Meilleur programme de conversion constructeur». Ce prix récompense une marque automobile

Parmi les distinctions, citons le prestigieux prix du **«meilleur fourgon électrique»**, qui a été décerné au nouveau Citroën ë-Jumpy. Le prix «Best Small Van» a été décerné au Berlingo Van et le programme innovant Ready to Run a été nommé «Best Manufacturer Conversion Program»





qui a excellé dans la conversion de véhicules. Grâce au programme Ready to Run de Citroën, les acheteurs peuvent choisir entre les conversions Benne, Dropside, Luton, Curtainside, Low-floor Luton et Crew Van, chaque véhicule étant assorti d'une garantie de trois ans / 100000 milles et une assistance routière 24 heures sur

24.

Citroën a également été vivement saluée par les Business Vans dans la catégorie «Best Medium Van» pour le Citroën Jumpy et dans la catégorie «Best Manufacturer Van Service».

«J'ai été ravi d'apprendre le succès de notre marque aux Business Vans Awards de cette année. En tant que seule marque du groupe à avoir reçu les titres de «meilleur fourgon électrique», de «meilleur petit fourgon» et de «meilleur programme de conversion constructeur» pour le transport de cette année, cela nous rend tous extrêmement fiers ici au sein de l'équipe Citroën. Ce succès pour les nouveaux ë-Jumpy et Berlingo Van est le dernier d'une vague de récompenses en cours pour les deux modèles. Ces véhicules présentent les dernières avancées de notre gamme de modèles, et le nombre considérable de récompenses témoigne du travail acharné et de la détermination de la marque Citroën.»

Eurig Druce, directeur général de Citroën UK



Citroën signe un accord historique

avec la
poste ukrainienne



Le 25 mars, la marque CITROËN et le groupe d'entreprises VIDİ ont signé un contrat avec Ukrposhta, la poste Ukrainienne, pour l'achat de 1 860 voitures Citroën Berlingo L2 Worker d'une valeur de 1,3 milliard d'UAH soit 40 millions d'€. L'opération a été réalisée par un concessionnaire CITROËN VIDİ Elegance, qui jouit d'une excellente réputation dans son métier et d'une grande expérience sur le marché automobile.

La fin de l'année 2020 a été marquée par un événement important pour Citroën en Ukraine: le transfert d'un lot de 83 voitures CITROËN Jumper à Ukrposhta. Et maintenant, en mars 2021, le concessionnaire CITROËN VIDİ Elegance et l'entreprise ont signé un contrat historique pour l'achat de 1860 voitures. Ce contrat peut être

considéré comme le plus grand événement de 2021 en Ukraine. Le 18 février, les résultats de l'appel d'offres pour le plus gros achat de voitures par Ukrapochta ont été annoncés sur la plateforme internationale de la BERD. Le gagnant était VIDİ, qui offrait le meilleur prix et les meilleures conditions de service.

Dans le cadre du projet de bureaux mobiles, Ukrposhta avait besoin de voitures fiables et durables, prêtes à surmonter tous les obstacles. Leur choix s'est donc porté sur la marque CITROËN et le nouveau Berlingo L2 «Worker». D'ici fin 2021, de nouvelles voitures sillonneront le pays dans le cadre du projet de bureaux mobiles avec 2500 bureaux de poste mobiles. Et les premiers lots de voitures seront remis à Ukrposhta à la fin de l'été.

«Aujourd'hui, fournir à 100% des Ukrainiens des services postaux modernes et confortables n'est plus un rêve. D'ici la fin de cette année, 2500 nouvelles voitures Ukrposhta offriront un service de



qualité dans n'importe quelle partie du pays et en toutes circonstances: changements démographiques, coronavirus ou crises météorologiques. Très prochainement, ces investissements seront justifiés au centuple par de nouvelles opportunités pour desservir les villages les plus reculés, et, peut-être, pour la première fois dans l'histoire d'Ukrposhta - l'efficacité financière des branches rurales. Par conséquent, je remercie tous les partenaires pour leur soutien à la transformation importante du pays et à l'avenir - un niveau de vie qualitativement nouveau pour tous les Ukrainiens en dehors des grandes villes», - a déclaré Igor Smilyansky, PDG d'Ukrposhta.

Ce projet de préparation et de transfert de voitures a été réalisé par le concessionnaire de la marque CITROËN VIDI Elegance . Le choix du revendeur de la Marque s'explique par un certain nombre de raisons: confiance dans le partenaire, disponibilité à fournir un produit de qualité, service après-vente pratique et attentionné. On peut affirmer que le concessionnaire CITROËN VIDI Elegance depuis de nombreuses années de travail sur le marché a déjà acquis une excellente réputation auprès des particuliers et des entreprises. La société CITROËN VIDI Elegance a su proposer le meilleur prix d'achat, ainsi que les conditions les plus simples et avantageuses du service ultérieur.

«L'événement pour lequel nous nous sommes réunis aujourd'hui n'est pas seulement un contrat pour la fourniture de bu-

reaux de poste mobiles. C'est un événement historique. Après tout, personne n'a encore proposé ou reçu un contrat plus important sur le marché automobile ukrainien. Notre entreprise a littéralement trois ans de moins que l'Ukraine indépendante, mais pendant ce temps, notre réputation d'entreprise ouverte et transparente qui gagne honnêtement et remplit toutes ses obligations ne fait que se renforcer. Nous sommes très fiers de notre coopération avec Ukrposhta, le plus puissant opérateur postal national. Nous sommes impressionnés par les réformes que l'équipe d'Igor Smilyansky mène dans cette entreprise et qui, par conséquent, changent la qualité de vie des Ukrainiens. Je suis convaincu que cet appel d'offres, que nous avons remporté avec notre partenaire Peugeot Citroen Ukraine LLC, ne sera qu'une étape intermédiaire de notre coopération à long terme» a partagé Vitaliy Dzhurynsky, président du conseil de surveillance de VIDI.

“ «Notre principale priorité est de prendre soin du client, en commençant par l'achat de la voiture et en terminant par son utilisation et son entretien ultérieurs. Notre produit répond le mieux à toutes les exigences des clients en raison de la large gamme d'opportunités de transformation, de moteurs économiques et puissants et, bien sûr, de services connexes simples et abordables. Merci à l'équipe d'Ukrposhta de nous avoir fait confiance pour prendre soin de leur flotte et d'avoir choisi CITROËN pour son confort et sa fiabilité.»

Ruslan Akimov, directeur de Peugeot Citroen Ukraine.

”



En 2021

optez pour une communication *innovante* **impactante** & RSE

PRODUITS
FABRIQUÉS EN
FRANCE



*Système
fixation*

*Message
facilement
échangeable*

Profitez de notre offre

-10%

Code Promo
«Passionnément Citroën»

- Cadres sur-mesure et lumineux pour une visibilité optimale
- Changez vos communications au gré de vos envies grâce à un système de fixation ultra simple
- Fabrication 100% française et dans le respect de l'environnement

Commandes et informations :

www.affichagevisuel.fr

04 78 28 04 90

Votre agence de communication et d'évènement
Xcite Event
39 rue Saint Simon - 69009 Lyon



Xcite
EVENT

La naissance du groupement

Jusqu'au début des années 1980, l'ensemble des agents Citroën n'étaient pas fédérés autour d'une association. Chacun gérât les relations avec son concessionnaire ou son responsable de succursale qui, bien souvent, traitait les agents avec dédain ne voyant dans les agents que de petits mécaniciens sans ambitions. Pourtant, avec quelques 5 000 agents répartis sur l'ensemble du territoire, notamment en zone rurale, Citroën ne pouvait ne pas s'appuyer sur la force d'un tel réseau, elle qui s'est toujours voulu populaire.

Aussi, à contre courant des idées reçues et avec ambition, passion et conviction, Roger Henry, Serge Ducoutumany, Francis Davoust, Jacques Danjou et René Grandjean s'unissent pour faire reconnaître leur métier par le constructeur. Ainsi, naît l'ANAC (Amicale Nationale des Agents Citroën) qui se veut une vraie force de dialogue poursuivant un objectif : fédérer les garagistes Citroën de France pour être représentative et peser dans les échanges avec le constructeur et les concessionnaires.

D'abord embryonnaire mais à force de rencontres et de persuasion, l'ANAC grandit et élit son premier président en 1986 en la personne de Francis Davoust. Très vite, le dialogue s'engage entre Citroën, représentée par Georges Falconnet, alors Directeur Commerce France, les agents et les concessionnaires qui aboutit rapidement au potentiel d'un groupement mobilisé, organisé et force de propositions. Dès 1987, l'ANAC se transforme pour se professionnaliser et devient le Groupement National des Agents Citroën qui gagne ses galons en fédérant les agents tout en leur permettant de trouver leur place entre la marque et les concessions. Les premières actions ne traînent pas puisque dès 1987, le Groupement

lance Crédit AS qui permet aux agents de proposer un crédit, l'opération « Les bleus aux vestiaires » est montée en 1989 qui vise à faire sortir les agents de leur garage pour améliorer le commerce des voitures neuves, les AX et BX seront les premières Citroën à arborer les logos des agents sur les routes de France, les ventes s'en ressentiront et les agents y gagneront en prime. D'année en année, les actions du Groupement se développent avec, notamment dès 1994, des partenariats avec l'ANFA pour améliorer la formation.



Le Groupement National des Agents Citroën s'est considérablement renforcé au fur et à mesure avec une présence totale sur le territoire national, présence découpée en cinq grandes régions. Le réseau d'agents Citroën représentent près de 25 % des ventes de

la marque en France et sa forte présence dans les villes rurales est un vrai atout pour Citroën qui peut ainsi être au plus près de ses clients d'autant plus que les agents ne sont pas fermés aux évolutions que connaît l'automobile et pour lesquels ils investissent beaucoup. André Citroën avait fait de son réseau d'Agents une vraie avancée pour les clients et avait compris, très rapidement, que cela lui permettrait d'être au contact de ses clients. Le fondateur de la marque déclarait « *Mais la pierre angulaire de l'édifice que nous bâtissons, c'est notre réseau d'Agents. Vous savez à quel point il me tient à cœur l'active et cordiale collaboration avec nos Agents...* ».

Depuis ce jour, et malgré les difficultés, les Agents Citroën restent une famille unie et soudée, passionnée par la marque, qui ne compte pas ses heures pour assouvir les besoins de la clientèle et pour porter haut l'amour pour Citroën.

Citroën C3 Aircross restylé
puretech 130 EAT 6 Shine

27 200 €

Avoir un
regard
neuf





Trois ans et demi après sa présentation et après plus de 330 000 exemplaires vendus, le Citroën C3 Aircross passe par la case restylage pour contrer une concurrence toujours plus fournie et plus forte. Ce restylage est l'occasion pour le SUV urbain de Citroën de revoir totalement sa face avant afin d'exprimer un style nettement plus dynamique et affirmé, soit l'antithèse de la première version qui arborait un faciès beaucoup plus jovial. Avec ce restylage, Citroën fait deux promesses :

**Un style plus fort,
davantage SUV
ainsi qu'un confort
encore accru.**

C3 aircross

Un restyling à moitié visible

Si, en photos, les modifications peuvent surprendre, la nouvelle face avant passe nettement mieux en vrai. Le C3 Aircross gagne effectivement en personnalité avec ces projecteurs, toujours à double étage, mais beaucoup plus fins qu'auparavant, sa grille de calandre qui reprend le dessin en chevrons de C5 X ainsi que la nouvelle signature visuelle, ici interprétée différemment. La nouvelle face avant élargit visuellement le C3 Aircross et le rend nettement plus musclé. Le restylage du petit SUV Citroën est aussi l'occasion de proposer de nouvelles teintes ainsi que de nouvelles possibilités de personnalisation qui rendent le choix bien plus compliqué qu'auparavant. Rien que de choisir la voiture pour l'essai a été

difficile tant le C3 Aircross offre de personnalités différentes selon le thème choisi.

Aux côtés de la face avant métamorphosée, Citroën apporte de légères modifications aux décorations de custode dont le nouveau traitement vient donner du peps au profil et lui apporter une touche de modernité supplémentaire.



Une poupe plus discrète

Les autres modifications esthétiques sont mineures à l'arrière avec des feux légèrement plus sombres. L'intérieur, quant à lui, gagne un écran tactile de 9 pouces ainsi que de nouveaux habillages. Citroën avait souligné sa volonté de monter en gamme avec le restylage du C3 Aircross et, indéniablement, la marque fait mouche avec les nouvelles ambiances qui offrent une atmosphère plus chaleureuse, plus qualitative. A contrario, on perd en couleurs puisque les nouvelles ambiances font la part belle aux couleurs sombres à l'exception d'un bleu bien loin de la couleur caramel présente sur la première version.

S'agissant de la première promesse de ce restylage, elle est tenue puisque le C3 Aircross s'affirme effectivement davantage et gagne un style bien plus affirmé, c'est comme s'il disait « maintenant on arrête de jouer, je suis là ! ». La clientèle demandait un style encore plus baroudeur, Citroën s'est donc exécuté.



La clientèle demandait
un style encore **plus**
baroudeur,
Citroën s'est donc exécuté.



Citroën a tout misé sur une nouvelle face avant. L'arrière reste inchangé hormis des feux plus foncés. Des ponctuels de couleurs continuent de dynamiser la ligne avec de nouvelles formes pour les custodes.

La deuxième promesse est un confort encore accru grâce à l'adoption des sièges Advanced Comfort sans que le C3 Aircross dispose des suspensions à doubles butées hydrauliques progressives. Mais vu l'efficacité des sièges sur la C3 restylée, les a priori étaient positifs à ceci près que le C3 Aircross était déjà très confortable. Cette deuxième promesse est-elle tenue ? Oui....et non. Entendons nous bien, le C3 Aircross ne devient pas moins confortable qu'avant, bien au contraire. Les sièges, bien moelleux, permettent d'être calé et d'avoir suffisamment de maintien. Ils complètent, à merveille, le travail remarquable des suspensions qui absorbent les chocs avec une efficacité étonnante, filtrant à merveille les bosses ou irrégularités de la route tout en maintenant parfaitement le C3 Aircross au sol, avalant tout sans broncher et se révélant remarquable de stabilité. Mais le C3 Aircross était déjà tellement confortable que l'effet bénéfique des sièges est moindre que sur le restylage de C3.

