Le MAG

Passionnément CITROËN

N°3
Avril 2020

Dossier complet ami

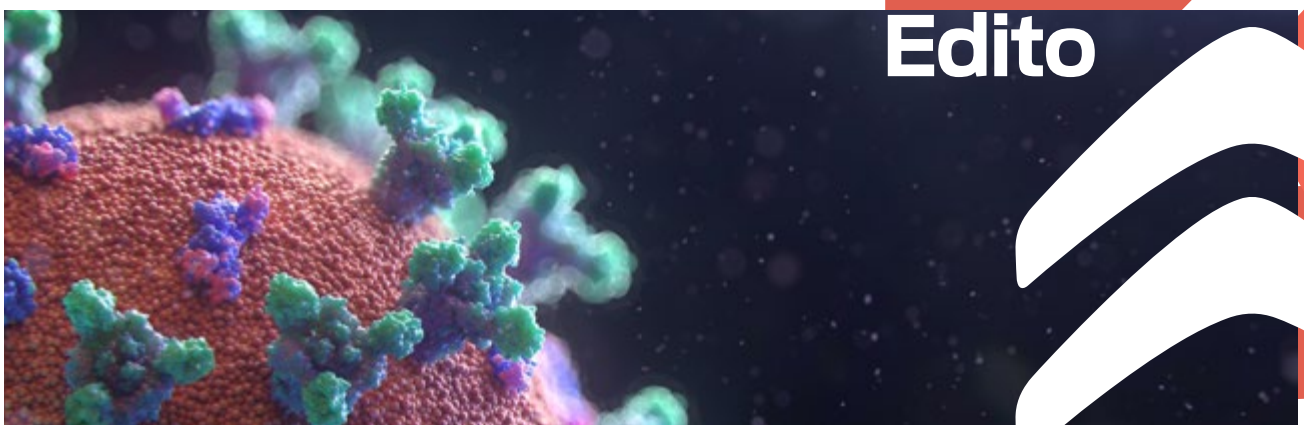
Infos ventes

Bilan en Europe 2019

Citroën C3 restylée

Passionnément CITROËN Le MAG

Avril 2020
N°3



Edito

Avant tout, je tenais à vous remercie de l'excellent accueil reçu par le deuxième numéro, téléchargé plus de 5 500 fois. Les retours dans leur grande majorité positifs me font chaud au cœur.

Voici déjà le troisième numéro de Passionnément Citroën le Mag, un numéro spécial s'il en est, crise du coronavirus oblige qui nous enferme sous cloche depuis maintenant plus d'un mois. Les conséquences sont immédiates sur l'actualité de Citroën et, par ricochet, sur celles du blog. J'essaie de vous trouver le maximum d'informations pour alimenter le blog et votre curiosité et c'est pourquoi j'ai choisi de faire des retours réguliers sur l'histoire de Citroën qui, par sa richesse, nous permet de tenir le plus longtemps possible.

Dans ce numéro, vous retrouverez deux dossiers consacrés à deux nouveautés majeures pour Citroën en ce début d'année, à savoir la nouvelle AMI et la C3 restylée. AMI est la nouvelle solution de mobilité que Citroën apporte sur le marché, une solution totalement différente de ce qui existe actuellement et qui, par son tarif et son système de location et d'achat, la rend carrément unique. Ce numéro revient donc sur la présentation de ce quadricyle léger dont la commercialisation en ligne, initialement prévue le 30 mars, se fera le 27 avril prochain. Vous retrouverez ainsi la présentation en détails, un article sur la présentation que Citroën a fait le 27 février à Paris mais, surtout, vous découvrirez un article inédit, jamais paru sur le blog, qui revient sur la genèse d'AMI avec, en exclusivité totale pour vous, les sketchs de l'équipe de design.

Dans ce numéro, vous retrouverez également un dossier spécial sur le restylage de la C3 avec un retour sur le niveau de ses ventes depuis son lancement ainsi que des photos du restylage qui n'ont quasiment jamais été vues sur le blog.

Comme pour chaque numéro, la première partie du magazine est consacrée sur l'actualité de la marque, hors nouveaux modèles, une actualité forcément plus faible qu'à l'accoutumée, période oblige.

Enfin, je tenais à remercier Laurent, membre du site qui a réalisé la mise en page de ce magazine et je le félicite pour la qualité de sa réalisation, Passionnément Citroën le Mag devient ainsi plus professionnel et permet un confort de lecture optimal.

Bonne lecture à tous

Passionnément CITROËN

Le MAG

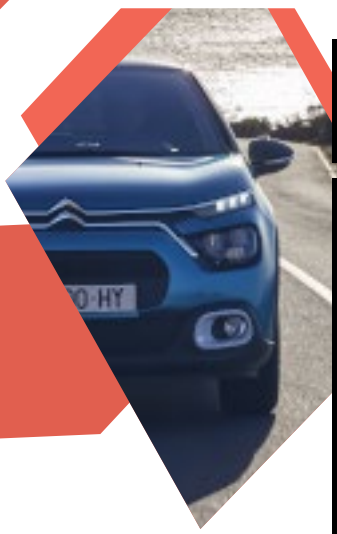
N°3

Avril 2020

Sommaire

P4 **Actualités** de Citroën et PSA
du 1er janvier au 20 avril 2020

P12 **Dossier spécial Citroën** ami
Présentation générale
Point sur la présentation de la voiture
D'ami One à AMI : la genèse



P21 **Point spécial C3 restylée** avec :
le point sur les ventes de C3 en Europe
Le restylage en détails

P27 **DS 3 Crossback E- tense** Essai

P30 **DS 7 Crossback E-Tense** Essai

P34 **Bilan** des ventes en Europe en 2019

P36 **Dans le rétro**
Les voitures mythiques
Le site de la Ferté Vidame

Rédacteur en chef
Jérémy **Krock**

Conception artistique
et réalisation graphique
Laurent **Reynes**

Citroën rend son service après vente accessible 24h/24

Parce qu'optimiser son temps est aujourd'hui la préoccupation de tous, Citroën lance CITROËN Service 24/7. Un service innovant qui permet au client de déposer et récupérer sa voiture en concession 24h/24 et 7j/7 grâce à une borne libre-service entièrement sécurisée. Déjà expérimenté avec succès à Massy et à Marseille, ce système novateur sera déployé sur 50 sites en Europe au cours du 1er semestre 2020.

Un service novateur

Dans un monde digitalisé où tout va plus vite où les modes de consommation évoluent, Citroën lance une nouvelle approche du service en concession : CITROËN Service 24/7.
La première vocation de CITROËN Service 24/7 est de permettre au client, pour des opérations d'entretien courant, de déposer et de récupérer son véhicule 24h/24 et 7j/7 grâce à une borne libre-service automatique entièrement sécurisée. La borne permet le dépôt de la clef et de la carte grise du véhicule, tandis que le paiement de la prestation se fait en ligne. Une fois la prestation réalisée, le client est informé par SMS et peut dès lors venir récupérer sa clef et ses papiers à toute heure via cette même borne, puis repartir au volant de sa voiture stationnée sur un parking dédié. Résultat : une nouvelle expérience en concession, simple et sans surcoût, qui libère le client de toute contrainte horaire et facilite sa vie, tout en garantissant la même qualité de prestation qu'en passant par la réception atelier traditionnelle.

Un service souple

Très souple, le système permet également au client d'utiliser la borne comme bon lui semble : par exemple uniquement pour déposer son véhicule ou inversement. Le principe de cette borne libre-service permet par ailleurs d'autres applications, telles que :
- la possibilité de retirer/restituer un véhicule de remplacement 24h/24 et 7j/7, en complément éventuel du dépôt/retrait du véhicule du client.
- la possibilité de retirer/restituer un véhicule de location 24h/24 et 7j/7, dans le cadre du service de location courte durée Citroën Rent&Smile.

Un service ambitieux

Déjà expérimenté avec succès depuis un an sur les sites de Massy et de Marseille, CITROËN Service 24/7 est plébiscité par ses utilisateurs avec un indice de satisfaction moyen de 4,8/5. Utilisé dans près de 70% des cas en dehors des horaires d'ouverture du point de vente, il démontre la pertinence d'une telle offre et se révèle même être un outil de conquête de nouveaux clients.

CITROËN Service 24/7 sera déployé en Europe dans 50 points de vente Citroën au cours du premier semestre 2020, avec un objectif de plus de 100 bornes installées d'ici fin 2020, sur un périmètre international.