La vie à bord du C3 Aircross est toujours aussi agréable. Spacieux mais dans des dimensions compactes, 4m17 seulement, il offre presque autant d'espace qu'une berline compacte pourtant plus longue de près de 20cm.



Voyager à quatre à son bord n'est en rien une difficulté.

Les passagers avant ont suffisamment d'espaces pour ne pas se gêner et les deux enfants ont une place plus que suffisante pour leurs jambes ou leurs coudes. Quant au coffre, il s'avère très logeable puisqu'il offre une capacité de 410 litres. De plus, il s'avère très pratique grâce à la banquette coulissante et rabattable qui permet d'offrir une capacité plus importante au coffre quand les besoins se font sentir.

Les nouveaux sièges offrent un design très agréable, on sent que Citroën cherche à offrir une gamme cohérente tant les sièges du C3 Aircross sont proches de ceux de C4 ou C5 X. On y retrouve la bande de tissu en haut des dossiers donnant une impression de bois ainsi que la surpiqûre en forme de chevrons qui se révèle très classe et originale. On se sent très bien dans cet habitacle lumineux qui bénéficie d'une belle surface vitrée permettant de profiter de la vue, ici magnifique dans les Gorges de l'Ardèche, cadre de l'essai.



Nouveaux sièges

Citroën harmonise le design de ses sièges. Ils reprennent ceux déjà inaugurés par C4 et C5X



La planche de bord gagne un nouvel écran tactile de 9 pouces dans un format différent quasiment carré. Ce nouvel écran ne bénéficie pas du nouveau système multimédia de Stellantis, nous retrouvons donc le système désormais bien connu et qui offre parfois quelques lenteurs. A noter que l'écran de neuf pouces n'est disponible qu'avec la navigation, sans quoi il reste en 7 pouces. Mais qu'il soit en 7 ou en 9 pouces, l'écran reste malheureusement placé trop bas et oblige à quitter souvent la route des yeux ce qui s'avère plutôt ennuyeux surtout quand celle-ci est très sinueuse. Ce d'autant plus qu'il n'y a pas de rappel de la navigation dans le combiné

d'instrumentation qui n'est pas numérique. Il est ainsi hautement recommandée d'opter pour la vision tête haute qui réglera en partie le problème.

Côté moteur

Lors de ce restylage, aucun changement de moteurs ou de transmissions n'a été fait, le C3 Aircross est donc uniquement disponible en motorisation thermique, ce qui ne l'empêche pas d'offrir des consommations raisonnables avec environ 7 litres aux 100 sur des routes sinueuses et montagneuses. Lors de cet essai, le C3 Aircross était



Nouvel écran

Le changement se limite à un écran de 9 pouces au lieu de 7 mais le système multimédia n'évolue pas. Il connaît toujours des lenteurs.

équipé du moteur 1,2 puretech 130 chevaux accouplé à la boîte EAT6. Si le moteur se montre silencieux, doux et bien suffisant pour emmener le C3 Aircross, il doit composer avec une boîte automatique qui l'étouffe, le rendant parfois anémique. Ainsi, il n'est pas rare de se retrouver parfois à 70-75 sur le cinquième rapport avec un véhicule sans puissance, la boîte ne rétrogradant qu'à condition d'appuyer franchement sur l'accélérateur. De

même, lors de descente, cette fois la boîte reste en troisième quitte à faire monter le moteur vers 4000-4500 tours. Comme il n'y a pas de palettes de vitesses manuelle, le changement de rapports est impossible. La boîte EAT6 est donc dépassée surtout au regard de la version EAT8 qui offre plus de souplesse, se montre plus réactive. C'est un grand regret d'autant plus que les changements de rapports n'engendrent pas de forts à-coups

comme sur la C3 équipée de la même boîte EAT6 par exemple.

En ville, le C3 Aircross vous facilite la vie. Protégé du monde extérieur, des bruits, la fameuse bulle se recrée et le voyage en ville, qui peut être si énervant, en devient presque un plaisir. La position de conduite surélevée permet de bien dominer la route, la surface vitrée généreuse offre elle une vision complète des alentours.



D'esprit familial,
le C3 Aircross invite à une conduite cool.

On se sent bien à son bord, prêt à affronter la route, le tout, en parfaite sécurité. De plus, le C3 Aircross joue une partition idéale en ville. Grâce à sa direction souple, à ses commandes douces et sa caméra de recul se garer en ville se fait en toute simplicité d'autant plus lorsqu'il est équipé du Park Assist. La hauteur de caisse

surélevée permet d'avaler les dos d'âne, les trottoirs ou autres sans sourciller.

Sur route, le C3 Aircross se montre imperturbable, le moteur 130 chevaux lui donnant un certain allant. Le C3 Aircross est un véhicule familial, il ne doit pas être considéré comme un sportif,

mais il donne beaucoup de plaisir de conduire d'autant plus qu'il le fait dans un confort excellent qui incite à rester cool. Certains concurrents se trouveront certainement plus joueur ou plus dynamique mais aucun ne proposera un aussi bon confort, ce qui est une qualité principale pour une voiture familiale.



Le C3 Aircross n'arrive pas décrocher des scores de ventes comme le Peugeot 2008 ou le Renault Captur. Ce léger restylage est-il la solution miracle ?



En conclusion

A la fin de ce parcours d'essai, c'est avec une certaine perplexité qu'il faut juger le C3 Aircross. Il garde pour lui toutes ses qualités d'habitabilité, de modularité, de douceur, il gagne en personnalité grâce à ce restylage plutôt réussi et offre un confort encore amélioré par rapport à la version précédente. Le C3 Aircross reste un excellent SUV urbain qui offre maniabilité, confort exceptionnel, technologies et prix compétitifs mais souffre d'un écran multimédia trop bas et,

surtout, d'une boîte automatique dépassée. Et c'est, malheureusement, deux éléments importants dans une voiture aujourd'hui. Ceci pourraient contraindre les potentiels acheteurs à préférer la concurrence qui offre parfois davantage de modernité pour des loyers proches voire similaires. La promesse tenue de l'ultra-confort sera-t-elle suffisante pour compenser le retard de l'écran et de la boîte ? Difficile et cruel dilemme tant le C3 Aircross mérite qu'on fasse davantage attention à ses nombreuses et excellentes qualités.

Citroën AMI Cargo
électrique

à partir de 6 490€



Cargo

de proximité



La transition écologique peut contraindre la liberté de mouvement en raison des différentes restrictions de circulation que les villes mettent en place. Zones à faible émissions, limitation à 30 km/h, centre ville interdits aux véhicules thermiques, les contraintes pèsent sur les clients particuliers mais également pour les entreprises, commerçants et artisans qui doivent, eux aussi, repenser leurs mobilités pour affronter ces contraintes sans, pour autant, exploser leurs bud-

gets. Ce d'autant plus qu'en raison du boom des ventes en ligne, les livraisons dite du dernier kilomètre sont devenues un enjeu majeur pour les entreprises qui doivent donc trouver des solutions, accessibles, pour répondre à ces nouvelles normes qui se font de plus en plus sévères. Heureusement, Citroën apporte, avec My Ami Cargo, une solution simple, pratique, électrique et accessible à tous qui répond aux besoins des commerçants ou artisans sans grever leur budget.



My AMI Cargo c'est un dérivé de la petite puce de Citroën qui reprend tout l'extérieur mais qui réaménage son intérieur pour laisser place à un volume de chargement de 400 litres.

Grâce à la suppression du siège passager, Citroën est parvenu à aménager l'espace pour le rendre encore plus fonctionnel et pratique qui offre un bon volume de chargement. Grâce à une astucieuse tablette, les livreurs ont la possibilité de prendre les colis directement par le siège conducteur ou par la porte passager. La tablette comprend une fente qui permet d'accueillir un support pour écrire ou une tablette tactile pour valider les bons de livraison par exemple. En retirant cette tablette, les livreurs ont la possibilité de charger des colis d'une longueur maxi de 1m20 soit la moitié de la longueur d'Ami. Cette tablette supporte également un poids de 40 kilos, comprend un espace de rangement fermé et peut se stocker derrière le siège pour charger des objets plus volumineux.



Le siège passager a disparu pour accueillir un volume utile de 400 litres. Idéal pour les livraisons du dernier kilomètre.

L'essai était réalisé dans l'usine de traitement des eaux usées Hydreaulys, appartenant à Suez, client de My AMI cargo, et comprenait une immersion dans la peau d'un livreur. Le parcours mettait en avant la maniabilité d'AMI, les accélérations bien suffisantes pour être très rapidement au delà de 30 km/h, la praticité de cette version Cargo et, également, les avancées de Suez pour faire de son usine Hydreaulys, une usine neutre sur le plan écologique.

Tracé via des cônes, le parcours a permis de constater toute la force d'AMI sur la route. Par sa maniabilité hors pair, AMI se faufile partout avec une facilité déconcertante. Retrouver AMI c'est toujours être étonné du vaste espace intérieur qu'elle propose, alors que ses dimensions extérieures sont particulièrement réduites. Ce vaste espace permet au conducteur d'avoir toute son aise tout en laissant énormément de places pour différents types de colis. Quelque soit leur longueur, hauteur ou forme, My AMI Cargo offre suffisamment de place et d'astuces pour embarquer beaucoup de colis.

d'utilisation, permettant même à des stagiaires de faire les livraisons grâce à sa conduite dès 14 ans. My AMI Cargo s'adresse aux livraisons du dernier kilomètre, mais intéressera également les industries pour les déplacements en centres industriels, les services locaux des administrations, les associations ou maisons de retraites ou encore les campings. Surtout, la version Cargo d'AMI reste particulièrement abordable puisque Citroën vend My AMI Cargo à partir de 6 490€ au comptant ou par des formules de location allant de 24,18€ par mois (apport de 2508€) à 101,06€ par mois (sans apport et bonus de 900€ versé au client).

A l'intérieur de l'usine, où les limites de vitesses sont très réduites, AMI fait merveille tant elle permet une conduite souple et facile, atteignant rapidement les 30 km/h, tournant quasiment sur elle-même. AMI montre ici toute sa pertinence en permettant de transporter, en toute simplicité et dans un format mini, toutes les livraisons qu'un commerçant doit faire.

Là où Citroën va plus loin avec cette version cargo, c'est que les clients professionnels auront la possibilité de créer, dès la commande via un site internet partenaire, une personnalisation pour AMI reprenant le logo et qui pourra être posé par le client ou par un professionnel. Cette personnalisation se fait par wrapping, soit un film plastique posé sur la carrosserie. Elle sera ouverte également aux clients particuliers à travers de nouvelles possibilités de personnalisation, ce qui ouvre un incroyable champ des possibles pour avoir une AMI totalement unique.

Les clients de My AMI Cargo seront conquis par sa simplicité et sa facilité

My AMI Cargo sera disponible dans les pays où AMI est vendue à savoir la France et l'Italie puis l'Espagne, l'Allemagne, la Belgique, etc.

Simple, & facile *d'utilisation*

Une personnalisation poussée grâce à un wrapping offre un maximum de visibilité à AMI. Un nouveau support de communication.



DS 9 E-Tense 225 - Rivoli +

56 900€

Luxe
Calmé
& Volupté



Nous y sommes ! Après sa présentation en février 2020 (!), c'est après une longue attente que nous pouvons, enfin, prendre le volant d'une DS qui n'est pas qu'une nouvelle DS ou une voiture de plus. La DS 9 c'est LA voiture de luxe française, il n'y a rien d'autres au-dessus d'elle à l'exception de Bugatti. On s'attend donc à voir ce que la France est capable de faire sur un segment qu'elle a trop souvent abandonné et comment le luxe français se distingue des autres.



DS 9

Première bonne impression

Première bonne impression : la DS 9 est une berline, une vraie berline classique. Qu'il fait bon de retrouver une berline au sens le plus classique du terme, c'est à dire trois volumes : Un vrai compartiment moteur, un habitacle et une malle de coffre. Rien de plus classique, et tant mieux, mais DS quand même. La ligne est basse, élancée, dynamique, très élégante et indéniablement luxueuse. Dans cette couleur sable, la DS 9 attire les regards, ébahit les visages, écarquille les yeux et intéresse beaucoup les personnes qui la croise. Et encore, ces personnes n'ont pas vu l'habitacle ! Celui-ci se pare, intégralement, de cuir et d'Alcantara pour nous offrir une ambiance proprement incroyable, résolument haut de gamme à la finition irréprochable. Longue de 4m93, la DS9 révèle un habitacle généreux qui rend les

places arrières royales. L'espace aux genoux est très vaste, la banquette très accueillante et la présence du DS Lounge transforme l'espace arrière en classe affaires avec sièges chauffants, massants, ventilés, une première dans cette catégorie. A l'avant, la planche de bord est très horizontale et fine, elle n'empiète pas sur l'habitacle et se montre particulièrement luxueuse et technologique avec ce cuir Nappa rouge, la présence de ces deux larges écrans et la montre B.R.M. qui fièrement trône au-dessus.

Doté de la chaîne de traction hybride d'une puissance de 225 chevaux, la DS 9 déçoit au niveau des sensations. Même si la DS 9 n'est pas une sportive, on peut s'attendre à retrouver des prestations de grand tourisme avec les accélérations adéquates mais la DS 9 se montre très linéaire et finalement avare en sensations. Avec plusieurs modes de conduite disponibles, la DS 9

Berline classique & **élégante**

Voilà qui change des SUVs



Cuir, montre de luxe, habitacle généreux; La DS 9 respecte les codes du segment premium

Confort royal

Accueillante, la DS 9 l'est assurément. Assis sur les larges sièges en cuir et bracelet de montre, la DS 9 assure un confort de premier plan même si ces sièges sont un peu fermes. Les multiples réglages électriques qu'ils proposent tout comme l'assise réglable en longueur permet de se faire une position de conduite aux petits oignons.

se plie aux désirs du conducteur. Il est ainsi possible d'opter pour le mode confort, hybride, normal, éco ou encore sport, seul mode où la puissance est totale. Mais, dans ce cas, on note un décalage entre le couple du moteur électrique, instantané, et l'arrivée plus tardive du couple du moteur thermique qui se fait alors davantage entendre dans l'habitacle. Pour autant, les sensations ne sont pas incroyables et on est loin d'être collé aux sièges. Ce n'est bien évidemment pas le but de la DS 9, encore une fois ce n'est pas une sportive, mais dans ce segment premium, ce genre de sensations est attendu. Et, finalement, tant mieux car la pédale de frein est une des grosses interrogations de cet essai.