Pour Linda Jackson, Directrice Générale de la Marque : « À l'heure où nos journées sont toujours plus denses et où nous cherchons tous à gagner du temps, ce service innovant illustre parfaitement la volonté de Citroën d'offrir à ses clients une expérience toujours plus fluide et confortable. Une preuve supplémentaire que 'Inspired by You' est *bien plus qu'un slogan pour Citroën ! »*

Vincent Cobée, 51 ans, est diplômé de l'Ecole Polytechnique, de l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées ainsi que de Harvard Business School. En 1991, il débute sa carrière dans les travaux publics en France et à Singapour. Son parcours prend rapidement une dimension internationale : au Canada dès 1996, chez Egis Projects comme Responsable Nouveaux Projets, puis en 1997 aux Philippines où il est promu Directeur de Projet de l'entreprise.
Son expérience dans le secteur automobile débute dès 2002 lorsqu'il rejoint Nissan Motor Corporation. Il y occupe diverses fonctions stratégiques, notamment celle de Directeur des Achats de Nissan Europe (2005), puis celle de Directeur du Programme de Nissan au Japon (2008). Toujours au Japon, il prend en 2010 la tête de la marque Datsun puis en 2017, il devient Directeur Exécutif en charge de la Stratégie Produit, de la marque, ainsi que des produits et programmes de Mitsubishi Motors Corporation.

Vincent Cobee remplace Linda Jackson à la tête de Citroën

À compter du 15 janvier 2020, Linda Jackson dirigera une étude visant à clarifier et à affirmer la différenciation des marques au sein d'un portefeuille de marques qu'il faudra surveiller dans le cadre du projet de fusion avec le groupe FCA.

Ce rôle couvrira les points suivants :

- clarification des marques et garantie de la cohérence des messages de marque dans l'ensemble du Groupe ;

- différenciation des marques au sein d'un portefeuille de marques.

Vincent Cobée, actuellement Directeur adjoint de Citroën, succédera à Linda Jackson en tant que Directeur Général de la marque Citroën et membre du Comité Exécutif Global.

Vincent Cobée a une grande expérience des marchés internationaux, indispensables à Citroën pour atteindre son objectif de croissance internationale.

Carlos Tavares, Président du Directoire, a déclaré: *« Après six années à la tête de Citroën où elle a défini avec succès le nouveau positionnement de marque, augmenté les ventes et les parts de marché en Europe, préparé l'offensive internationale, je suis heureux que Linda Jackson, forte de sa grande expérience de la construction de marque, prenne cette nouvelle responsabilité au sein du Groupe»*

INSPIRËD BY YOU ALL

Citroën dévoile une nouvelle signature de marque pour les modèles électrifiés

Pour marquer le passage à l'électrification, Citroën lance une nouvelle version de sa signature de Marque : INSPIRËD BY YOU ALL. Étrennée lors de la présentation de la version hybride rechargeable du SUV C5 Aircross, cette signature est dédiée aux films et publicités des modèles électrifiés de la Marque.

Citroën n'a de cesse d'imaginer et de démocratiser des solutions innovantes afin d'améliorer la vie automobile des conducteurs comme des passagers. De la Traction Avant à la 2 CV, du Type H au Berlingo, des monospaces aux SUV Aircross, Citroën accompagne depuis toujours les évolutions sociétales et s'affirme comme une marque populaire au sens noble : une marque qui fait des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit que la Marque décline naturellement depuis 2017 à travers sa signature internationale au cœur de ses actions au quotidien : 'INSPIRED BY YOU.

En 2020, pour marquer le lancement de l'offensive électrifiée de la Marque, l'apparition d'un tréma sur le 'e' dans la signature est un double clin d'œil : au 'ë' de Citroën et à celui utilisé dans la signature des modèles électriques de la gamme : ëlectrique. Le tréma habille également les modèles hybrides Citroën, avec le logo « ïhybrid » apposé sur le volet arrière. L'ajout du mot 'all' dans INSPIRËD BY YOU ALL vient renforcer la volonté de Citroën de populariser l'électrique. Depuis 100 ans Citroën démocratise l'automobile. En 2020, Citroën démocratisera l'électrique.

Cette nouvelle signature internationale est dédiée à la communication des six modèles électrifiés de la gamme Citroën en 2020.

Citroën met la GS à l'honneur au salon Rétromobile

À l'occasion du salon Rétromobile 2020 qui s'est tenu du 5 au 9 février à Paris, Citroën a fêté les 50 ans de GS et célébré l'audace de la première traversée automobile du Sahara de l'Histoire.
- Pour l'anniversaire de GS lancé en 1970, la Marque dévoile Citroën GS par Tristan Auer pour Les Bains, une voiture confiée à l'architecte d'intérieur pour la métamorphoser.
- Par ailleurs, un vent d'aventure souffle avec l'exposition de la réplique du Scarabée d'Or, premier véhicule de l'histoire à avoir effectué la traversée du Sahara en 1922. En écho à cet incroyable exploit, Citroën a annoncé une nouvelle traversée du Sahara *(voir page 9).*

CITROËN GS PAR TRISTAN AUER POUR LES BAINS

Pour les 50 Ans de GS, la Marque dévoile Citroën GS par Tristan Auer pour Les Bains. Citroën a confié une GS à l'architecte d'intérieur Tristan Auer pour la métamorphoser et l'exposer à Rétromobile avant qu'elle ne rejoigne sa destination pour les 3 prochaines années : l'institution des nuits parisiennes depuis 1978 à l'époque de GS !

Arnaud Belloni,
Directeur marketing
et communication Citroën :
« Les 50 ans de GS sont pour Citroën l'occasion de célébrer tout l'esprit des années 70 et 80 avec l'élégance d'aujourd'hui.
Nous avons déjà apprécié le talent de Tristan Auer pour réinterpréter les classiques de la Marque, dans le cadre de son activité de 'cartailoring'. Pour GS, il avait carte blanche et l'idée n'était pas de s'en tenir à une voiture d'exposition.
Après Rétromobile, cette GS rejoindra Les Bains, le club mythique des nuits parisiennes ! Un voyage dans le temps qui séduira j'en suis sûr la clientèle de l'époque et d'aujourd'hui, avec tous les fans de la Marque ! »

Avec cette transformation, Tristan Auer rend hommage à l'humain, au confort et au design, des valeurs en ligne avec Citroën. Passionné par la restauration sur mesure de voitures anciennes, il a repensé et sublimé ce véhicule de courtoisie qui sera mis à disposition des hôtes de l'établissement situé à quelques rues du Centre Pompidou.

Tristan Auer : *« C'est un honneur et un vrai cadeau pour moi d'avoir pu travailler sur cette Citroën GS, voiture populaire extrêmement bien dessinée, que j'ai pu redécouvrir. »*
Les Bains, c'est une adresse que le designer connaît bien ! En 2015, il a signé la rénovation du Club et du salon chinois et créé 40 chambres, lors de la transformation de l'adresse en hôtel cinq étoiles sous la direction de Jean-Pierre Marois.

Jean-Pierre Marois,
propriétaire de l'établissement
« Avoir un tel bijou aux couleurs de la maison au pied du perron des Bains est un bonheur. Il participe au voyage dans le temps et dans l'espace que nous offrons à nos hôtes. Car il s'agit d'une marque, Citroën, dont les modèles cultes frappent l'imaginaire, un univers français dans lequel on peut se projeter et fantasmer tout comme pour Les Bains, icône absolue de la vie parisienne.»

Pour cette métamorphose, le choix de Citroën s'est porté sur un modèle GS 1015 Confort de 1972.

Denis Huille,
Citroën Heritage :
« La restauration et la coordination de la transformation ont été conduites par l'équipe de Citroën Heritage, avec notamment une révision mécanique totale au sein du Conservatoire Citroën. Sous la direction artistique de Tristan Auer, c'est aussi une réfection complète, intérieure et extérieure, qui a été conduite avec des artisans : sièges, tableau de bord, console, pavillon de toit, plage arrière, moquette de sol, habillage des portes, coffre, sans oublier la peinture. »

Citroën annonce une nouvelle traversée du Sahara, 100 ans après l'originale

L'exposition à Rétromobile 2020 de la réplique du Scarabée d'Or marque le lancement d'un projet audacieux, comme André Citroën en avait le goût. En 2022, cent ans après la première traversée automobile du célèbre désert, Citroën réitèrera l'exploit avec Ë.POPÉE, la traversée électrique du Sahara.

100 ans après la première traversée du Sahara en automobile, Citroën se lance un nouveau défi, celui de renouveler l'exploit en mode électrique : Ë.POPÉE. C'est un projet à dimension humaine et technologique pour la promotion des mobilités innovantes et durables prévue à la date anniversaire de la première traversée : du 19 décembre 2022 au 7 janvier 2023.
Ë.POPÉE a été révélé lors de la conférence de presse organisée le 4 février sur le stand Citroën à Rétromobile.

Même destination, même audace, même ambition.