Tous les codes stylistiques de DS sont présents, feux écaille, calandre double wings, chrome. Même le clin d'oeil à la Ds originelle avec les faux répéteurs cliognotants



Flagship **DS** sur la bonne voie



La pédale se révèle souple, spongieuse, avec une difficulté à gérer le freinage, cela semble dû à la motorisation hybride, il est toujours difficile pour les constructeurs de gérer le freinage régénératif et le freinage classique. Ce n'est qu'une question d'habitude, mais une pédale de frein souple est assez perturbant.

DS 9 c'est aussi un excellent confort grâce à la DS active scan suspension qui lit la route pour adapter le meilleur réglage des suspensions et donc assurer le meilleur confort. Néanmoins, même si le confort de DS 9 est excellent, on ressent légèrement les trépidations de la route, certainement en raison des roues de 19 pouces.

En conduite, la DS 9 s'avère extrêmement silencieuse, le moteur thermique se faisant entendre qu'en cas de fortes accélérations. Le reste du temps, la DS 9 se montre isolée des bruits extérieurs et cette sensation est encore plus forte, évidemment, en mode 100 % électrique où la DS 9 se révèle incroyablement douce et silencieuse. Tout au plus, certains bruits aérodynamiques se font entendre au niveau du toit ouvrant sur l'autoroute.

Technologique

Sur cette version d'essai Rivoli + tout équipée, la DS 9 est bardée de technologies et tout y est ou presque. Et c'est justement le presque qui fait la différence. Bien entendu, la DS 9 a subi les revers de DS en Chine et souffre des retards accumulés pour sa commercialisation mais force est de constater qu'elle est déjà en retard par rapport à ce que sa petite sœur, DS 4, va apporter comme technologies (volant chauffant, vision tête haute projeté sur le pare brise, commande vocale et gestuelle...). Ce qui m'amène au principal reproche que j'ai sur cette DS 9, je trouve qu'il lui manque quelque chose, un petit truc en plus qui bluffe. Du cuir et de l'Alcantara, c'est attendu à cette gamme de prix tout comme les technologies, la finition, le confort, le silence. Sur tous ces domaines, la DS 9 répond présente et de fort belle manière, DS se montre au niveau de ses concurrentes et doit être féliciter tant la tâche était ardue. Mais il manque à cette DS 9 un supplément d'âme, quelque chose qui fait la différence et que ces concurrentes offrent. DS est encore une jeune marque et pour une première incursion dans les limousines premium, elle joue une excellente partition. Gageons que, sur les futures générations, la marque apportera ce supplément d'âme qui manque à cette DS9 pourtant fort bien réussie.

Comparatif

Citroën

C4

Toutes les
motorisations
essence

Citroën C4 Puretech 100

1,2 Puretech - Feel

à partir de 23 400€



Citroën C4 130 BVM 6

1,2 Puretech 130 –Feel

Pack- Boîte manuelle 6 rapports

à partir de 26 400€



Pour sa nouvelle berline compacte, Citroën a fait le choix de partir d'une plateforme permettant l'installation de moteurs thermiques et, également, électriques. Ce choix permet à la C4 d'être une des rares berlines compactes à permettre aux clients de choisir la voiture puis le moteur le mieux adapté à leurs besoins. Ce choix permet également à Citroën de proposer une version 100 % électrique contrairement à nombre de concurrents qui ont fait le choix de l'hybride et qui ne proposeront de l'électrique que dans quelques mois.

Même si la version électrique représente près de 20 % des C4 assemblées les versions thermiques font encore l'essentiel des ventes et, plus précisément, les moteurs essence. Toutes les C4 essence dérivent du même moteur trois cylindres Puretech de 1,2 litre de cylindrée proposant différentes puissances allant de 100 chevaux à 155 chevaux qui peuvent être associés aux boîtes manuelles à 6 rapports ou automatique à huit rapports.

L'idée de ce comparatif est d'essayer chaque motorisation essence et de déterminer quel moteur est le plus adapté à la nouvelle C4. Mais avant d'en prendre le volant, jetons vite un œil à cette étonnante proposition qu'est la C4 et qui, à en juger par les réactions des passants, les intéresse.

C4 Puretech 130 EAT8

Feel Pack

à partir de 28 400€



**C4 1,2 Puretech 155
EAT 8 – Shine Pack**

à partir de 31 750€

Citroën

C4

un concept fort
qui mêle audace
et confort

La troisième génération de Citroën C4 c'est d'abord un concept original qui redéfinit les codes des berlines en y incorporant ceux des SUV.

Les SUV représentent le segment dont les ventes augmentent le plus jusqu'à représenter quasiment la moitié des ventes.

C'est encore plus vrai sur le segment compact, dit segment C, dont les berlines ne représentent que 32 % quant les SUV montent jusqu'à 52 %. Si les SUV sont si appréciés c'est qu'ils offrent un sentiment de sécurité plus important car le conducteur domine la route, a une meilleure visibilité du trafic et peut donc, plus facilement, anticiper. Pour autant, les SUV sont de plus en plus critiqués pour leur poids, leur consommation plus importante, si bien qu'ils sont régulièrement dans le collimateur des forces politiques qui aime-

raient mettre en place des mesures pour réduire les émissions de CO₂. C'est là toute la force du concept de la nouvelle C4 que Citroën décrit comme une néo-berline, une berline qui proposerait le meilleur des SUV sans leurs inconvénients.

Se retrouver devant la C4, dans la rue, au milieu des autres voitures, c'est s'apercevoir



de la force de son concept. Citroën a fait le choix de mixer les avantages des SUV et des berlines, en espérant ne prendre que les avantages des deux sans les inconvénients. Et force est de constater qu'à son volant, en la conduisant, on mesure la force du concept proposé par cette nouvelle C4. Indéniablement, on ressent l'impression de conduire un SUV grâce à position surélevée, au point de vue haut qui offre la sensation de dominer la route et qui s'avère très sécurisant. Mais, indéniablement, on est assis dans une berline avec une garde au toit normale, une position de conduite de berline classique.



Sculptée pour l'aérodynamisme, la nouvelle C4 laisse apparaître une forme de SUV coupé mais, ici, dans des proportions raisonnables. C'est là toute la force du concept. Alors que les SUV coupé sont trop grand, trop gros, trop large, trop haut, trop tout, ici, avec la nouvelle C4, nous sommes face à des dimensions compactes et raisonnables qui ne l'empêchent pas

de faire forte impression. Il faut dire que cette troisième génération offre une allure totalement inédite, une vraie posture sur la route qui la rend indéniablement plus moderne que ses concurrentes. Son style puissant, qui s'éloigne du côté lisse des C3 ou C5 Aircross, la rend plus grande qu'elle n'est réellement. Dans la rue, beaucoup de passants interpellent pour dire « Elle est superbe votre voiture » ou « Elle en jette, elle est vraiment belle » ou encore « ah ouais, j'adore ». C'est dire si l'audace assumée de la nouvelle C4 a un certain écho dans le public même si certaines personnes regrettent le choix d'un arrière un peu compliqué.

Proposant une garde au sol plus élevée grâce aux roues de 69 cm, la nouvelle C4 est ainsi quelques centimètres plus hautes que ses concurrentes. Ceci nous permet de s'asseoir directement dans la C4 sans en descendre ou en monter. Assis au volant, la C4 laisse voir un intérieur simple, épuré, moins extravagant que le style extérieur mais davantage traité comme une bulle. Depuis 2016, les Citroën sont pensées comme une bulle isolant de l'extérieur et cette C4 ne déroge pas à la règle. Le programme Advanced Comfort chère à la marque reposent également sur le confort de l'esprit, expliqué par une volonté de soulager la charge mentale des conducteurs déjà bien assez occupés pendant la journée. Ici, tout est voulu simple, lisible, pratique, allant à l'essentiel sans chercher à en faire trop.

L'intérieur de la C4 est donc dans la droite ligne des dernières Citroën à deux nuances près : il offre une bien meilleure impression de qualité mais s'avère bien plus sombres qu'auparavant.

Avec des matériaux plus haut de gamme dont le bandeau en slush de la planche de bord, l'intérieur s'avère valorisant, qualitatif et plus haut de gamme. Certes les plastiques ne sont pas moussés à cœur mais la coiffe de planche de bord est douce au toucher tout comme le bandeau en slush. Les plastiques durs, notamment en bas de planche de bord, sont bien assemblés et donnent

une meilleure impression d'ensemble qu'un C5 Aircross par exemple.

La planche de bord ne se montre pas trop envahissante, très horizontale et pratique. L'écran du combiné d'instrumentation est facilement accessible, le système est classique des voitures de PSA mais se montre assez réactif. Le combiné d'instrumentation de 5 pouces offre suffisamment de contraste avec des noirs bien profonds si bien qu'il se fond dans l'espace, suggérant une taille plus grande. Si ce combiné à susciter de nombreuses critiques, en conduite, son utilité est même discutable dans la mesure où la vision tête haute remplit parfaitement son office et fait que les infos sont parfois redondantes. Le regret est l'utilisation d'une lame pour la vision tête haute, une projection sur le pare-brise aurait été appréciable car la lame est près du pare-brise et prend de la place sur la planche de bord. Mais la lisibilité est parfaite et les couleurs bien visibles. Au final, l'ensemble s'avère simple, certes, mais parfaitement lisible et efficace, c'est bien ce qu'on lui demande. Côté passager, la boîte à gants se révèle profonde, le tiroir pour y insérer le support de tablette est aussi très utile et pratique. Globalement, si les rangements sont nombreux, leur capacité est parfois un peu juste. Ainsi, les bacs de portes sont plutôt petits et ne permettent pas d'y insérer une bouteille

d'1,5 litres, le rangement sous l'accoudoir est également petit. Seule consolation, les deux rangements situés devant le levier de vitesse qui sont grands et dont un permet une recharge du smartphone par induction. Enfin, je note aussi que l'utilisation de la laque piano noir, très agréable à l'œil, risque de vite déplaire aux maniaques des poussières, le nettoyage sera régulier pour espérer avoir un intérieur impeccable sans que, pour autant, il y ait certitude qu'il le soit.

La C4 offre un bel espace vivable notamment à l'arrière où les enfants ont toute la place nécessaire pour être bien à l'aise. A l'avant, là aussi, l'espace est généreux d'autant plus que la planche de bord est peu envahissante, dans un cocon dans la mesure où la console centrale est relativement importante, sans être massive. On se retrouve avec un espace bien séparé pour les deux passagers avant mais suffisamment généreux tant en largeur aux coudes et aux épaules pour ne pas se gêner.

Un habitacle généreux qui n'oublies pas d'être pratique grâce à une banquette arrière qui se rabat en 1/3-2/3 et qui permet de retrouver un plancher plat lorsque les dossiers sont repliés. De même, Citroën propose une trappe à skis bien larges qui permet d'accéder très faci-

lement au coffre. L'espace est tellement généreux pour des enfants à l'arrière que la marque aurait pu installer une banquette arrière coulissante permettant d'augmenter la capacité du coffre dont la capacité est de 380 litres. Il est bien carré avec un double fond qui offre quelques litres de capacité supplémentaires mais, seul reproche, il manque un peu de largeur. Néanmoins, la capacité du coffre est tout à fait suffisante pour les courses de la semaine et devrait se montrer convenable pour les départs en vacances.

La troisième génération de Citroën C4 fait le choix de l'audace en mariant le meilleur des berlines à celui des SUV. Réunir deux mondes en n'en prenant que les avantages n'est jamais chose aisée et la C s'en sort avec les honneurs. Elle offre un style extérieur original, sculpté et parfois un peu déroutant mais un intérieur simple, sans fioritures, pratique, habitable, bien fini et valorisant mais qui aurait mérité un peu plus de folie et de couleurs. Mais la promesse de Citroën c'est d'offrir l'ultra-confort et la dernière C4 se veut une digne héritière de ses glorieuses ancêtres... La première partie de la réponse vient une fois posé dans les magnifiques sièges à la douceur incomparable, la deuxième réponse se fait volant en mains... contact



L'innovation est de mise avec un support tablette amovible retractable dans un tiroir



C4 en détails

Le motif chevron est décliné graphiquement dans l'habitacle



Des espaces sont disséminés partout



Citroën C4 Puretech 100

1,2 Puretech - Feel

à partir de 23 400€

La Citroën C4 est équipée d'un seul moteur essence développant trois puissances différentes. Cette C4 100 dispose du même moteur Puretech d'1,2 litre de cylindrée développant ici une puissance de 100 chevaux et associé à la boîte de vitesse manuelle à 6 rapports, seule boîte disponible pour cette motorisation.



La Citroën C4 est légère, 1209 kilos, dans cette version. Cela permet au moteur 1,2 l de distiller des performances correctes qui vous emmènent aux limites réglementaires sans difficultés aucune. Certes, ce n'est pas un foudre de guerre, mais il n'est pas anémique et ne demande pas à être cravacher pour obtenir de quelconques performances. Il s'accorde parfaitement à la C4 qui demande à rouler cool, c'est tout le sens de l'ultra-confort prôné par Citroën, et qui, de toute façon, sont contraires à une utilisation respectueuse des limitations de vitesses. Tout au plus, peut-on s'attendre à davantage de faiblesse dans les reprises sur autoroute une fois la voiture chargée lors d'un départ en vacances mais, pour la vie de tous les jours, cette C4 100 chevaux est amplement suffisante.

Le moteur 1,2 Puretech est un moteur trois cylindres et, comme tous les trois cylindres, engendre plus de vibrations à l'arrêt. Ici, Citroën a particulièrement bien travaillé puisque les vibrations sont extrêmement bien maîtrisées, le moteur se faisant discret. De même, lors des accélérations, le moteur se montre silencieux à l'exception des fortes accélérations. Cette C4 surprend donc par des performances supérieures

à celles attendues, la voiture reprend correctement et permet de s'insérer dans la circulation sans aucune difficulté. Ce n'est clairement pas une sportive mais pour circuler sur l'autoroute à 130, elle remplit parfaitement le job, le tout sans faire hurler son moteur et en offrant des bruits d'air bien contenus, l'absence de toit ouvrant sur cette finition Feel doit jouer.

Un mot sur cette finition Feel qui est le deuxième niveau de la gamme C4 mais le premier en réalité car la finition Live est très dépouillée.