L'objectif n'est pas une course de vitesse, mais toujours une aventure humaine à bord de 3 types de véhicules : du passé, du présent et du futur.

Prendront le départ :

- Deux répliques d'autochenilles de la 1ère traversée : Scarabée d'Or et Croissant d'Argent,
- Des véhicules électriques de série pour l'assistance, issus de la gamme Citroën 2022,
- Et un futur concept-car 100% électrique.

L'objectif est de coller au parcours historique, soit un total de 3170 km en 21 jours (avec les adaptations nécessaires dans le contexte géopolitique de certaines zones traversées) : 200 km de Touggourt à Ouargala, 770 km de Ouargala à In-Salah via Inifel, 800 km de In-Salah à Silet via Tamanrasset, 500 km de Silet à Tin Zaouaten, 100 km de Tin Zaouaten à Tin Toudaten, 100 km de Tin Toudaten à Kidal, 350 km de Kidal à Bourem, 100 km de Bourem à Bamba, 250 km de Bamba à Tombouctou.

La reproduction du Scarabée d'Or est identique à l'original de 1922, parfaitement fonctionnelle et prête à affronter le sable du Sahara. La deuxième réplique, celle du Croissant d'Argent, est à lancer cette année, pour se joindre à l'aventure en 2022.

Le nouveau Citroën C5 Aircross hybrid homologué à 32 grammes de CO2 par kilomètre

Le nouveau SUV Citroën C5 Aircross Hybrid vient de satisfaire aux tests d'homologation selon le protocole WLTP :

- Une autonomie de 55 km en mode 100% électrique, des émissions de CO2 à partir de 32 g/km, une consommation à partir de 1,4 L / 100 km: des excellents résultats pour offrir polyvalence d'usage et efficience au quotidien.

- Tout le confort et la modularité de SUV C5 Aircross avec ses suspensions avec Butées Hydrauliques Progressives®, ses sièges Advanced Comfort, ses 20 technologies d'aides à la conduite, ses 3 sièges arrière individuels, coulissants, inclinables et escamotables et son volume de coffre Best in Class.

- SUV C5 Aircross Hybrid inaugure le ë-Confort, une nouvelle expérience de confort avec sa conduite fluide et son silence de roulage et une motorisation hybride rechargeable offrant 225 ch de puissance cumulée qui allie technologie, performances électrisantes et coût d'utilisation compétitif.

- SUV C5 Aircross Hybrid, présenté en Première Mondiale au Salon de Bruxelles 2020, est d'ores et déjà disponible à la commande en France à partir de 39 950 € et en LLD à partir de 309 € /mois.

Depuis plus de 100 ans, Citroën démocratise l'automobile.

En 2020, Citroën démocratisera l'automobile électrique, rendant ainsi les véhicules à faibles émissions accessibles à tous, avec 6 modèles électrifiés à la gamme. Tous les nouveaux modèles lancés par la Marque disposeront dorénavant d'une offre électrifiée, signe de l'engagement de la Marque pour une transition énergétique responsable et visant à proposer au plus grand nombre des offres cœur de marché adaptées selon les usages de chacun, dans chacun des segments et sur chacun des marchés.

Citroën lance cette offensive électrique en dévoilant sa signature « Inspirëd By You All » dédiée aux véhicules électrifiées au travers du lancement du nouveau SUV C5 Aircross Hybrid, le Silent Urban Vehicle hybride rechargeable en classe ë-Confort qui marque le passage vers une gamme élargie : en complément de moteurs thermiques performants, elle s'enrichit d'offres 100% électriques et hybrides rechargeables.

Déjà référence en confort avec notamment ses suspensions avec Butées Hydrauliques Progressives®, ses sièges Advanced Comfort et ses 20 technologies d'aides à la conduite, SUV C5 Aircross franchit encore une nouvelle étape dans le programme Citroën Advanced Comfort® avec cette offre hybride rechargeable efficiente et performante.

▪ **POLYVALENCE :** inspiré par les usages de nos clients, avec zéro émission de CO2 au quotidien en mode 100% électrique (55 kmi d'autonomie) et une autonomie illimitée pour les longs trajets grâce à l'apport du moteur essence.

▪ **SILENCE À BORD :** un voyage en mode électrique en toute sérénité dans une ambiance feutrée sans bruits, sans à-coups et sans vibrations.

▪ **EXPÉRIENCE DE CONDUITE HAUT DE GAMME :** des performances électrisantes grâce à l'association d'un moteur essence PureTech 180, d'un moteur électrique de 80 kW et d'une boîte automatique ë-EAT8, délivrant 225 ch de puissance cumulée et 320 Nm de couple disponible instantanément.

▪ **INTUITIVITÉ :** un écosystème complet, intuitif et convivial, incluant la gestion automatique des modes de conduite, une recharge facile ou encore un portail de services connectés dédiés.

Avec sa modularité de référence, Nouveau SUV C5 Aircross Hybrid est le plus modulable de son segment : 3 sièges arrière individuels, coulissants, inclinables et escamotables, volume de coffre Best in Class variant de 460 L à 600 L.

Avec une autonomie de 55 km en mode électrique, des émissions de CO2 à partir de 32 g/km et une consommation à partir de 1,4 L/100 km en cycle WLTP, SUV C5 Aircross Hybrid constitue une étape majeure dans la transition énergétique de Citroën en proposant une motorisation hybride rechargeable alliant technologie et coût d'utilisation compétitif.

Le SUV C5 Aircross Hybrid, produit en France dans l'usine de Rennes – La Janais aux côtés des versions thermiques destinées à l'Europe et déjà vendues à plus de 110 000 exemplaires en un an, est disponible à la commande en France à partir de 39 950 € ou en LLD à partir de 309 € / mois pour une location longue durée 48 mois / 40 000 km sans conditions de reprise, soit un 1er loyer de 7 585 € puis 47 loyers de 309 €, incluant l'assistance, l'extension de garantie et l'entretien au prix de 40 € / mois pour 48 mois et 40 000 km (au 1er des deux termes échu).

Déjà 200 000 ventes pour le Citroën Berlingo

Moins d'un an et demi après son lancement, la 3ème génération de Citroën Berlingo totalise déjà plus de 200 000 ventes mondiales. En Europe, il a atteint 16% de part du segment (VP+VUL) en 2019, contribuant ainsi largement à la dynamique de Citroën qui a affiché la plus forte croissance du top 12 des constructeurs sur l'année.

Depuis son lancement en septembre 2018, la troisième génération de Berlingo totalise déjà plus de 200 000 ventes (Berlingo + Berlingo Van) dont près de 150 000 en 2019, ce qui en fait le 2ème modèle le plus vendu par Citroën à travers le monde, derrière C3.

Véritable blockbuster pour la Marque en Europe, il a représenté à lui seul 16% de part de son segment en 2019* avec 2/3 des immatriculations sur la version utilitaire, Berlingo Van, et 1/3 sur la version pour les particuliers, Berlingo.
Le succès commercial de cette troisième génération de Berlingo contribue ainsi largement à la dynamique de Citroën, marque avec la plus forte croissance parmi les 12 constructeurs les plus vendus en Europe en 2019*.

Forte de son confort, de son intelligence de conception et de ses technologies d'aide à la conduite, cette troisième génération de Berlingo confirme par ailleurs son pouvoir d'attraction au travers de mix riches, avec :

- Plus de 60% des ventes sur les versions les plus richement équipées : Feel et Shine
- Près de 35% des modèles équipés d'ambiances intérieures optionnelles
- Près de 40% des modèles équipés de caméra de recul avec Top Rear Vision (affichage d'une vue du dessus reconstituée de l'environnement arrière du véhicule à 180°)

- Près d'une vente sur 4 sur les versions richement équipées : Driver et Worker
- Près de 80% des modèles équipés de Cabine Extenso® (3 places avant)
- Près d'un modèle sur 4 équipé du Surround Rear Vision (surveillance de l'environnement arrière et latéral passager avec restitution sur un écran 5'' à la place du rétroviseur intérieur)

Dossier complet ami

Présentation

Les grandes métropoles réduisent la place de la voiture afin de diminuer la pollution et laisser la place à des modes de déplacements collectifs, avec tous les désagréments que nous connaissons, ou plus doux mais moins protecteur. Ces nouveaux modes de déplacements ne permettent pas de combler tous les besoins des citadins, c'est pourquoi Citroën entend offrir une nouvelle vision de la mobilité avec un véhicule, fermé, sûr et confortable, répondant à l'ensemble des besoins du quotidien.

Ami c'est d'abord une nouvelle solution de mobilité que Citroën a voulu accessible partout, pour tous et tout le temps.