Entrée de gamme assumée

Du point de vue style, à l'extérieur, les différences entre les versions Feel et Shine sont minimes, la Feel a les poignées de portes peintes en noir tandis qu'elles sont couleur caisse sur la Shine. La C4 Feel dispose d'enjoliveurs (sur des roues de 18 pouces) qui reprennent le style des jantes alliage de la Shine, ce sont là les seules différences extérieures, ce qui permet aux acheteurs de versions d'entrée de gamme de disposer d'une voiture qui ne fait pas cheap du tout. C'est à l'intérieur que la différence saute aux yeux. En effet, sur cette finition Feel, la C4 ne dispose pas du bandeau en slush sur la planche



de bord pour se contenter du même matériau que la coiffe de planche de bord. Sur la qualité du matériau, il n'y a rien à dire, il se montre légèrement moussé et l'assemblage est excellent. Sur la partie basse de la planche de bord, les plastiques se font durs mais sont également tous très bien assemblés. Finalement, la seule critique est que cette planche de bord soit fade, sans saveur. Un bandeau en tissu aurait apporté un cachet supplémentaire car, là, l'ambiance, déjà sombre de la C4 dans ses finitions les plus hautes, se fait fade et tristoune, loin des ambiances colorées que Citroën pouvait offrir. C'est réellement LE gros défaut de cette version puretech 100 puisque, sur l'ensemble des autres points, elle se montre tout à fait à la hauteur et se révèle extrêmement convaincante.

Suffisante



Des poignées de portes peintes en noir, des enjoliveurs, l'absence de ponctuels colorés sont les seuls éléments du style extérieur qui rappellent le niveau de gamme

La boîte manuelle est la seule offre disponible sur cette version Puretech 100. La forme du levier de vitesse est quelconque et il est légèrement trop haut pour être parfait. Les débrayements sont longs mais s'enclenche bien. La boîte en elle-même est très bien puisque les six rapports sont bien étagés même si la sixième vitesse est pensée pour l'autoroute. La C4 se montre silencieuse, plus silencieuse que les versions en boîte auto d'ailleurs. Tout est très doux dans cette C4, la direction se tourne d'un doigt, l'embrayage ne demande aucun effort et les rapports se passent comme dans du beurre, l'ensemble rend la conduite extrêmement facile, tout est fait pour une conduite cool et décontractée.

Confort Citroën

C'est sur le confort que cette C4 est également attendue depuis que Citroën fait la promesse de l'ultra-confort. Sur cette version de base, en finition Feel, la C4 dispose des suspensions à double butées hydrauliques de série tandis que les sièges Advanced Comfort sont en option à 300€. La combinaison des suspensions et des sièges fait des miracles pour faire de cette C4 un plaisir à conduire tant elle absorbe les bosses, les trous, les dos-d'âne avec une efficacité déconcertante. Les roues de 18 pouces n'empêchent pas cette C4 d'offrir un confort de très haut niveau, tout au plus font-elles ressentir davantage les saignées de la route, surtout sur l'arrière mais le confort proposé par cette C4 est tout bonnement exceptionnel et vaut largement des véhicules de catégorie supérieure. Le confort est réellement l'atout majeur de cette troisième génération de C4 et cette version de base le prouve de fort belle manière. Cet excellent confort a une incidence sur le comportement routier de la C4, ce dernier est exem-



Une C4 qui va à l'essentiel mais avec des qualités certaines

plaire, la voiture étant scotchée au sol, mais engendre des mouvements de roulis qui, sur de petites routes de montagnes, pourraient amener les passagers fragiles à ressentir des effets. Si cette C4 se couche sur ses appuis, elle propose néanmoins un comportement routier très efficace et très sécurisant, entre confort et dynamisme, Citroën a clairement choisi le confort sans, pour autant, que cette berline compacte soit pataude.



Les plus

Confort
Douceur
Homogénéité
Silence



Les moins

Intérieur fade dans cette finition Feel
performances limitées en charge



Malgré un sérieux dans l'assemblage du tableau de bord, l'intérieur de la C4 dans cette finition Feel est fade. La faute à l'absence du matériau slush avec motif chevron.



En conclusion

Cette C4 en version puretech 100 étonne tant par ses performances amplement suffisantes pour la vie quotidienne que par son confort toujours aussi incroyable. Sur ce premier niveau de finition, il faut se contenter d'une ambiance intérieure très fade manquant cruellement de saveur. Néanmoins, la finition Feel est déjà très bien équipée puisqu'on y retrouve la climatisation bizona, l'écran 10 pouces, les projecteurs

LED ainsi que le Pack Safety avec, entre autres, le freinage d'urgence, l'alerte de franchissement involontaire de ligne, la reconnaissance des panneaux et le régulateur-limiteur de vitesse. Pour 23 700 € (sièges Advanced Comfort compris), cette C4 puretech 100 conviendra parfaitement aux familles qui recherchent une voiture répondant aux besoins de tous, dans le meilleur des confort dans une voiture qui fuit le m'as-tu vu pour préférer l'essentiel.



Vive la douceur

La dernière compacte de Citroën se distingue réellement dans la rue grâce à cette allure si différente dans la circulation et un style qui la fait paraître plus grande qu'elle n'est en réalité. Peu de différences extérieures entre la finition Feel et Feel Pack mais l'adoption des poignées peintes et des jantes alliage apportent davantage de cachet.

Abord, les différences se sont plus grandes. L'intérieur, toujours sombre sur la C4, laisse apercevoir une belle finition et de bons matériaux à l'assemblage parfait. Le tableau de bord reçoit un bandeau en slush sur sa façade, un bandeau qui se fait plus valorisant avec, là aussi, davantage de cachet puisque ce bandeau regorge de chevrons, chers à la marque.



L'habitacle de la C4 bien fini, regorge de référence au chevron.

Toujours équipée de la boîte manuelle à 6 rapports, cette C4 130 garde donc ce levier sans saveur, trop haut et aux débattements trop longs, même si la prise en mains est bonne et le guidage est précis.



Citroën C4 130 BVM 6 1,2 Puretech 130 –Feel Pack Boîte manuelle 6 rapports

à partir de 26 400€

Niveau motorisation

peu de différence sépare ces C4 essence, dans leurs versions 100 et 130 chevaux. Nous aurions pu croire que les 30 chevaux d'écart fassent une grande différence mais, en réalité, la différence est assez ténue. Les performances sont bien suffisantes pour la vie quotidienne, ici la C4 en version 130 sera plus dynamique lors des reprises sur autoroute, vous facilitant les dépassements lorsque la voiture est chargée. Pour le reste, rouler tranquillement à 130 sur autoroute reste une formalité sur cette C4 130, le moteur ne montant pas trop haut dans les tours pour rester discret et silencieux. Toujours équipée des suspensions à

doubles butées hydrauliques et des sièges Ad-

vanced Comfort, la C4 130 déroule une partition parfaite avec un confort de haute volée qui avale bosses et autres déformations de la route pour vous donner la sensation du tapis volant.

Le moteur puretech 130 représente le cœur de gamme de la C4 et devrait représenter le gros des ventes, ce qui tombe bien tant les prestations offertes par la C4 sont cohérentes et excellentes. La finition Feel Pack de cet essai n'est pas disponible sur la C4 100 et 2 700€ séparent la C4 100 Feel de la C4 130 Feel Pack, celle-ci étant mieux équipée avec des jantes alliage de 18 pouces, le support pour tablette, la navigation avec les services de TomTom pour le trafic et l'affichage tête haute entre autres. 2 700 € c'est assez cher mais cette C4 se montre autrement plus valorisante et offre un intérieur bien moins fade que la C4 100.

En conclusion

Cette version 130 puretech de la C4 se révèle extrêmement convaincante par son homogénéité, elle n'a pas de réels défauts rédhibitoires, certains regretteront le petit cadran mais force est de reconnaître qu'il fait le job qu'on lui demande, sans en mettre plein les yeux mais, au contraire, en libérant la charge mentale du conducteur avec des infos justes et sans chichis. Bref, silencieuse, extrêmement confortable, d'une douceur incroyable, la C4 se montre également habitable avec un espace arrière généreux, très bien équipée pour un prix contenu, bref tous les éléments du succès réunis.

C4 Puretech 130 EAT8

Feel Pack

à partir de 28 400€

et en **boîte auto...**

Les Français sont de plus en plus convaincus par les boîtes automatiques à mesure que celles-ci s'améliorent. Citroën propose l'excellente boîte EAT8 sur sa C4, une boîte à 8 rapports qui se veut intelligente, réactive et efficace. La version puretech 130 chevaux est la seule qui propose les deux boîtes, manuelle ou automatique. La C4 100 ne disposant que de la boîte manuelle tandis que la C4 155 n'offre que la boîte auto.

Aucune différence entre ces deux versions de C4 130 chevaux bien entendu sauf à l'intérieur où celui-ci y gagne avec la disparition du levier de vitesses remplacé par le tout nouveau joystick de la boîte auto, qui reprend le motif aux chevrons. Si, avec la boîte manuelle à 6 rapports, la C4 130 avait fait preuve d'une discrétion moteur, on retrouve, ici sur cette C4 130 EAT8, un moteur qui se fait davantage entendre surtout sur les trois premiers rapports.

Au delà de ce bruit, la C4 130 en boîte auto est identique à sa sœur en boîte manuelle, elle fait preuve d'un incroyable douceur, de performances tout à fait satisfaisantes, d'une consommation à peine supé-

rieure, le tout dans un confort royal. La différence se fait sur l'agrément de conduite puisque cette boîte auto passe les rapports au bon moment, ne fait pas mouliner le moteur et rend cette C4 encore plus confortable, vous débarrassant de l'incessant balai embrayage-levier pour vous offrir une conduite bien plus cool et détendue.

De plus, l'adoption d'un petit joystick pour la commande de boîte libère la console centrale de la C4 et participe à alléger l'habitacle avec des passagers a v a n t

qui se sentent plus libres de leurs mouvements. Le petit joystick offre un maniement aisé même si on aurait aimé qu'il soit plus réactif. En effet, il faut bien effectuer les mouvements pour valider le changement de mode de conduite alors même qu'avec un si petit joystick on pouvait s'attendre à un maniement simple et rapide tel un clic. Mais, c'est une question d'habitude et après quelques 1 000 kilomètres à son volant, ce défaut n'en était plus vraiment un. Toujours est-il que





*La C4 introduit, un nouveau volant avec des boutons inédits. Le système média est enfin remis à jour avec une fluidité au niveau du marché.
Le petit joystick allège la console centrale et son maniement aisé*

La C4 combine des éléments stylistiques de plusieurs univers, berline, SUV, coupé. Ce design atypique permet à Citroën de se démarquer sur un marché consensuel.



cette boîte auto offre l'avantage de choisir entre trois modes de conduite (éco, normal et sport) qui permettent de changer la conduite de la C4. Le mode éco réduit le silence, pour offrir une douceur de conduite hors pair, évoluant sur un filet de gaz dans un confort absolu et s'avère idéal en ville quand le mode sport permet de donner davantage de dynamisme à cette C4

et se montre adapté aux petites routes départementales sur lesquelles il est possible de se faire plaisir.

Le coût de l'automatique

2 000€ sépare les C4 puretech 130 en boîte manuelle ou automatique. C'est conséquent. Là où la boîte auto fait davantage entendre le moteur sur les premiers rapports, elle offre une

conduite plus aisée, libère la console centrale, participe du confort général de la C4, ne le fait pas payer en consommation et offre trois modes de conduite qui permettent de varier les plaisirs. La C4 en boîte manuelle garde pour elle un bruit moteur mieux maîtrisé, au prix d'un levier au look banal et assez imposant qui encombre la console centrale sans, pour



Les plus

*Confort
Douceur
Homogénéité
Équipements*



Les moins

Bruit moteur sur les premiers rapports

Bruits aérodynamiques

Prix de la boîte par rapport à la boîte manuelle

autant, avoir de conséquences sur les aspects pratiques de celle-ci. 2000 € c'est conséquent mais c'est aussi le prix d'une boîte auto moderne qui relaxe la conduite sans grever la consommation. C'est aussi le prix d'une boîte davantage adapté à l'esprit de cette C4 où le confort règne en maître, un confort encore accru par cette boîte intelligente qui gère les rapports avec une grande efficacité.



C4 Puretech 155 EAT8

à partir de 31 750€

Shine Pack

Déjà essayé brièvement lors des essais presse, cette C4 puretech 155 se montrait rugueuse et bruyante. Il était temps d'en prendre le volant plus longuement pour voir si Citroën était parvenu à gommer ses défauts.

Surprenante

Au démarrage, le moteur 1,2 puretech s'ébroue assez calmement, sans montrer de bruit excessif. Il se montrera d'ailleurs toujours silencieux à l'exception des deux-trois premiers rapports où on l'entend bien monter dans les tours, sans que cela soit gênant d'autant plus que la situation s'améliore nettement sur les rapports suivants. Les vibrations, pourtant point faible des moteurs trois cylindres, sont ici très bien contenues et le moteur est quasiment imperceptible aux feux ou à la conduite. Le bruit sur les premiers rapports est donc propre à la boîte EAT8 qui, pourtant avec ses 8 rapports, devraient permettre

au moteur de passer les rapports à un régime plus bas et donc être moins silencieux.

Étonnement, Citroën propose 155 chevaux dans sa C4 alors que ses cousines s'arrêtent souvent à 130. La marque a bien fait puisque ce moteur s'avère relativement punchy permettant de très bonnes re-

prises et des performances tout à fait honorables. Et si la performance et le sport ne sont pas l'idéal de cette C4, elle ne refuse pas d'être brusquée dans les virages pour se montrer très stable, s'écrasant nettement moins que ce que les médias auto racontent. Alors, c'est une certitude,





vu la souplesse de la suspension, la C4 ne vire pas à plat mais elle ne s'écrase pas sur ses suspensions et offre une tenue de route très largement à la hauteur.

Surprenante est cette C4. Là où les 30 chevaux d'écart entre les versions 100 et 130 sont quasiment imperceptibles, les 25 chevaux d'écart entre les versions 130 et 155 sont réellement perceptibles, la C4 changeant de personnalité. Surprenante car, pour tout dire, la C4 155 s'avère même plus dynamique et moins confortable qu'attendu. En effet, alors que les précédentes versions montrent toutes

un niveau de confort excellent, cette C4 155 est légèrement plus ferme. Entendons nous bien, le confort est excellent, la C4 se révélant par exemple plus confortable que certaines berlines du segment supérieur. Néanmoins, je pense que Citroën a cherché à donner davantage de dynamisme à cette C4 dans cette version 155 puisqu'elle se montre nettement moins souple qu'un C4 Cactus mais nettement plus dynamique. Le confort s'avère même surprenant puisque, si l'on ressent bien les petites saignées de la route, surtout en provenance des roues arrières, les dos d'âne, trous et autres bosses sont, eux, relativement effacés.

Dynamique et confortable

Ce surplus de dynamisme permet

réellement de se faire plaisir sur les petites routes départementales où la C4 se révèle bien plus joueuse que pataude, très confortable et extrêmement sûre. C'est encore plus vrai avec le mode Sport enclenché qui permet une réponse plus vive du moteur et une montée des rapports plus tardive. Si ce mode Sport paraissait incongru sur un C5 Aircross, il est tout à fait à sa place sur C4 grâce, justement, à ce surplus de dynamisme bienvenu. Sur ces petites routes départementales, avec quelques kilomètres avalés à vive allure, la consommation moyenne s'est révélée à 6,4 litres ce qui est somme toute très raisonnable, on voit ici les avantages du travail aérodynamique qui a été menée sur cette C4.

Sur autoroute, la C4 révèle un

155 ch, un moteur punchy offrant un caractère dynamique, des suspensions légèrement plus fermes. Cette version modifie l'image de la C4.



Les plus

Confort
Douceur
Homogénéité
Tarif



Les moins

Bruit moteur sur les
premiers rapports
Confort ferme sur les
saignées
Bruits aérodynamiques

autre visage offrant une grande sérénité avec un confort de haut niveau, une puissance largement suffisante pour atteindre la vitesse maxi, les dépassements n'étant qu'une formalité. Avec une vitesse calée à 130 au régulateur, la consommation moyenne ressort à 7 litres, soit là aussi, une bonne performance qui pourrait être améliorée en limitant sa vitesse à 120. L'autoroute est l'occasion de tester le régulateur actif avec maintien dans la voie pour savourer sa parfaite exécution, permettant une conduite zen et reposante tout en restant focalisé sur les potentiels dan-

gers. La voiture s'occupe de la partie « pratique » pour déléguer, au conducteur, la vigilance du trafic. Les kilomètres s'enchaînent sans que la fatigue ne se fasse sentir, le confort étant de haute volée. La C4 se révèle particulièrement silencieuse, quelques bruits d'air viennent se faire entendre notamment sur le haut du pare-brise mais, encore une fois, rien de vraiment gênant.

Surprenante, la C4 l'est aussi en ville. Aucun reproche sur sa maniabilité, la visibilité, excellente grâce à la position surélevée, ou encore les aides à la

conduite qui font merveille. Mais la C4 a une arme secrète pour faire aimer la ville. S'ajoute à son insonorisation et son confort excellent, la possibilité de passer la boîte EAT8 en mode Éco, ce qui atténue largement le bruit du moteur sur les premiers rapports. La puissance est limitée mais déjà largement suffisante pour atteindre les vitesses maximales en moins de temps qu'il ne faut pour le dire, la C4 révèle ici une douceur réellement stupéfiante. Elle permet d'évoluer sur un filet de gaz, dans un silence total, donnant l'impression de conduire une voiture électrique.

En conclusion

La C4 1.2 puretech 155 a plein de personnalités différentes. Tantôt SUV, tantôt berline, elle se révèle extrêmement douce en ville, superbement efficace et confortable sur autoroute et ne se refusant pas à être dynamique sur les petites routes départementales. En somme une voiture complète qui sait répondre à vos envies et s'adapter aux terrains qu'elle rencontre se révélant, tour à tour, douce, confortable, dynamique mais sachant

rester habitable, pratique, efficace avec des consommations maîtrisées, le tout en étant extrêmement sûre et abordable. Citroën habille sa C4 d'une robe clivante mais qui semble rencontrer un certain écho parmi les « vrais » gens. Tout n'est pas parfait dans cette C4 et chacun trouvera toujours mieux ailleurs mais la synthèse proposée par Citroën est juste, elle répond parfaitement aux besoins d'une famille, de chacun de ses membres sans avoir de défauts rédhibitoires.

CONCLUSION

comparatifs

De ces quatre essais, choisir la bonne version devient une gageure tant chacune de ces C4 répond aux besoins quotidiens d'une famille et, comme toujours, la différence se fera sur le budget. 8 000 € séparent la version puretech 100 en finition Feel de la C4 puretech 155 en finition Shine Pack, une somme conséquente qui s'expliquent par un niveau d'équipements bien différents et des performances tout autres.

Toutes ces C4 vous offriront confort, espace habitable, plaisir de conduire, équipements modernes et, chacune, répondront à vos besoins. Mais puisque l'objet de ce comparatif est de faire un choix, la version 130 chevaux, qui représente le cœur de gamme de C4, correspond au bon choix. Suffisamment performante pour garantir des reprises suffisantes dans toutes les configurations, la C4 130 chevaux reste également la reine du confort dans toutes les situations. Et, puisque ce confort s'accroît encore lorsque la C4 est équipée de la boîte auto, c'est avec la boîte EAT8 que la C4 offre la meilleure partition vous permettant, au-delà des performances, de la consommation et du confort, de profiter d'une conduite cool et apaisée grâce à une boîte automatique moderne et intelligente.

Affichée de 26 900€ à 30 500 € selon les finitions choisies, la C4 puretech 130 EAT8 est le meilleur compromis entre ces trois puissances, vous assurant un confort hors pair, une excellente habitabilité, des technologies de premier plan pour des prix inférieurs à ces principales concurrentes.

Notre choix
C4 1,2l puretech 130
EAT8



Interview

Bruno Gisquet

**Global Vice President Brand
Content & Digital Experience**

Citroën a fait sensation avec la dernière campagne d'AMI qui prend à contre-pied ses « défauts » pour en faire des qualités. Était-ce là le premier aperçu du nouvel axe de communication de Citroën ?

En fait, pas vraiment. Nous avons déjà commencé à réfléchir sur un nouvel univers graphique et publicitaire pour Citroën. C'est AMI qui nous a poussé à lancer cette campagne, AMI qui est un vrai produit disruptif et de ce point de vue tellement Citroën. On s'est dit qu'elle méritait une campagne qui soit à la hauteur de ce qu'elle propose et qui soit, elle aussi, dans l'esprit de la marque. Quand l'agence nous a proposé cette campagne, opportuniste, déroutante et extrêmement Citroën, on a tout de suite adhéré. Mais, au-delà de cet aspect, la campagne, comme AMI, repose sur notre rapport à l'automobile (A-t-on réellement besoin de 300 chevaux à Paris pour rouler à 20 km/h ? A-t-on besoin de voitures toujours plus grandes, hautes et larges alors qu'on est souvent seul voire à deux dans une voiture ?). Cette campagne pose ces questions sociétales, dans l'esprit des grandes campagnes très Citroën, et c'est cela qui a déclenché bon nombre de discussions sur les réseaux sociaux. Au final, cette campagne assumait son côté décalé qui permettait de dire « enfin, voilà un constructeur qui ne se prend pas au sérieux » tout en étant très sérieuse dans le questionnement par rapport à l'automobile.

La campagne AMI a remporté un réel écho dans la population, tout le monde l'a adoré. Quels en sont les résultats ?

L'effet est clairement positif puisque le trafic a immédiatement augmenté sur les sites ou dans le réseau et, aujourd'hui, on voit que les commandes suivent la même tendance. Malgré que l'on ait clairement joué sur l'autodérision et que l'objectif principal de la campagne était de renforcer la notoriété du modèle, la campagne nous ramène des ventes ce qui est intéressant à observer et analyser. Au final, cela nous conforte dans le fait que nous avons tous besoin d'être divertis par la publicité et que cela nous incite à acheter les produits de la marque concernée.



Le lancement du C3 Aircross restylé est l'occasion pour la marque d'apporter un nouvel univers graphique aux publicités. Quels étaient les objectifs de ce nouvel univers ?

La force des campagnes publicitaires Citroën en presse et en affichage a toujours été la mise en valeur de nos modèles sur un fond blanc contrairement à la majorité de nos concurrents qui placent systématiquement leurs modèles devant un visuel dit « lifestyle », le plus souvent identique et donc non différenciant. Autrement dit, les publicités Citroën se démarquaient clairement des autres mais à l'inverse ne délivraient aucun message quant aux valeurs de la Marque et de ses produits. Donc nous avons décidé de remplacer ces fonds blancs tout en gardant l'originalité qui faisait notre force. Il nous fallait quelque chose de différent mais toujours impactant. Notre agence de publicité nous a alors proposé un parti-pris fort d'éléments graphiques inspirés des campagnes que Robert Delpire avait développé pour Citroën de 1961 à 1975. Ainsi cela nous permet de mettre en valeur

nos modèles tout en véhiculant notre message publicitaire de manière originale voire artistique. Ce sont des publicités que l'on pourrait tout à fait encadrer et mettre au mur de son appartement. L'objectif de ce nouvel univers est donc d'émerger par rapport à nos concurrents tout en apportant un esthétisme qui correspond à l'héritage de la marque.



Sur ses publicités, la signature Citroën change également avec beaucoup plus d'impacts. Certains ont vu un nouveau logo pour Citroën. Quelles sont les raisons de cette nouvelle signature et allez-vous continuer dans ce sens ?

Tout d'abord, il ne s'agit en aucun cas d'un changement de logo. L'agence nous a proposé la campagne du C3 Aircross avec cette signature de marque et cette typographie car nous lui avons demandé d'améliorer la visibilité de la marque. C'était important pour les marchés dans lesquels notre notoriété n'est pas aussi élevée qu'en France. Améliorer la visibilité de la marque faisait également partie du cahier des charges de ce nouvel univers graphique et comme nous souhaitons proposer des affiches plus graphiques, il allait de pair que le nom de la marque le soit aussi.



Exceptionnellement, nous ferons référence à l'héritage de la marque quand cela sera pertinent.

Concernant la police d'écriture de Citroën, effectivement nous n'avons pas repris celle que nous utilisions jusqu'alors, nous avons repris la police d'écriture propre à Citroën que nous utilisons sur tous les textes de toutes nos publicités depuis longtemps. C'est effectivement différent du lettrage utilisé sur nos voitures mais c'est un lettrage officiel que nous utilisons depuis très longtemps.

Citroën renoue avec l'audace dans ses véhicules, va-t-on retrouver cette audace dans les campagnes de publicités ? Va-t-on retrouver les campagnes exceptionnelles que nous avons connues aupa-

avant telles que la Visa sur le porte-avions ?

Nous y travaillons. C'est quelque chose dans lequel nous croyons beaucoup au sein de l'équipe marketing. Ce ne sera probablement pas flagrant à la télévision car les publicités télévisées sont très codifiées et contraignantes. Néanmoins, nous souhaitons proposer des campagnes de publicités différentes car c'est ce que l'on attend d'une marque comme Citroën. Donc oui, nous allons développer des campagnes dans l'esprit de ce qu'avait fait André Citroën sur la Tour Eiffel. Les jeunes générations se détournent des publicités classiques et si l'on veut les toucher, il faut innover constamment avec des campagnes multicanaux et centrées sur le digital.

Citroën va également s'engager pour des causes sociétales traduisant ses valeurs de marque à l'image d'AMI pour de la mobilité urbaine à faible empreinte carbone. Mais ce n'est pas nouveau, l'une des forces d'André Citroën est d'avoir compris son époque et d'y avoir répondu avant les autres. A nous de faire la même chose pour prouver que l'automobile est toujours un formidable outil de liberté qui peut participer au progrès de la société qui l'entoure.

Cette nouvelle charte graphique va donc s'adapter aux prochaines campagnes ? Sera-t-elle déployée sur tous les

types de campagne et tous les supports ?

Dès le mois de septembre, 90 % de nos campagnes seront réadaptées en fonction de cette nouvelle charte graphique. On va réadapter en priorité la communication de nos modèles phares (C3, C4, C5 Aircross) avec des environnements graphiques différents et véhiculant le message marketing du modèle concerné. Cette nouvelle charte s'appliquera à toutes nos communications, y compris nos publicités sur le point de vente.

Dans la dernière campagne pour C4, Citroën jouait sur un côté nostalgique avec la GS, la marque se réappropriait son héritage. Est-ce que nous retrouverons ce genre de communication ou est-ce terminé ?

Exceptionnellement, nous ferons référence à l'héritage de la marque quand cela sera pertinent, ça l'était sur C4 et GS. Depuis le centenaire, Citroën a réinstallé son héritage, son histoire et tout cela est, dorénavant, bien compris. Maintenant, nous souhaitons regarder vers l'avenir et AMI en est le meilleur exemple.



Ventes Mondiales

1^{er} semestre 2021



Marché Auto RUSSE

	2020	2021	%
Citroën	1 209	2 330	92,72
Peugeot	1 572	4 128	162,60
Opel	59	870	1374,58
Stellantis	3 991	8 766	119,64
Marché	600 757	821 120	36,68

Marché Auto BRÉSIL

	2020	2021	%
Citroën	6 893	9 157	32,84
Peugeot	4 801	11 971	149,34
Stellantis	159 713	319 551	100,08
Marché	763 275	1 006 809	31,91

Marché Auto ARGENTINE

	2020	2021	%
Citroën	4 797	6 011	25,31
Peugeot	9 561	14 060	47,06
DS	176	351	99,43
Stellantis	36 549	53 880	47,42
Marché	145 420	194 990	34,09

Marché Auto AUSTRALIE

	2020	2021	%
Citroën	88	71	-19,32
Peugeot	955	1 118	17,07
Stellantis	6 422	8 488	32,17
Marché	442 415	567 468	28,27



Marché Auto EUROPE			
	2020	2021	%
Citroën	190 722	242 078	26,90
Peugeot	289 980	380 796	31,30
DS	18 885	20 693	9,60
Stellantis	944 389	1 237 207	31,00
Marché	4 281 618	5 361 857	25,20

Marché Auto FRANCE			
	2020	2021	%
Citroën	73 773	90 581	22,80
Peugeot	127 912	163 894	28,10
DS	11 089	12 768	15,10
Opel	20 163	22 526	11,70
Stellantis	252 129	318 340	26,30
Marché	715 804	922 594	28,90

Marché Auto ITALIE			
	2019*	2020	%
Citroën	52 006	45 174	-13,14
Peugeot	62 714	56 552	-9,83
DS	2 045	2 435	19,07
Opel	60 110	37 451	-37,70
PSA	444 954	351 954	-20,90
Marché	1 083 150	884 750	-18,30

* L'Italie a fait le choix de comparer les ventes par rapport à 2019, en raison d'une base de comparaison biaisée en 2020 suite aux confinements



Histoire **Tubik**

2011



La mobilité fait tergiverser les esprits chez Citroën depuis quelques années déjà. Après un premier portail internet appelé Multicity et qui permettait de planifier ses voyages avec tous les types de transport, Citroën s'attelle en 2011 à la conception d'un concept-car qui fait la part belle au voyage et prétend mettre fin au « on arrive quand ? »...