Citroën a donc créé un quadricycle léger, d'une taille réduite, à peine 2m41, mais habitable puisqu'il peut accueillir deux personnes côte à côte, les sièges étant légèrement décalé pour offrir un maximum d'espace aux épaules. Grâce à ses dimensions réduites (2m41 de longueur, 1m39 de largeur et 1m52 de haut), Citroën Ami se révèle hyper maniable grâce à son rayon de braquage d'à peine 7m20 et facilitant les manœuvres notamment dans les parkings. Malgré des dimensions compactes, Citroën a optimisé chaque recoin de l'habitacle pour offrir un habitacle spacieux, pratique et astucieux. Ainsi, à l'image d'Ami One concept, un espace de la dimension d'une valise cabine est disponible en face du passager sans compter l'espace de chargement du coffre permettant les sorties shopping ou les courses de la semaine.

Citroën Ami est aussi, et surtout, un véhicule

100 % électrique

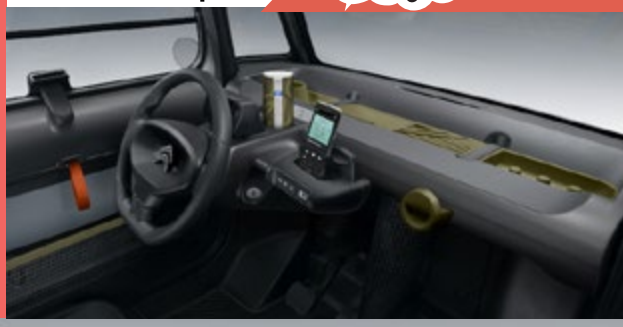
qui permet un accès total aux centres urbains.

Grâce à une batterie lithium-ion de 5,5 kWh, Citroën Ami offre une autonomie de 70 kilomètres, répondant largement aux besoins du quotidien. Cette petite batterie offre également l'avantage d'un temps de recharge rapide puisqu'il ne suffit que de trois heures pour une recharge complète sur une prise domestique ! Ainsi, sur une prise de type Wallbox, la recharge se fait encore plus rapidement. Silencieux, Citroën Ami promet également une conduite bien plus confortable que ses concurrents à 2 ou 3 roues grâce à son habitacle fermé et chauffé qui fait de sa luminosité une force avec une superficie couvrant 50 % de la surface totale située au-dessus de la ligne de caisse comprenant un toit vitré panoramique. Avec Ami, Citroën offre un vrai véhicule bien plus protecteur que ses concurrents directs avec notamment le fait qu'il bénéficie d'une hauteur de caisse et d'une position de conduite permettant au conducteur d'avoir une bonne visibilité en étant au même niveau d'assise que les véhicules sur la chaussée pour des trajets sereins.

On le voit, Citroën a conçu un vrai véhicule pensé pour la mobilité urbaine sans que les consommateurs ne doivent sacrifier un de leurs besoins. Mais Citroën va encore plus loin, puisque la marque rend Ami vraiment accessible à tous et pour tous. La marque frappe ainsi très fort avec des formules d'achat ou de location offertes à des tarifs canon. Ainsi, Citroën Ami est disponible en location longue durée pour 19,99€ par mois, soit le prix d'un forfait téléphonique !

Affiché à partir de 6 000€, Citroën Ami parvient à proposer un vrai véhicule, sécurisant, à l'habitacle fermé et 100 % électrique sans que les consommateurs n'aient à faire de choix contraires à leurs besoins. Pour cela, Citroën a fait preuve de malice et d'astuce pour tirer les prix au maximum et, là encore, Ami puise son inspiration dans Ami One concept mais également dans le concept C-Cactus puisque la marque utilise la symétrie. L'intelligence de conception est au coeur d'Ami avec notamment de larges portes totalement identiques à droite et à gauche induisant un sens d'ouverture inversé : antagoniste côté conducteur au bénéfice d'une meilleure accessibilité à bord et d'un confort accru, classique côté passager. Les 2 vitres latérales fixes semi-battantes, référence à la 2cv, répondent également à cette logique de même que les boucliers avant et arrière, les bas de pare-chocs et bas de caisse qui sont également répétés à l'avant comme à l'arrière. Chaque pièce de la carrosserie allie robustesse et qualité d'assemblage.

A l'intérieur, Citroën poursuit avec une planche de bord qui transforme le smartphone en écran info-divertissement du véhicule sur lesquels la navigation et la musique pourront être pilotées. L'habitacle se caractérise également par une rationalisation du nombre de matériaux et d'aspects. Au niveau du poste de conduite, l'œil est attiré par le graphisme spécifique à damiers utilisé pour l'affichage du combiné situé à l'axe volant, emprunté à AMI ONE Concept et qui affiche les informations pertinentes pour une lecture instantanée.



My Ami Grey, My Ami Blue, My Ami Orange et My Ami Khaki et deux packs (My Ami Pop et My Ami Vibe) offre une personnalisation encore plus poussé comprenant l'ensemble des accessoires cités précédemment mais également de grands stickers venant habiller la carrosserie pour offrir un look bien spécifique.

Mais accessible ne signifie pas triste pour Citroën, ainsi, fidèle à ce qu'elle propose sur les modèles « classiques » la marque met en avant une forte possibilité de personnalisation mais également d'accessoirisation.

Avec Ami, Citroën intègre la notion du Do It Yourself soit la possibilité de configurer un modèle qui corresponde réellement à nos besoins grâce à un ensemble d'accessoires à poser soi-même. Ainsi, des kits d'équipements tels que filet central de séparation, filet de porte, tapis de sol, bac de rangement sur le haut de la planche de bord, crochet pour sac, pince pour smartphone, boîtier DAT@MI (périphérique dongle) connecté à l'application My Citroën pour retrouver sur son smartphone toutes les informations essentielles concernant Ami sont disponibles en accessoires.

Une distribution digitale, 100 % en ligne

Citroën fait fort également au niveau de la distribution puisque la marque entend distribuer Ami totalement en ligne avec une expérience client unique grâce à son site Citroen.fr qui sera le point d'entrée de la découverte d'Ami. Le digital est également au coeur d'Ami puisque Citroën compte sur l'utilisation de son application My Citroën pour accéder à tout moment via son smartphone aux informations essentielles concernant Ami, avec entre autres : l'autonomie, l'état de charge et le temps restant pour une charge à 100%, le kilométrage, les alertes entretien et la prise de rendez-vous après-vente. L'application facilite également la localisation des bornes de recharge publiques à proximité ; une fonctionnalité proposée par Free2Move Services notamment grâce au boîtier connecté Dat@ ami.

Mais Citroën compte, outre son réseau de concession classique, distribué Ami à travers la FNAC et Darty dont une trentaine de magasins disposeront de « pop-up » colorés d'une superficie de 9 à 15m² par lesquels Citroën entend créer des points de contact physiques avec ses prospects.

Citroën entend également mettre en place des centres d'essai itinérants, composés de containers de 35m² habillés aux couleurs d'Ami faisant écho à l'esprit très graphique et coloré actuel de l'univers de la décoration. Ces centres d'essai resteront sur place pendant un mois afin de proposer des essais dynamiques au plus grand nombre. Citroën ira au bout de la logique de digitalisation puisque Ami pourra être livrer à domicile grâce à des partenaires exclusifs.

En conclusion

Avec Ami, Citroën révolutionne la mobilité urbaine en la rendant accessible à tous, pour tous, Ami peut être conduit dès 14 ans, et partout. Citroën commercialisera Ami, en France, dès le 11 mai prochain avec les premières livraisons en Juin quant à l'autopartage,elle débutera au printemps sur Paris avec Fre2Move. Citroën Ami sera également distribué dans quelques mois en Espagne, Italie, Belgique, au Portugal puis en l'Allemagne.

Présentation aux médias

C'est à Paris la Défense Arena que Citroën avait choisit de présenter la nouvelle Citroën AMI, sa révolution de la mobilité urbaine. Dans cette immense salle, Citroën avait prévu différents ateliers ainsi qu'une piste d'essai pour les médias présents.

Vincent Cobee, directeur général de Citroën, prend la parole en premier et rappelle les nouveaux succès de la marque en Europe et dans les autres régions, sans cacher les difficultés rencontrées en Chine. Il en profite pour rappeler l'ADN de Citroën à savoir une marque aimée, populaire, qui met l'accent sur le confort et l'innovation, avec un design fort.

Il rappelle les objectifs fixés à Citroën d'ici 2022 et mise sur la nécessaire internationalisation de la marque pour abaisser sa dépendance à l'Europe. Ainsi, d'ici 2022, Citroën entend faire en sorte que l'Europe ne compte plus que pour 70% de ses ventes totales soit une forte accélération par rapport à 2019 où l'Europe pèse pour 85% des ventes de Citroën. Pour cela, Citroën mise en partie sur l'Inde mais également le développement d'autres régions.