Présenté le 3 septembre 2011, le concept car Tubik est un gros monospace de 4,80 m de long pouvant accueillir neuf personnes dans des conditions optimales de technologies et de confort. Mariant les contrastes, Tubik s'inspire de l'iconique Type H, autrement appelé TUB (Traction Utilitaire Basse) en réinterprétant ses codes esthétiques dans une ambiance résolument haut de gamme. A une époque où le monospace était encore roi des ventes, le concept Tubik magnifie le concept en apportant style, distinction, originalité, habitabilité et confort. Voulé comme le pendant de la maison, Tubik permet à neuf personnes de se déplacer en offrant une multitude de possibilités sur la façon de faire son voyage. Grâce à

trois rangées de sièges, chacun des passagers peut disposer d'un mode de voyage spécifique. La première rangée de sièges donne la possibilité à deux personnes de s'installer face à la route ou face aux autres passagers. La rangée du milieu peut accueillir trois occupants, se convertir en table basse, se replier sous la dernière rangée pour dégager un espace libre de près de 2m² voire se déployer entièrement pour former

une méridienne. Cette dernière configuration invite à la détente, les voyageurs deviennent spectateurs et profitent au maximum du large écran multimédia en position semi-allongée. L'intérieur du concept Tubik se veut un véritable cocon traité dans le plus pur esprit « lounge » et réunit des matières empreintes des codes de l'architecture et du design intérieur : assises en feutre, dossiers et panneaux de portes en





Dans un contexte où l'on ne parle plus de distance mais plutôt de temps de parcours, l'ambition du concept car Tubik est de redonner du sens au voyage

soie et sol en cuir. De même, afin de profiter du voyage et voir sans être vu, Citroën a équipé le Tubik d'une moucharabieh ainsi qu'une large vitre panoramique sans teint offrent aux passagers une visibilité inédite, tout en protégeant leur intimité des regards extérieurs.

Si les passagers sont « libres » dans un espace ouvert, la place du conducteur est différente car conduire Tubik n'est pas une punition, c'est aussi une autre forme de



UNE SILHOUETTE EN CLIN D'ŒIL...

En s'inspirant des lignes du célèbre Citroën Type H, affectueusement surnommé « TUB », les équipes de designers Citroën associent un style décalé à un traitement des matières qui répond à un degré élevé de sophistication et de confort.

Présentant la même morphologie que son célèbre aîné, Tubik peut embarquer jusqu'à 9 passagers.

Longueur : **4,80m**

Largeur : **2,08m**

Hauteur : **2,05 m**

9 places



Histoire **Tubik**

... OUVERTE SUR LE MONDE

Simple mais esthétiques, les surfaces extérieures laissent à peine deviner la large vitre panoramique sans teint qui donne accès à l'habitacle. Tandis que la porte conducteur se déploie en élytre, la porte latérale libère tout le côté droit de l'habitacle par une translation circulaire. Tubik offre à ses passagers un cocon dans le plus pur esprit « lounge », dédié à la détente avec ses multiples possibilités de modularité d'assises (semi allongé, face à face...). Avec Tubik, le voyage devient aussi important que la destination.



voyage. Ainsi, en prenant place au volant, le conducteur pénètre dans un univers ultra-technologique entièrement construit autour du poste de pilotage. Cet espace de conduite est matérialisé par le « cyclotron » qui regroupe d'un seul trait circulaire le siège, le pédalier, le volant et la lame circulaire du viseur tête haute. Installé sur son siège en cuir noir pleine fleur, le commandant de bord est identifié par reconnaissance digitale. Il dispose autour de lui de toutes les informations nécessaires à sa navigation sur le viseur tête haute et l'écran placé au centre du volant. Pour surveiller ses arrières, un écran diffuse les images des caméras de recul et de rétrovision. Le plaisir de voyager pour les passagers équivaut au plaisir de conduire Tubik, chacun ayant son ambiance propre.

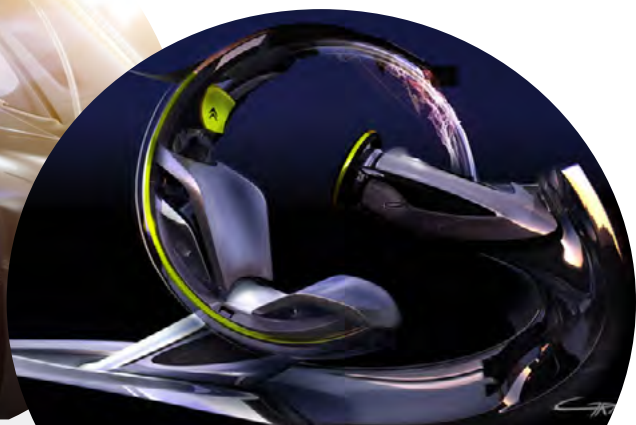
qu'ils profitent au maximum de leur voyage mais, contrairement à nombre de monospaces, il n'oublie pas pour autant d'offrir un style extérieur innovant et original. L lançant un clin d'oeil complice au

« TUB », le concept Tubik présente la même morphologie que son célèbre aîné en adoptant des dimensions généreuses (largeur : 2,08 m ; hauteur 2,05 m ; longueur : 4,80m). Le bloc avant, qui se détache du volume principal, évoque par ses nervures la tôle ondulée du Type H et par les deux montants du pare brise ses deux arrêtes caractéristiques.

Simple mais esthétiques, les surfaces extérieures laissent à peine deviner la large vitre panoramique sans teint et les deux grands ouvrants qui donnent accès au poste de pilotage ainsi qu'à l'espace de vie des passagers. Et pour ce concept, Citroën n'a pas oublié le « show » avec

une porte conducteur qui se déploie en élytre tandis que la porte latérale libère tout le côté droit de l'habitacle par une translation circulaire. Et comme il ne peut y avoir de voyage sans bagage, une soute a été astucieusement dissimulée dans la partie arrière qui s'ouvre telle un tiroir. Pour accentuer l'impression d'écran protecteur que dégage Tubik, les designers ont associé deux teintes contrastées : le gris métal de la coque enveloppe le blanc nacré des deux extrémités où se situent les moteurs thermique (à l'avant) et électrique (à l'arrière) de la chaîne de traction hybride qui était encore associé au Diesel.

Grâce à cette motorisation



CREATIVE ...

En prenant place au volant de Tubik, le conducteur pénètre un univers ultra-technologique entièrement construit autour du poste de pilotage. Cet espace est matérialisé par ce que les designers Citroën appellent le «cyclotron», il regroupe d'un seul trait circulaire le siège, le pédalier, le volant et la lame circulaire du viseur tête haute.

hybride, le Citroën Tubik réussit à conserver un niveau d'émissions de CO₂ équivalent à celui d'une berline classique. Disposant de quatre roues motrices, le moteur thermique entraîne les roues avant tandis que le moteur électrique est accouplé aux roues arrières ce qui offre à Tubik une motricité optimale pour un voyage en toute sécurité.

Toujours dans le but de réduire les émissions de CO₂, le concept Citroën Tubik est chaussé de pneus « tall & narrow » à très basse résistance au roulement qui optimise la consommation de carburant. Enfin, pour un confort royal, le concept Tubik fait appel à la suspension hydraactive chère à Citroën qui, dans sa dernière version, permettait d'abaisser la voiture automatiquement à haute vitesse ce qui favorisait l'aérodynamique et participait à la réduction de la consommation et des émissions de CO₂.





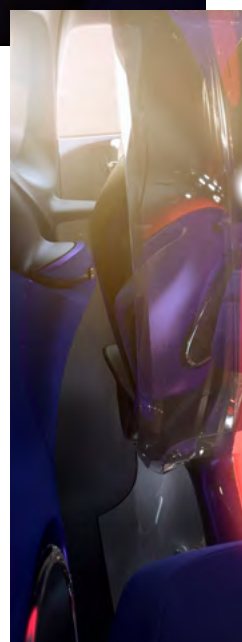
Histoire **Tubik**



...TECHNOLOGIE

Installé sur son siège, le commandant de bord est identifié par reconnaissance digitale. Il dispose autour de lui de toutes les informations nécessaires à sa navigation sur le viseur tête haute et l'écran placé au centre du volant. Pour surveiller ses arrières, un écran diffuse les images des caméras de recul et de rétrovision.

Véritable cocon dans le plus pur esprit « lounge », l'espace de vie des passagers réunit des matières empreintes des codes de l'architecture et du design intérieur : assises en feutre, dossiers et panneaux de portes en soie et sol en cuir. Pour voir sans être vu, le moucharabieh et la large vitre panoramique sans teint offrent aux passagers une visibilité inédite, tout en les protégeant des regards extérieurs.



Le concept Citroën Tubik fête ses dix ans cette année et est symptomatique des changements profonds qu'a connu l'automobile. Si la mobilité du futur passait, en 2011, par des monospaces qui offrait

une liberté totale aux passagers, la mobilité actuelle passe par des voitures 100 % électrique avec une empreinte au sol la plus faible possible. Mais qu'elle soit en 2011 ou en 2021, la mobilité est l'affaire

Les voyageurs peuvent moduler la position des trois rangées de sièges afin d'offrir un confort optimal. La rangée du milieu peut se convertir en table basse en se repliant sous la dernière rangée pour dégager un espace libre de près de 2m² et même se déployer entièrement pour former une meridienne.



de Citroën. Le Tubik n'a pas dépassé le stade du concept mais ses idées, ses intentions et son audace se retrouvent dans la gamme actuelle qui se veut très habitable,



très confortable et très audacieuse à la différence qu'elle emprunte au code actuel en vigueur, à savoir le style SUV.

Il était une fois ...

Citroën Type B2

La Citroën 10 HP type B2 est le deuxième modèle de la marque. Présentée en Juin 1921 avant une commercialisation en Septembre, la Citroën B2 prend la suite de la Type A. Si elle reprend beaucoup d'éléments de la Type A, la Type B2 en diffère sur bien des points.

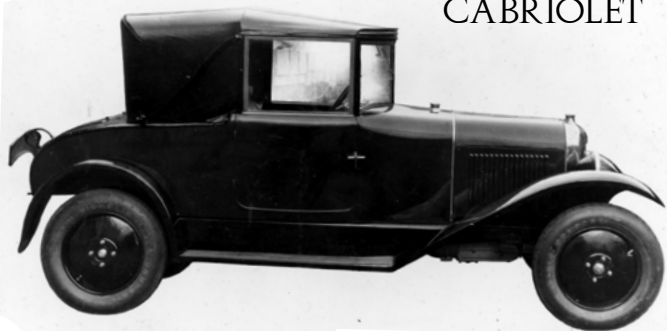
En premier lieu, le moteur voit sa cylindrée portée à 1452 cm³ et sa puissance atteint les 20ch à 2100 trs/mn permettant une vitesse de pointe de 72 km/h, le tout en consommant 8 litres aux 100. Adoptant un radiateur plus haut, la ligne de capot en devient plus horizontale. Les bas de porte diffèrent également par leurs formes arrondies alors que sur la Type A ils sont droits.



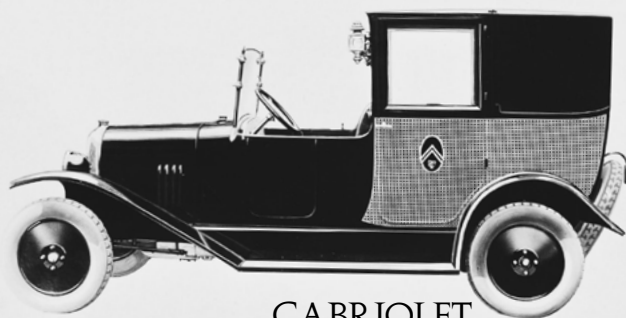
Citroën profite de cette nouvelle voiture pour proposer davantage de carrosseries portant leur nombre à une trentaine dont :

- Torpédo 3, 4 places, sport 3 places ou panier
- Coupé de ville
- Conduite intérieure
- Landaulet
- Sport Caddy
- Autochenille
- Limousine
- Utilitaires
- Normande
- Coupé grandluxe
- Taxi...

CABRIOLET



CABRIOLET



TORPÉDO



B2 CADDY, PREMIÈRE SPORTIVE DE LA MARQUE

1921-1925

89 615 exemplaires

En 1922, la première Citroën « sportive » voit le jour : la B2 Caddy. Le châssis était équipé d'un moteur spécifiquement calibré pour que le bolide puisse atteindre une vitesse de pointe de 90 km/h. La puissance améliorée de la B2 Caddy ainsi que sa carrosserie et son intérieur luxueux ont fait d'elle une voiture relativement chère pour l'époque. Vite retirée du catalogue, dès mai 1924, 300 exemplaires ont été construits dont 7 survivent encore aujourd'hui.

Succès commercial

Rapidement, la Citroën B2 est reconnue pour ses nombreuses qualités dont principalement son confort, son silence et son allure moderne qui font vieillir d'un coup les archaïques bi-cylindres Renault, les fameuses « Taxi de la Marne ». Produite selon le principe cher à Citroën du Taylorisme, la gamme de la Citroën B2 se révèle également très accessible puisqu'elle débute à 13900 francs pour atteindre les plus de 17 000 francs dans ses versions les plus hautes.

La production débute en Juin 1921 dans l'usine des quais de Javel et la Citroën B2 va vite devenir un succès pour Citroën. En 1921, 1886 exemplaires seront vendus (sur une durée de 3 mois).