Vincent Cobee a ensuite présenté le plan de Citroën en Inde, conforme aux informations déjà publiées à savoir le lancement du C5 Aircross en Inde, début 2021, Citroën ayant choisi de reculer le lancement de son SUV haut de gamme .
Il sera suivi d'un modèle chaque année, à l'image de la stratégie de la marque pour les autres régions. Ainsi, après le C5 Aircross, le premier modèle dévoilé en Inde, pourrait être la quatrième génération de Citroën C3. Citroën compte également sur le programme C-Cubed, qui est bien un programme global et non spécifique à l'Inde. Cool, Confort et Intelligent sont les maîtres mots de ce programme qui comprend trois véhicules.

Comme à chaque manifestation de la marque, un Jumper déguisé en Type H «Le Petit Citroën» était présent. Il renfermait les jouets ou accessoires que chacun pouvait acheter.
De l'autre côté de la salle, le Citroën C5 Aircross hybrid était présenté également, ce qui permettait aux médias qui ne l'avaient pas encore vu, de le découvrir.

Avant le début de la présentation, Citroën avait soigneusement caché AMI, exposée auprès du concept AMI One et de la célèbre 2CV en version spot.

Après la prestation de Vincent Cobee, c'est au tour de Laurence Hansens de monter sur scène pour présenter la stratégie produits de Citroën et aborder, doucement, le futur de la marque. Ainsi, Laurence Hansens annonce que l'électrification de la marque, rendu nécessaire par les normes européennes, est en fait une opportunité pour la marque d'accentuer encore le confort de ses voitures. Elle annonce que quatre voitures seront proposées en versions électrifiées en cette année 2020 à savoir AMI, la future C4, le C5 Aircross hybrid et le Spacetourer qui sera proposé en version 100% électrique.
Ces quatre voitures seront complétées par deux utilitaires, tous proposés en version 100% électrique.

La nouvelle génération de C4 est subrepticement annoncée à travers une infographie qui annonce son placement et ses points forts qui seront un confort ultime, un design affirmé et une proposition tout électrique.

Après la prestation de Laurence Hansens, Arnaud Belloni entre en piste pour la présentation spécifique d'AMI rappelant que, depuis toujours, Citroën a pour objectif de démocratiser l'automobile à travers la Type A, la 2Cv, la Méhari, le Type H, le Berlingo ou encore le Xsara Picasso. Il souligne que d'ici 2050, 66% de la population mondiale habitera en ville où l'on se déplaçait en vélo en 1919 puis en voiture à partir des années 60 avant de revenir au vélo...mais non puisque Citroën a développé spécifiquement AMI .

Enfin, pour la présentation réelle d'AMI, c'est Pierre Leclercq, directeur du design de Citroën, qui prend la parole et indique ce que la marque a souhaité exprimer à travers AMI. C'est au tour des voitures d'entrer en piste, trois Citroën AMI défile devant nous, toutes dans des versions différentes pour indiquer les nombreuses possibilités de personnalisation proposées par Citroën.
Citroën AMI est dévoilée, Citroën lève les voiles qui la cachait pour dévoiler une photo de famille intéressante. Pendant la présentation, Citroën a habillé les décors d'affiches qui pourraient être les futures pubs pour AMI.

Citroën avait disposé un container, semblable à ceux qui seront installés dans différentes villes afin de faire essayer AMI. Nous avons pu faire un essai, comme passager, qui nous a permis de se faire une première idée de la conduite d'AMI avant les vrais essais presse qui devraient être effectués

en Juin. Ce petit essai permet de mesurer la place dont nous disposons à l'intérieur où, malgré la faible largeur d'AMI, je n'ai pas été à l'étroit. La planche de bord très loin permet effectivement d'installer quelques affaires devant soi, Citroën a prévu cet espace pour un bagage cabine. Impossible de vous dire quoi que ce soit sur la conduite mais, comme passager, j'ai pu m'apercevoir que AMI disposait d'accélérations tout à fait normales, même si bien entendu, il était impossible de rouler à allure normale. Reste le confort qui s'est avéré très correct mais nous roulions sur un billard, à voir lorsque nous évoluerons en ville.

Le dernier atelier que nous avons suivi était le Design ce qui nous a permis de mesurer l'intelligence de conception d'AMI qui utilise un faible nombre de pièces (à peine 200 contre 4000 pour une voiture classique).

Pour finir, l'atelier design a permis de voir un dessin de l'intérieur d'AMI, aucun autre dessin n'a été diffusé dans les photos officielles. Ce dessin est très intéressant car il montre comment les éléments de décors intérieurs, accessoires qui permettront d'enrichir l'habitable d'AMI seront disposés et assemblés dans un carton, un kit d'équipements à monter soi-même dans son AMI.

D'AMI ONE À AMI

la genèse de la révolution Citroën

Présenté dans le cadre du salon de l'automobile de Genève en Février 2019, **le concept car Citroën AMI One exposait la vision de la mobilité urbaine du futur** en apportant une réponse global. Ami One était plus qu'un simple concept, il inventait un nouveau système de possession du véhicule, esquissait une nouvelle forme de distribution, conciliait compacité extérieure et espace habitable et enfin, montrait toute l'ingéniosité du bureau de design Citroën.

Ce que l'on ne sait pas, c'est que le concept AMI One n'était, à la base, pas prévu pour être présenté au salon de Genève 2019 mais devait, initialement, être présent sur le stand Citroën du Mondial de Paris en Octobre 2018. La marque a fait le choix de décaler la présentation du concept Ami One afin qu'il s'intègre dans les festivités du centenaire et, ainsi, laisser le C5 Aircross hybrid concept tenir la vedette du stand Citroën.

Lors de la révélation du concept Ami One, le monde automobile était sous le choc de la proposition de Citroën et de cette expression d'une mobilité urbaine propre, fun, intelligente sans, pour autant, croire une seule seconde que Citroën serait capable de commercialiser tel véhicule. La légende des concepts extraordinaires jamais commercialisés hantaient encore tous les esprits. Mais, là aussi, en secret, Citroën savait déjà qu'Ami One allait devenir réalité...

Tout débute lors du développement d'AMI One. Carlos Tavares, Président du Groupe PSA, a vu le concept, comme toutes les voitures du Groupe PSA et devant cette proposition, il prend la décision de lancer le véhicule afin d'apporter une réponse immédiate aux problèmes de mobilité urbaine permettant ainsi à Free2Move, marque du groupe chargée de la mobilité, d'avoir un véhicule pensé pour l'autopartage. Carlos Tavares charge alors Citroën de réaliser la voiture en demandant à la marque de chercher à s'associer à un groupe extérieur.
C'est ainsi que très vite, une toute petite équipe se met en place, pour réaliser dans les temps impartis ce qui donnera la future AMI sur la base d'un cahier des charges très clair :

- la technique était connue, AMI étant un quadricycle léger, elle ne peut dépasser 425 kilos
- l'architecture de la voiture imposée par une compacité record ainsi qu'une disposition deux places côte à côte.
- surtout, le prix est fixé : la voiture devait être vendue au prix d'un abonnement téléphonique.

Une toute petite équipe se met en charge de traduire le cahier des charges dans une voiture voulue jeune, fun et abordable en respectant l'objectif prix. Citroën fait le choix de limiter le nombre de pièces au maximum afin de baisser le coût de revient de la voiture et, in fine, son prix de vente. Ainsi, la Citroën AMI n'est composée que de 200 pièces alors qu'une voiture classique en assemble plusieurs milliers.
Citroën va porter à son paroxysme la symétrie, inaugurée par le concept Ami One mais aussi par le concept C-Cactus de 2007. Les portes sont identiques pour les deux côtés et, donc, à ouverture antagoniste, point remarquable d'Ami One. Les flancs de la voiture sont identiques, les faces avant et arrière sont identiques, de même que les vitres latérales qui s'installent de chaque côté d'AMI. Citroën dote AMI d'une seule couleur de carrosserie, là encore pour baisser les coûts de fabrication, mais s'autorise la création d'un ensemble de pièces qui va permettre de booster l'offre de personnalisation afin de permettre, à chaque client, de concevoir « son » AMI.

Comme pour toute voiture, Citroën a organisé pour le projet AMI des tests cliniques parmi lesquels des jeunes, âgés de 12 à 20 ans, ont donné leurs avis sur la proposition qui leur été faite. Et , à la surprise de l'équipe, les choix de couleurs dites « jeune », le jaune notamment, ont été refusés catégoriquement, les testeurs souhaitant des couleurs plus neutre, plus chic. Cette surprenante annonce a contraint l'équipe à revoir complètement les choix de couleurs et matières du projet AMI pour se porter vers des couleurs plus raisonnables que celles initialement envisagées. Ce test clinique est d'ailleurs le meilleur que Pierre Leclercq, Directeur du Style Citroën, a connu puisque les participants étaient très directs ce qui a permis des échanges très constructifs.