Dès 1922, les ventes dépassent les 15 000 exemplaires pour atteindre 18 300 ventes en 1923 puis 27 000 en 1924 avant de redescendre à 24 000 ventes en 1925, année où la production atteint les 200 exemplaires par jour. A ces dates là et avec un seul modèle, ces chiffres de ventes sont tout simplement considérables

De plus, André Citroën s'emploie à communiquer de façon surprenante pour faire connaître la marque et ses

voitures. Ainsi, la B2 donne naissance à l'autochenille pour la Traversée du Sahara de Touggourt à Tombouctou en 1922 pour la fameuse croisière noire qui apporte encore au public la preuve de la fiabilité de la B2.

Le succès de la B2 amène les constructeurs concurrents à réagir mais c'est sans compter sur le génie d'André Citroën qui a plusieurs coups d'avance. Le premier de ces coups sera la sortie d'un dérivé de la B2, la B10, avec, pour la première fois en Europe, une carrosserie tout acier.



Sur les 300 exemplaires produits, seuls 7 existent encore aujourd'hui.



NORMANDE

Caractéristiques :

1. Dimensions

Longueur : 3,94m

Largeur : 1,35m

Poids : 850 kilos

2. Moteur :

4 cylindres en ligne

1452 cm³

20 à 22 ch

Boîte : Mécanique à 3 rapports non synchronisés

Puissance : 10 ch fiscaux

Vitesse maxi : 72 km/h

STELLANTIS

ÉLECTRIFIE SES GAMMES

Confronté à de nouvelles mesures de plus en plus strictes concernant les émissions de CO₂, le groupe Stellantis se tourne, à l'image d'autres constructeurs, vers l'électrification de ses gammes.

Le groupe a donc présenté, le 8 juillet dernier, son plan d'électrification d'un montant de 30 milliards d'€ d'ici à 2025 et qui vise à préparer le groupe à être un des leaders mondiaux des véhicules électriques.

Alors qu'actuellement, 14 % de ses ventes en Europe et 4 % en Amérique du Nord sont effectuées par des modèles électriques, Stellantis prévoit que les voitures électriques représentent, en 2030, 70 % en Europe et 40 % aux États-Unis, c'est dire l'ampleur de la tâche que le groupe doit accomplir. Grâce à ce plan, Stellantis vise à mettre en place les technologies qui permettront au groupe de proposer «des véhicules iconiques dont les performances, les prestations, le design,

le confort et l'autonomie électrique seront en parfaite symbiose avec la vie quotidienne». D'ici 2026, grâce à la baisse des coûts et des batteries, le groupe Stellantis ambitionne de proposer des modèles électriques aux prix des modèles thermiques et sans aides gouvernementales.

Le groupe va donc développer quatre plateformes avec un objectif, pour chacune de ces quatre plateformes, de 2 millions de voitures vendues par an, ce qui permettra de diminuer les coûts.

Ces quatre plateformes seront baptisées Small, Medium, Large et Frame et s'adresseront à des véhicules spécifiques. Elles se veulent toutes au meilleur niveau d'efficacité pour toutes les énergies avec une consommation maîtrisée la plus basse possible. Cette basse consommation vaut pour l'électrique, bien évidemment, puisque le groupe a pour objectif de parvenir à une consommation électrique de 12.3 kWh au 100 kilomètres.

4

plateformes

STLA SMALL

Les quatre plateformes disposeront d'autonomie comprise entre 500 et 800 kilomètres, ce qui permettra de répondre à tous les besoins du quotidien. Pour cela, les capacités de batteries seront différentes selon les plateformes :

de **37 à 82 kWh**
pour une autonomie maximale
de 500 kilomètres

STLA MEDIUM

de **87 à 104 kWh**
pour une autonomie maximale
de 700 kilomètres

STLA LARGE

de **101 à 118 kWh**
pour une autonomie maximale
de 800 kilomètres

STLA FRAME

de **159 à 200 kWh**
pour une autonomie maximale
de 800 kilomètres

Concernant les batteries, deux types de batteries seront proposés pour satisfaire les besoins d'une clientèle variée avec une batterie à technologie à haute densité énergétique (Ni Based) et une autre sans nickel ni cobalt (NiCo Free). Stellantis ambitionne également de proposer une batterie dite solide d'ici à 2026.

Moteurs

1^{er} moteur : 70 kW soit 95 chevaux
capable de supporter une tension de 400 volts

2^{ème} moteur : de 125 à 180 kW soit de 170 à 245 chevaux avec une tension de 400 volts

3^{ème} moteur : de 150 à 330 kW soit de 204 à 449 chevaux avec une tension de 400 et 800 volts

Il sera certainement possible de combiner les moteurs pour offrir des puissances bien supérieures.

Trois types de moteurs électriques seront proposés, lesquels réunissant moteur, boîte de vitesses et convertisseur. Chacun de ces trois moteurs est prévu pour être compact, flexible et évolutif et pouvant être configurés pour les véhicules à traction, à propulsion, 4x4 et 4xe.

Usines

Pour fournir les batteries nécessaires aux véhicules électriques, le groupe Stellantis indique avoir besoin de 130 GWh d'ici à 2025 et 260 GWh d'ici à 2030. Pour cela, le groupe compte s'appuyer sur trois gigafactory d'ici à 2025 dont deux en Europe (France et Allemagne) et une aux États-Unis. D'ici à 2030, le groupe développera les gigafactory avec l'annonce d'une troisième usine européenne située en Italie. Malgré ces immenses usines de batteries, Stellantis indique continuer à avoir besoin de batteries d'autres fournisseurs

3
giga
factory

Pour répondre au besoin de 130GWh en 2025 et 260 GWh d'ici 2030



“ **Le client reste la priorité numéro un de Stellantis et avec ce plan d'investissements de plus de 30 milliards d'euros, nous nous engageons à offrir des véhicules iconiques dont les performances, les prestations, le design, le confort et l'autonomie électrique seront en parfaite symbiose avec la vie quotidienne.**

Recharge

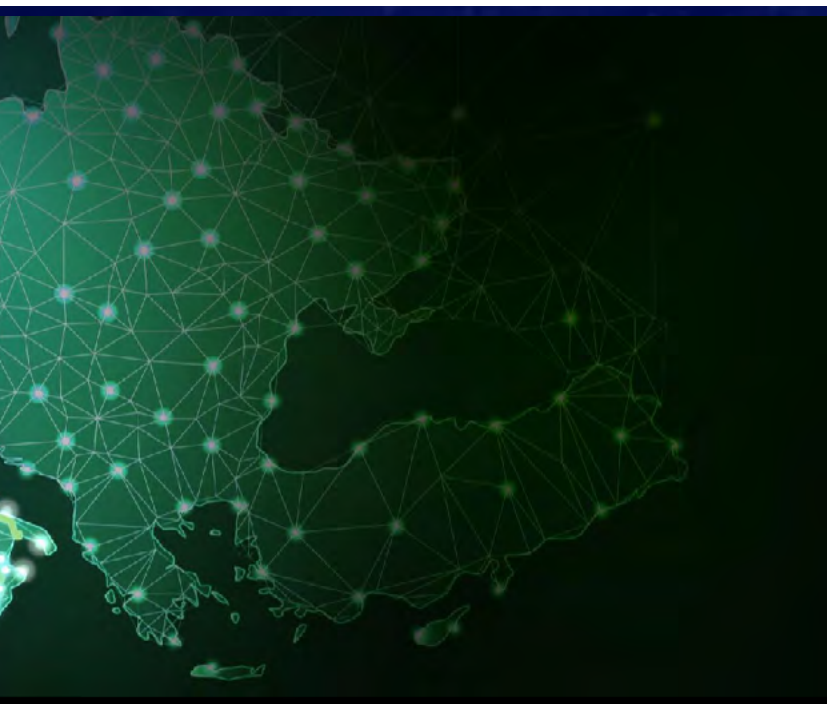
Avec la vente de voitures électriques, le groupe Stellantis va devoir gérer un écosystème complet qui comprend notamment la recharge, cruciale pour les longs déplacements. A l'image de Ionity ou des Superchargers de Tesla, le groupe Stellantis va s'appuyer sur Free2Move et Engie pour développer un réseau de recharge rapide visant 5 000 bornes sur l'Europe de l'Ouest d'ici 2025. Stellantis indique que «le groupe proposera notamment des offres de recharge journalière intelligentes qui utiliseront des sources d'énergie verte, en s'appuyant sur des partenariats en place pour développer les options de recharge et accélérer l'utilisation des réseaux électriques intelligents»

Enfin, comme l'écosystème doit être complet, le groupe a également fait un point sur la deuxième vie des batteries de véhicules électriques indiquant que ces dernières pourraient servir dans le cadre du stockage d'énergies dans d'autres domaines. De même, Stellantis a également annoncé des mesures destinées au recyclage des dites batteries.

La stratégie que nous avons présentée aujourd'hui repose à la fois sur un montant d'investissements adéquat et sur la bonne technologie, pour arriver sur le marché au bon moment, mettant Stellantis en position d'offrir toujours plus de liberté de mouvement, de la manière la plus efficace, abordable et durable qui soit.

Carlos Tavares,
CEO de Stellantis

”



Orientation Client

Rendre la mobilité électrique accessible à tous est une priorité chez Stellantis, qui projette d'atteindre pour les véhicules électriques un coût total de possession (TCO) équivalent à celui des véhicules à moteur thermique en 2026.

Chez Stellantis, l'électrification ne prend pas la forme d'un plan « universel » qui s'appliquerait sans distinction. Chacune des 14 marques iconiques du groupe est mobilisée pour proposer la meilleure offre 100 % électrique tout en renforçant son ADN. Pour exprimer les approches des différentes Marques en matière d'électrification, des nouveaux slogans ont été dévoilés :



Heating Up People, But Not the Planet



From 2024, Alfa Becomes Alfa e-Romeo



Clean Technology for a New Generation of Families



Citroën Electric: Well-Being for All!



Tear Up the Streets... Not the Planet



The Art of Travel, Magnified



It's Only Green When It's Green for All



Zero Emission Freedom



The Most Elegant Way to Protect the Planet



The Best in Performance Luxury, Electrified



Green is the New Cool



Turning Sustainable Mobility into Quality Time



Built to Serve a Sustainable Planet

Commercial Vehicles

The Global Leader in e-Commercial Vehicles

FUTURE C3

Lourdes responsabilités



Modèle actuel



La troisième génération de Citroën C3 remporte un franc succès avec des ventes qui se maintiennent à haut niveau malgré le renouvellement de ses concurrentes qui sont toujours plus fortes. La force de la C3 reste dans cette proposition unique dans cette catégorie, avec un style emprunt des SUV et une personnalisation poussée qui lui permet de la jouer tantôt élégante, tantôt dynamique, et d'offrir une personnalité qui colle le mieux aux clients.

Avec des chiffres de ventes dépassant les 200 000 unités par an, la troisième génération de C3 est la seule, des trois générations, à voir ses ventes se maintenir. Elle est également la seule à être, régulièrement, en tête des ventes en Belgique, aux Pays-Bas ou encore en Macédoine du nord. Mais cet énorme succès n'est l'apanage que l'Europe puisque la C3, même si elle rencontre un beau succès d'estime surtout au Japon, se fait assez discrète ailleurs voire est même totalement absente notamment en Amérique Latine.

Ce sera une des missions prioritaires de la

De berline, la future C3 se transformera en petit SUV urbain de moins de 4m.

Septembre 2021

Inde - Brésil - Europe



future génération de C3, pensée et conçue comme une voiture mondiale et qui sera vendue dans quasiment toutes les régions du globe. A commencer par l'Inde puisque cette future C3 y sera présentée en premier, dès le 16 septembre prochain, et aura la lourde tâche d'installer Citroën dans le paysage indien avec une offre nettement plus accessible que ne l'est celle du C5 Aircross, vendu trop cher pour toucher suffisamment de clients. Ainsi, cette future C3 sera le premier véhicule du programme C-cubed pour Cool, Comfort et Clever (Intelligent) et qui permettra à la marque de vendre des voitures plus accessibles et, d'enfin, toucher davantage de monde. Cette future C3 devrait être vendue à un tarif moyen de 10 000 € en Inde, gamme comprise entre

8 et 12 000 €, mais ne sera pas démunie pour autant.

Une plateforme CMP simplifiée

En effet, Citroën va bâtir sa future C3 sur la plateforme CMP du groupe Stellantis, une plateforme ultra-moderne et modulable qui permettra à la C3 de proposer les dernières technologies. Toutefois, la plateforme utilisée sera simplifiée par rapport aux versions que nous connaissons dans le but de baisser le coût de revient et donc, in fine, d'avoir un prix de vente compétitif.

Ce ne sera pas une plateforme au rabais mais une base qui sera simplifiée tenant compte des normes moins élevées de pollution et d'équipements technologiques que l'Inde ou le Brésil imposent.

Cette plateforme CMP permettra également à Citroën de proposer une version électrique de sa future C3 qui devrait arriver en Inde et au Brésil dès 2022 et qui permettra à la marque d'être une des premières à proposer une telle version sur ces marchés.

Encore plus SUV

L'actuelle C3 est une proposition unique en ce qu'elle propose un style SUVisé avec ses arches de roues protégées. La future C3 renforcera ce caractère puisqu'elle se transformera en petit SUV, seul segment du marché à être encore en croissance dans toutes les régions du monde.

La C3 gardera pour elle des dimensions compactes puisqu'elle sera toujours située juste en dessous des 4 mètres de longueur, le style davantage SUV lui permettra de maximiser son habitabilité malgré une longueur contenue, habitabilité qui a son importance tant en Inde qu'au Brésil.

Le style de cette future génération de C3 est connu après les fuites de la version miniature, et les illustrations que nous vous proposons aujourd'hui sont fidèles à la voiture. La future C3 s'inspire beaucoup de l'actuelle génération puisqu'elle conserve les offres de personnalisation avec le toit bi-ton et les ponctuels colorés qui permettront de configurer une C3 qui ressemble à chacun. La future C3 garde pour elle un style jovial mais plus dynamique que l'actuelle avec notamment deux éléments sur les ailes avant et arrière qui apportent plus de dynamisme et permettent d'élargir visuellement la voiture.

De même, la future C3 adopte le nouveau regard des Citroën inauguré par la C4. Ainsi, on retrouve les deux barres led qui forment un V et qui permettent, là aussi, d'élargir la voiture. Le pare choc avant fait lui dans le style baroudeur avec de grosses protections pour renforcer son allure SUV. Les airbumps sont présents sur cette future C3 et reprennent le style de la C4 avec un seul élément, qui intègre une option de personnalisation.

A l'arrière, la C3 fait appel à des feux plus carrés, qui permettent de dégager une large ouverture de coffre. Ces feux reprennent le style des dernières Citroën puisque les deux barres de leds forment un V, élément que nous retrouverons sur toutes les futures

Citroën. Là aussi, le bouclier adopte un style bien plus baroudeur, dans le plus pur style SUV.

Présentation prochaine

La future C3 aurait dû être la star de ce numéro mais la crise du covid, particulièrement forte en Inde, a conduit la marque à décaler de quelques mois sa présentation. Celle-ci sera faite le 16 septembre prochain en Inde et au Brésil, présentation qui sera simultanée à Paris et Londres et qui invite à découvrir la future internationalisation de Citroën.

En effet, avec sa future C3, Citroën vise clairement à développer sa présence à l'international pour sortir d'une trop grande présence en Europe qui ne permet plus de soutenir une croissance forte et durable. En développant sa présence en Inde, en renforçant ses positions en Amérique Latine et en conquérant de nouveaux marchés en Afrique-Moyen Orient, la future C3 a donc de lourdes responsabilités et sera aidé par le futur C3 Aircross et la future berline, qui dériveront toutes du programme C-Cubed.



La version européenne se distinguera entre autre par ses retroviseurs, son antenne arrière et ses feux plus foncés

Septembre 2021



et en Europe...

Si la future C3 arrivera très prochainement en Inde et au Brésil, il n'en sera pas de même en Europe où l'actuelle génération a été restylée il y a un peu plus d'un an. Néanmoins, devant l'importance des quotas de réductions de CO₂, la possibilité de proposer une version électrique devrait encourager Citroën à la commercialiser rapidement, probablement d'ici la fin de l'année 2022.

Des rumeurs indiquent que la future C3 dans sa version européenne sera différente des versions indiennes ou brésiliennes. Nous estimons que ce ne peut être le cas, dans le sens où, justement, la future C3 a été pensée et conçue comme une voiture mondiale, l'Europe ne pourrait donc pas avoir une ver-

sion unique rien que pour elle.

Néanmoins, si les C3 indienne, brésilienne et européenne seraient les mêmes, rien n'indique que les versions européennes soient en tous points identiques. Ainsi, il est acquis que les phares et feux soient différents puisqu'ils intégreront un éclairage led en remplacement des lampes halogènes, cela permettra également de soigner davantage le style. D'autre part, il est impossible que l'antenne de radio soit située à l'avant en Europe, elle sera donc déplacée à l'arrière, de même que les rétroviseurs devraient reprendre ceux de la dernière C4.

Identique mais différente, la future C3 européenne disposera également de toutes les dernières technologies permises par la plateforme CMP et disposera donc d'une version 100 % électrique, laquelle devrait proposer un ensemble moteur-boîte plus petits pour afficher des tarifs plus compétitifs. Ainsi, la future C3 devrait recevoir un moteur électrique de 95 chevaux et une batterie de 37 kWh permettant une autonomie de 250 kilomètres.





LES LECTEURS NOUS RACONTENT LEUR PASSION POUR LA MARQUE

Questions à Karim C.

Que représente Citroën pour vous ?

La liberté de pouvoir choisir et s'offrir ce qu'on aime, indépendamment de tout esprit grégaire ou courant mou-tonnier, sans devoir être riche ou s'endetter pour singer les modes. Une façon d'être soi, authentique, indépendant du regard des autres. C'est aussi et surtout un toucher de route unique, une façon de planer sereinement sur les contraintes, ainsi qu'un symbole de l'audace, de l'ingéniosité françaises accessibles à la plupart des automobilistes.

Depuis quand êtes-vous passionné par Citroën ?

Depuis 1974, alors que j'étais encore enfant, lorsque la CX est sortie. Cette voiture m'a bluffé et marqué par son style fort, incomparable, son originalité esthétique et technique, son total non-conformisme, son confort de référence et sa sécurité active. La sortie de la XM en 1989 a produit le même effet, pour les mêmes raisons, avec quelque chose en plus. Toutes les deux se distinguent par une silhouette unique marquée par un porte-à-faux avant long, un arrière court, des lignes à la fois fluides et tendues, de belles surfaces planes, légèrement incurvées, et lisses. Deux archétypes d'une vraie Citroën (parmi d'autres, bien sûr). Le premier C4 Picasso de 2006, particulièrement beau, pratique et souple en suspension, m'a également enchanté. Sans les avoir possédées, je les ai conduites toutes les trois sur de nombreux kilomètres avec beaucoup de plaisir. Un grand merci à leurs très doués designers Robert Opron, Marc Deschamps et Jean-Pierre Ploué ! La C5 II de 2008, ma voiture actuelle, en dépit de son style très (trop) classique mais néanmoins très équilibré et suffisamment tendu, était à mon avis la dernière vraie Citroën... avant qu'apparaisse



comme par miracle la toute récente C4 III dont j'ai également apprécié la conduite après un bref essai.

Et pourquoi ?

(qu'est-ce qui vous plaît dans la marque ?).

Attachante, elle suscite une émotion unique, ce qui est remarquable de la part d'un constructeur généraliste sans prétention premium. J'aime les modèles dont le confort de haut niveau ne fait aucun compromis avec la sécurité active, au style à la fois harmonieux, équilibré, tendu et audacieux, les innovations utiles, en particulier la suspension hydropneumatique au toucher de route inimitable et le très pratique volant à moyeu fixe injustement décrié par des journalistes qui n'ont pas pris le temps de s'y habituer. Je regrette vivement l'abandon il y a 4 ans de ces deux particularités par un groupe dont l'obsession de la rentabilité supprime les attentes de sa clientèle. Si les modèles de la marque dans son histoire ne répondent de loin pas tous à ces critères, un nombre suffisamment conséquent d'entre eux ont jalonné l'histoire de la marque en les satisfaisant avec brio. Les périodes récurrentes de pertes d'identité par souci de conformisme ont heureusement été rattrapées régulièrement par des dirigeants et designers qui en ont compris l'esprit de la marque. En 2021 en particulier, Citroën a repris des couleurs en sortant sa très belle C4 III qui signe à nouveau courageusement l'identité Citroën par son style très caractéristique et son confort nettement au-dessus du lot, sans toutefois atteindre le toucher de route de l'hydropneumatique.

Comment cette passion se traduit-elle ? (collection de miniatures, livres, etc.)

Toutes mes voitures ont été des Citroën dont j'ai par ailleurs conduit une bonne trentaine de modèles dans plusieurs versions conjointement à une bonne quatre-vingtaine de concurrentes, ce qui légitime des comparaisons plus objectives. La lecture régulière depuis une quarantaine d'années de comparatifs, essais, scoops, enquêtes dans des revues spécialisées et le visionnement périodique d'essais en ligne permettent de rester infor-

mé, mais aussi de pester contre le manque d'objectivité et l'étroitesse d'esprit de nombreux-ses journalistes. D'où une bonne collection de revues, mais juste quelques livres et miniatures pour marquer le coup. qu'il n'était pas possible, vu les volumes, de la fabriquer en Europe et en Chine. Les prestations et la conception sont faites en France tandis que le développement et l'industrialisation a été fait en Chine. Cette fabrication implique de légères contraintes.

Pour vous, une Citroën, c'est quoi ?

Une voiture qui fait plus que véhiculer des personnes. C'est une œuvre d'art non conformiste, originale et attachante qui déplace avec sécurité dans un grand confort au toucher de route unique. Si l'on fait abstraction de ce dernier, vraiment spécifique, on pourrait en dire autant de quelques marques premium, mais en l'occurrence Citroën parvient à le faire avec des voitures abordables !

Êtes-vous passionné par d'autres marques automobiles ? Si oui, lesquelles ?

Oui : Land Rover et Lamborghini. La première pour la beauté de nombreux modèles (le Discovery Sport me plaît tellement que je le considère comme le plus beau SUV de tous les temps), leur confort généralement excellent et leur polyvalence incroyable. Land/Range Rover reste incontestablement le roi du 4x4 efficace et confortable. La seconde pour ses lignes à couper le souffle (Countach, Gallardo, Reventon et Huracan en particulier), mais pas pour les performances, certes exceptionnelles, qui ne m'intéressent pas.

Quelques américaines, en particulier des Cadillac, m'ont également enthousiasmé (Eldorado et Séville des années 80-90, par exemple). Mais bon, tout cela est inaccessible. Juste un rêve abstrait ...



Quelle était votre première voiture ?

Une BX 19 TRI de 1986, c'est-à-dire une GT avec injection, la première Citroën dotée d'un catalyseur (c'était un modèle spécifique pour quelques marchés européens comme la Suisse où j'habite). Elle a duré 18 ans et roulait encore très bien lorsque je l'ai changée...



Combien de Citroën avez-vous ?

Une seule : C5 II V6 essence de 2008, ma 5e voiture et aussi ma 5e Citroën. Après la BX, il y a eu deux Xantia qui ont également duré longtemps, et deux C5 II. Toutes des occasions achetées âgées d'au moins 8 ans (les joies de la décote). La prochaine sera également une Citroën... produite en Europe : question de principe éthique social (maintien et développement de l'emploi) et environnemental (production locale). Une marque française par excellence se doit d'être produite en France ou à proximité (en Espagne, par exemple, pays historique de production de la marque). A mon avis, quand on roule Citroën passionnément, non seulement on conduit une voiture très confortable, sûre, différente, abordable, mais on contribue aussi à « véhiculer » une éthique !



Les Agents Citroën réagissent à la rupture des contrats Stellantis

Le groupe Stellantis a annoncé la rupture des contrats de distribution pour l'ensemble de ses réseaux européens en Juillet 2021. Cette rupture a pour but de se conformer au prochain règlement d'exemption par catégorie de l'Union européenne, prévu en 2023, qui « devrait conduire à des ajustements des contrats et des normes de distribution actuels » selon Stellantis. De plus, le groupe prend en compte les changements sociaux et environnementaux dus à la pandémie qui modifient le parcours clients.

Cette rupture, unilatérale et brutale, se rajoute à des discussions déjà très tendues sur les conditions de rémunération du réseau concernant les ventes de véhicules neufs.

Sur le volet commerce de voitures neuves, le ressenti n'est pas forcément le même entre les réseaux Citroën et Peugeot car les contrats sont par définition différents. Chez nous, il s'agit d'un contrat d'agent commercial tandis que chez Peugeot c'est un contrat d'apporteur d'affaires. Par ailleurs, les règles de rémunération et des primes ne sont pas les mêmes, les relations commerciales avec les marques et les stratégies de ces dernières vis-à-vis des réseaux de concessions et d'agents non plus.

Denis Baeza

Président du Groupement national des agents Citroën (GNAC)

Pour le Groupement des Agents Citroën, le coup est rude et est ressenti comme une forme de mépris de la part de Stellantis à l'égard du réseau d'agents. Nous avons au-dessus de la tête le couperet des contrats VP et VUL à signer impérativement en date du 18 mai, autrement nous étions résiliés. Et le lendemain, le groupe annonce aux groupements la résiliation des contrats. C'est digne d'une pièce de théâtre. Stellantis a balancé une bombe sans apporter la moindre information et s'est cassé. On doit se débrouiller sachant que l'on a zéro élément sur la table » affirme Denis Baeza,

Par dessus tout, le Groupement des Agents Citroën regrette l'absence totale de transpa-

rence de Stellantis. Après avoir beaucoup investi sur le changement des concessions et l'installation de bornes électriques qui ont un coût conséquent, le réseau demande à être partie prenante de ces décisions qui l'impactent fortement. « Il y a quatre ans, quand les distributeurs officiels de pièces de rechange (DOPR) ont été résiliés, PSA leur a présenté plusieurs scénarios et propositions. Stellantis ne nous a fourni aucune indication sur la nature du prochain contrat de réparateur agréé. Est-ce qu'il sera plus dur, plus souple ? On ne sait rien. Jusqu'ici, ce contrat, qui date de 1999, nous protégeait. Nous voulons conserver ces avantages » rappelle Denis Baeza.

Surtout, cette annonce brutale intervient après de longs mois de combats contre des conditions de rémunérations qui ne permettent pas, à un grand nombre d'agents, de vivre correctement de la vente de voitures neuves, lesquelles ne rapportent quasiment plus rien aux agents. Ainsi, pour beaucoup d'agents, la volonté de cesser d'être distributeur exclusif à Citroën se fait jour, alors que le réseau d'Agents, si cher à André Citroën, représente encore quelques 25 % des ventes de la marque. « Nous estimons, de manière très large, que l'ensemble des activités (VN, après-vente, garantie, maintenance...) reliées directement à la représentation du panneau Citroën pèsent entre 25 % et 50 % du potentiel du chiffre d'affaires d'un garage. C'est considérable. Un entrepreneur qui compte 10 collaborateurs et perd demain son panneau risque de licencier trois personnes. » indique Denis Baeza.

Prochain numéro



**Octobre
2021
#9**



Ce numéro spécial marque les deux ans de Passionnement Citroën le Mag et montre à quel point l'actualité de Citroën est riche et passionnante, encore plus lorsque l'on pense aux modifications qu'engendrera le passage aux voitures 100 % électriques.

Mais si spécial soit ce numéro, l'actualité de Citroën permet également d'entrevoir que le prochain le sera tout autant. En effet, dans le prochain numéro, vous retrouverez un dossier spécial sur la future C3 que Citroën aura présenté en Septembre. Comme pour C4 et C5 X, dont l'ouverture des commandes se rapproche, nous vous proposerons un dossier complet sur cette quatrième génération de C3 qui porte une lourde responsabilité sur ses épaules, celle de voir l'internationalisation de Citroën se concrétiser.

Mais la future C3 n'est pas la seule nouveauté de ce second semestre puisque Citroën va également présenté le concept The Urban Collectif, maintes fois reporté par la crise sanitaire, et que vous retrouverez, également, dans le prochain numéro.

Enfin, le prochain numéro d'Octobre sera aussi l'occasion d'avoir les premières informations sur le dérivé de C4, appelée C43, qui sera une berline tri-corps et dont l'arrivée se fera en Octobre 2022.

Je vous donne rendez-vous en Octobre pour le neuvième numéro de Passionnement Citroën et, d'ici là, rendez vous sur le site pour suivre les informations au jour le jour.

www.passionnement-citroen.com