Pierre Leclercq qui avoue avoir aimé travailler sur le projet AMI, un projet rempli de contraintes que l'équipe de Citroën a détourné en opportunités notamment celle de proposée un design voulu très industriel voire basique mais que les accessoires viennent transformer et enrichir pour lui donner une apparence différente selon la personnalisation choisie.

Pour finir, la Citroën AMI ne s'intègre pas à la gamme Citroën, c'est un modèle qui s'ajoute à la gamme existante. C'est pourquoi elle ne reprend pas les codes stylistiques des Citroën actuelles tels que les phares en Y. Toutefois, l'équipe du style a tenu à ce qu'AMI propose, dans une version simplifiée, les optiques disposés sur deux niveaux.
Enfin, la Citroën AMI ne fait pas partie de la Core Model Strategy qui définit à Citroën huit silhouettes couvrant la majorité des segments garantissant une couverture du marché sur les segments les plus porteurs, c'est véritablement un modèle en plus, non prévu à la base, que Carlos Tavares a souhaitait mettre en circulation s'appuyant sur Citroën pour la réaliser, estimant que seule Citroën était en mesure de relever le défi.

Citroën C3 *restylée*

Un nouveau regard

Après 750 000 exemplaires vendus depuis son lancement, Citroën offre à sa berline polyvalente un restylage afin de lui permettre de tenir la dragée haute par rapport à la concurrence accrue des nouvelles Renault Clio et Peugeot 208 notamment.

Le style de la C3 plaît et est une des raisons de son succès, Citroën n'avait donc pas besoin de profonds changements. Aussi, la marque se contente d'un restylage a minima, essentiellement porté sur un nouveau bouclier avant et de nouveaux airbumps. Citroën s'est attaché à renforcer les atouts de sa citadine avec davantage de style, de personnalisation, de confort et de technologies.

Un style affirmé

Renforcer le style de la C3 en lui donnant davantage de dynamisme et de robustesse était l'objectif de la marque. La nouvelle face avant, inspirée par le concept CXpérience, confère à la C3 une allure plus audacieuse et accentue la hauteur du capot. La nouvelle identité Citroën se met en place avec une barrette chromée supérieure qui élargit la voiture tandis que la barrette inférieure vient s'encastrer dans l'entourage des phares, redessinés et dotés de LED sur toutes les versions.

Les airbumps latéraux évoluent également vers davantage de style. Ils abandonnent les petites capsules carrées pour adopter trois gélules en relief dont une arbore un cerclage coloré selon le pack color choisi.

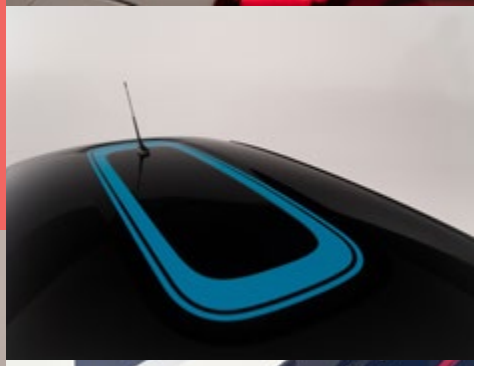
La custode arrière voit son élément décoratif évoluer également avec une forme qui rappelle la gélule des Airbumps pour donner de la cohérence de style à la C3 et asseoir son profil.

Une offre de personnalisation poussée

Autre élément fort de la Citroën C3, son offre de personnalisation. Citroën booste les possibilités de personnalisation de la C3 restylée puisque, dorénavant, la C3 propose pas moins de 97 configurations possibles.

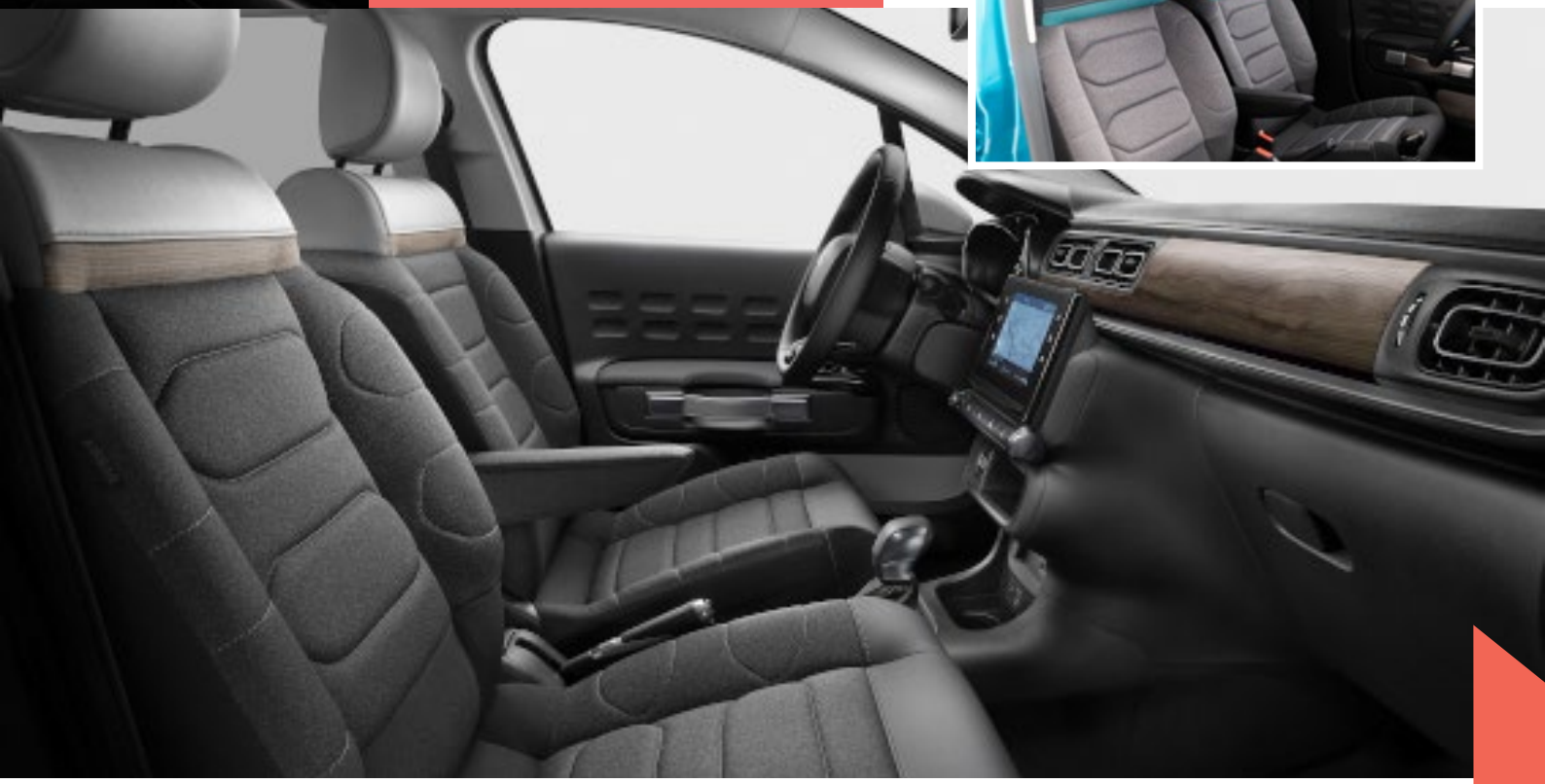
La Citroën C3 inaugure deux nouvelles teintes de carrosserie (Rouge Elixir et Spring Blue) qui s'ajoute aux cinq existantes (Noir Perla Nera, Gris Acier, Gris Platinium, Sable, Blanc Banquise). Les offres de Pack Color s'enrichissent d'une nouvelle option Emeraude anodisé qui vient s'ajouter aux Noir, Blanc et Rouge existants.

Une nouvelle teinte de toit, Blue Emeraude, s'ajoute aux Blanc Opale, Noir Onyx, Rouge Aden qui existaient jusq'alors. Enfin, les décors de toits changent avec de nouveaux thèmes graphiques (Rouge, Techwood, Emeraude) qui viennent habiller la gélule sur le toit.



À l'intérieur, la C3 évolue également et maximise les possibilités de personnalisation avec l'apparition de deux nouvelles ambiances intérieures optionnelles, l'une chic et chaleureuse et l'autre plus dynamique. Ainsi, la nouvelle ambiance Emeraude joue sur le contraste entre les couleurs foncées et les teintes colorées Emeraude. Un textile technique (maille 3D) à l'aspect « dynamique » habille la sellerie et un TEP noir recouvre le bandeau de planche de bord. Le cerclage de la planche de bord et les bandes textiles colorées offrent ainsi une continuité visuelle inédite et qualitative.

L'ambiance Techwood joue une autre partition et vise un univers haut de gamme avec des matériaux valorisants au toucher soft et une confection spécifique. Le mariage de l'élégant bandeau à l'aspect « bois clair » au niveau de la planche de bord (dont la trame technique fait référence au concept-car CX-PERIENCE) et du garnissage clair en partie supérieure des sièges (bande textile inspirée du décor de planche de bord avec surpiqûres) apporte élégance et chaleur au sein de l'habitacle.



Un confort encore amélioré

Déjà reconnue comme la plus confortable de sa catégorie, la Citroën C3 améliore encore son confort avec l'adoption des nouveaux sièges Advanced Comfort inaugurés par le C4 Cactus et le C5 Aircross. Par ailleurs, la C3 restylée dispose désormais d'un accoudoir côté conducteur pour plus de confort au quotidien.

Plus d'aides à la conduite

La Citroën C3, déjà fort bien dotée en ce qui concerne les aides à la conduite, se dote de l'aide au stationnement à l'avant sous forme d'alerte sonore grâce à la présence de 6 capteurs. L'aide au stationnement s'ajoute aux bien connues aides déjà présentes telles que l'accès et démarrage sans clé, le régulateur-limiteur de vitesse, l'Active Safety Brake, le Coffee Break Alert, l'alerte attention conducteur ou encore la commutation automatique des feux de route.
Avec ce restylage, la C3 muscle son jeu grâce à son style subtilement revu, son offre de personnalisation poussée et son confort, encore meilleur. Cela permet à la C3 de renforcer davantage son caractère et lui permet de proposer une offre unique sur le segment des citadines. La nouvelle Citroën C3 devrait arriver en concessions d'ici le mois de Juin 2020.

Avant la commercialisation prochaine de la version restylée, la Citroën C3 continue d'enregistrer de belles performances puisque sur le mois de Février 2020, elle se classe à la septième position des ventes en Europe alors même que ses concurrentes directes ont été, pour la plupart, renouvelées.

Je vous propose de voir, depuis le lancement de la C3 en fin 2016, comment elle se comporte face à ses concurrentes ce qui permet d'avoir une comparaison directes et une vue d'ensemble pour juger du comportement de la C3.

Bilan des ventes C3 depuis son lancement

Vente depuis la 1ère génération de C3 *en Europe*

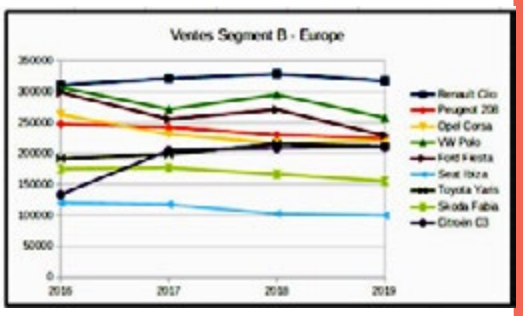
2002	136 530	
2003	290 666	112,9
2004	285 858	-1,65
2005	247 175	-13,53
2006	210 880	-14,68
2007	201 083	-4,65
2008	170 036	-15,44
2009	168 507	-0,9
2010	230 093	36,55
2011	181 950	-20,92
2012	150 203	-17,45
2013	113 625	-24,35
2014	129 612	14,07
2015	123 443	-4,76
2016	133 566	8,2
2017	205 272	53,69
2018	208 941	1,79
2019	210 465	0,73

Premier constat, la génération actuelle de C3 est la seule génération à voir ses ventes continuer à augmenter sur les trois premières années de commercialisation. En effet, la première génération, si elle avait connu des chiffres de ventes plus haut, a vu ses ventes être en baisse de 14.96 % sur ces trois premières années quand les ventes de la génération actuelle sont en hausse de 2.53%.

La Citroën C3 actuelle fait donc un excellent score en comparaison des générations précédentes de C3 notamment face à la deuxième génération mais qui a été confrontée à une grève suite à la fermeture d'Aulnay et la crise économique.

Comparaisons des scores des principales concurrentes

La comparaison des données est très intéressantes dans ce cas précis puisque les principales concurrentes de la C3 ont toutes été renouvelées depuis le lancement de la génération actuelle. Il y aurait pu avoir un impact sur les ventes de C3 puisque des concurrentes directes plus modernes ont été commercialisées. Il n'en est rien puisque, à part la Clio et la Yaris, toutes les concurrentes de la C3 ont connu des ventes en baisse depuis 2016. Ainsi, le renouvellement de la concurrence n'a strictement eu aucun impact sur la C3 depuis le début de sa commercialisation. Par ailleurs, la C3 qui était arrivé à un niveau faible à la fin de la deuxième génération, a su retrouver une place parmi les toutes premières de son segment et la maintenir sur la première partie de vie, chose assez rare comme on peut le voir sur le graphique.



	2016	2017	2018	2019
Renault Clio	310 944	321 472	328 860	317 645
Peugeot 208	243 379	242 589	230 107	224 848
Opel Corsa	262 939	231 434	216 267	221 630
VW Polo	307 462	271 369	295 403	257 804
Ford Fiesta	298 999	255 602	270 931	228 959
Seat Ibiza	120 465	117 780	102 695	99 547
Toyota Yaris	192 005	198 578	215 968	211 216
Skoda Fabia	175 264	177 116	166 522	155 136
Citroën C3	133 566	205 272	208 941	210 465

En conclusion

Comment expliquez les ventes maintenues de la Citroën C3 face à une concurrence plus moderne ? La réponse est complexe mais le fait que la C3 soit une proposition réellement unique sur son segment, de par ses atours de SUV et ses larges possibilités de personnalisation, est un élément important à prendre en compte. De même, son style original mais moderne et sympathiques, plaît à la clientèle. La C3 prouve que le nouveau positionnement de Citroën et le nouveau style de la marque peut plaire au public et que lorsque Citroën ose proposer un concept différent sur un segment, le succès est au rendez-vous et sur la durée. De bon augure pour la future C4 ?

La gamme de la C3 restylée

Présentée début Février, la nouvelle Citroën C3 inaugure une nouvelle face avant inspirée par le concept CXpérience et mise, plus que jamais, sur la personnalisation et le confort.

Avec 36 possibilités de personnalisations, la Citroën C3 était déjà unique sur son segment. Citroën a décidé d'aller encore plus loin avec ce restylage puisque c'est dorénavant 97 possibilités de personnalisation qui sont accessibles sur la C3 grâce à de nouvelles teintes de carrosseries, de nouvelles couleurs pour les ponctuels colorés ainsi que de nouveaux décors de toits.

Citroën mise également sur le confort pour différencier la C3 du reste de son segment avec l'ajout des nouveaux sièges Advanced Comfort inaugurés par la C4 Cactus et le C5 Aircross. Citroën veut ainsi distinguer davantage encore la C3 de ses concurrentes en misant sur ses deux qualités les plus fortes à savoir le confort et la personnalisation.

Citroën a dévoilé les tarifs de la C3 restylée qui arrivera en concession d'ici prochainement. Ces nouveaux tarifs font état d'une gamme remaniée voulue plus lisible, plus progressive et qui s'articule autour de 5 finitions :

- Live,
- Feel,
- Feel Pack
- Shine
- Shine Pack

Disponible à partir de 14 800€ , la C3 restylée dispose de série des projecteurs Full LED et du Pack Safety (Alerte de Franchissement Involontaire de Ligne, Coffee Break Alert, Reconnaissance des panneaux de vitesse et recommandation, Témoin de non-bouclage des ceintures de sécurité conducteur et passagers) auxquels s'ajoute l'alerte de franchissement involontaire de ligne, du régulateur-limiteur de vitesse, de la reconnaissance des panneaux de vitesse et recommandation.

Concernant les moteurs, la C3 reste fidèle à la gamme actuelle soit deux moteurs essence puretech de 83 et 110 ch ainsi qu'un moteur diesel de 100 ch.

La gamme de la C3 restylée

ESSENCE	Norme dépol.	Puis. adm.	Emissions de CO_2* (g/km)	Codes Versions	Prix en € (TTC)	Malus en €*
PureTech 83 S&S BVM Live	E6.d	4	127 - 127	1CB6 A5 E NM J L0 A0 40	14 800	
PureTech 83 S&S BVM Feel	E6.d	4	129 - 129	1CB6 A5 H NM J L0 A0 40	16 000	
PureTech 83 S&S BVM Feel Pack	E6.d	4	130 - 130	1CB6 A5 K NM J L0 A0 40	16 800	
PureTech 110 S&S BVM6 Feel Pack	E6.d	6	129 - 130	1CB6 A5 K NN K L0 A0 40	18 450	
PureTech 83 S&S BVM Shine	E6.d	4	130 - 131	1CB6 A5 N NM J L0 A0 40	18 550	
PureTech 110 S&S BVM6 Shine	E6.d	6	129 - 130	1CB6 A5 N NN K L0 A0 40	20 200	
PureTech 110 S&S EAT6 Shine	E6.d	6	137 - 138	1CB6 A5 N NN Q L0 A0 40	21 600	0 - 50
PureTech 83 S&S BVM Shine Pack	E6.d	4	130 - 131	1CB6 A5 R NM J L0 A0 40	19 450	
PureTech 110 S&S BVM6 Shine Pack	E6.d	6	130 - 130	1CB6 A5 R NN K L0 A0 40	21 100	
PureTech 110 S&S EAT6 Shine Pack	E6.d	6	138 - 138	1CB6 A5 R NN Q L0 A0 40	22 500	50 - 50

DIESEL	Norme dépol.	Puis. adm.	Emissions de CO_2* (g/km)	Codes Versions	Prix en € (TTC)	Malus en €*
BlueHDi 100 S&S BVM Feel	E6.d-TEMP	5	116 - 116	1CB6 A5 H MD J L0 A0 40	18 800	
BlueHDi 100 S&S BVM Feel Pack	E6.d-TEMP	5	117 - 117	1CB6 A5 K MD J L0 A0 40	19 600	
BlueHDi 100 S&S BVM Shine	E6.d-TEMP	5	117 - 118	1CB6 A5 N MD J L0 A0 40	21 350	
BlueHDi 100 S&S BVM Shine Pack	E6.d-TEMP	5	117 - 118	1CB6 A5 R MD J L0 A0 40	22 250	

NOUVELLE CITROËN C3 LIVE

- ABS, AFU, ESP, REF
- Aide au démarrage en pente
- Airbags frontaux, latéraux avant et rideaux
- Banquette arrière fractionnable 2/3 - 1/3
- Condamnation centralisée avec PLIP
- Coques de rétroviseurs extérieurs Noir Brillant
- Détection de sous-gonflage
- Direction assistée
- Enjoliveurs 15" CLIC
- Kit de dépannage provisoire de pneumatiques
- Kit mains libres Bluetooth et prise USB
- Lève-vitres avant électriques
- Ordinateur de bord
- Pack Safety :
  - Alerte de Franchissement Involontaire de Ligne
  - Coffee Break Alert
  - Reconnaissance des panneaux de vitesse et recommandation
  - Témoin de non bouclage des ceintures de sécurité conducteur et passagers
- Poignées de portes extérieures couleur caisse
- Projecteurs LED
- Régulateur - limiteur de vitesse
- Siège conducteur réglable en hauteur
- Système audio numérique MP3 4 HP (DAB)
- Volant réglable en hauteur et en profondeur

NOUVELLE CITROËN C3 FEEL

- Bandeau de planche de bord Noir Brillant
- Climatisation
- Elargisseurs d'ailes et bas de caisse Noir Mat
- Enjoliveurs 15" ARROW
- Feux diurnes à LED
- Rétroviseurs extérieurs électriques et dégivrants

NOUVELLE CITROËN C3 FEEL PACK

- Airbump® Black avec gélule Blanc Banquise
- Citroën Connect Radio sur tablette tactile 7"
- Climatisation automatique
- Enjoliveurs 3D 16" STEEL & DESIGN
- Mirror Screen (1)
- Pack Color Noir
- Projecteurs antibrouillard
- Rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement
- Système audio numérique MP3 6 HP (DAB)

NOUVELLE CITROËN C3 SHINE

- Aide au stationnement arrière
- Citroën Connect Nav sur tablette tactile 7" (2)
- Décors extérieurs Noir Brillant
- Jantes alliage 16" MATRIX diamantées
- Lève-vitres avant séquentiels
- Pack Visibilité (3)
- Pommeau de levier de vitesses en cuir (sur PureTech 110 S&S EAT6)
- Toit bi-ton Noir Onyx (sauf si teinte de caisse Noir Perla Nera)
- Volant en cuir

NOUVELLE CITROËN C3 SHINE PACK

- Ambiance Techwood
- Caméra de recul
- Jantes alliage 17" VECTOR diamantées
- Lève-vitres arrière électriques et séquentiels
- Pommeau de levier de vitesses en cuir
- Rétroviseur intérieur électrochrome
- Roue de secours (sur PureTech 110 S&S)
- Vitres et lunette arrière surteintées

Cohérence parfaite

DS 3 Crossback E-Tense

Essai

Leader en termes d'émissions de CO2 en France grâce au bon accueil reçu par les versions E-Tense de sa gamme, il me tardait de prendre le volant du DS3 Crossback dans sa version 100 % électrique, après un premier contact plutôt décevant avec la motorisation puretech 130 (à retrouver ICI). Me voici donc au volant du dernier bébé de DS qui a inauguré la nouvelle plateforme du Groupe PSA, CMP et sa variante e-CMP, l'objet de mon essai de ce jour.

Après le DS7 Crossback dans sa couleur Or Byzantin, DS me gâte puisque « mon » DS3 E-Tense se pare d'une couleur biton rouge rubi-toit noir du plus bel effet. Proposé dans sa version Performance Line, le DS3 Crossback se dote de chrome noir pour la calandre et l'entourage des feux arrière ainsi que de jantes noires. A l'intérieur, le DS3 Crossback Performance Line abandonne le cuir pour l'Alcantara qui habille une partie des sièges et la façade de la planche de bord ce qui lui donne un côté assez sombre sans pour autant être triste. On y retrouve différents éléments du DS 7 Crossback dont l'entourage du levier de vitesses où l'on retrouve l'aluminium guilloché ou encore le bouton sertis, le DS3 Crossback a bien un air de famille avec son frère. Assis au volant, l'œil est attiré par les fameuses commandes disposés en losanges si originales et si déstabilisatrices au dessin en losanges si particuliers.

Pour tout dire, j'appréhendais un peu leur utilisation car elles n'offrent pas de retours haptiques si bien qu'on ne sait jamais si la commande a bien été prise en compte. Je dois, néanmoins, avouer que cette appréhension est bien vite retombée, l'ensemble des touches se manient très correctement, il s'agît d'une question d'habitude. Bien calé dans les sièges mi-alcantara mi-tissu à l'excellent maintien, j'allume le moteur et, même surprise qu'avec le DS7 Crossback hybride, il ne se passe rien, le silence total, seul un petit bip vous précise que la voiture est prête à s'élancer ce que je fais dans la foulée, si impatient d'enfin voir ce que cette version électrique valait.

Les premiers kilomètres en ville ne me change guère du DS7 Crossback E-Tense excepté, forcément, le gabarit. L'entrée sur la voie rapide se fait sans le moindre encombre, les accélérations très linéaires permettent de s'insérer très facilement dans la circulation. L'œil vissé sur l'autonomie, qui affiche 210 kilomètres au départ de la concession, je constate que celle-ci ne baisse pas mais augmente même passant à 220 kilomètres puis 230, il faut croire que le principe de récupération d'énergie, que l'on peut boosté avec le levier de vitesse, est bien acquis et fait son effet. Je goûte au plaisir de rouler à une seule pédale, la pédale de frein n'étant nécessaire que pour un arrêt complet. C'est une autre façon de conduire que l'on prend très vite et qui consiste à accélérer juste ce qu'il faut, le couple du moteur électrique le permet, puis à lever le pied pour voir la voiture ralentir et récupérer l'énergie, cela devient vite un jeu d'essayer de récupérer le maximum d'énergie possible.

Du plaisir...

Mais, sur ce Ds3 Crossback E-Tense, il y a un mode sport, le seul qui distille les 136 chevaux du moteur et, pour cela, l'autoroute est le terrain de jeu idéal pour le tester, mode sport, qui m'avais fortement plu sur la version essence. Un appui sur le bouton « drive mode » pour sélectionner le mode sport et la voiture change, radicalement. Les suspensions se durcissent, la direction se fait plus vive et, surtout, le moteur répond nettement plus pour vous catapulter très rapidement au-delà des vitesses maximales autorisées et cela dans un délicieux silence. Deux-trois franches accélérations plus tard, je jette un œil inquiet sur l'autonomie pour constater que celle-ci ne bouge pas d'un iota. Ce n'est donc plus une inquiétude, je peux me décontracter et commencer à prendre du plaisir. Et du plaisir, le DS3 Crossback en donne assurément. Moi qui suis très sensible au confort, forcément ! , je constate qu'il est l'égal, à un degré moindre quand même, du DS7 Crossback à savoir un subtil mélange entre confort et dynamisme. La voiture ne lisse pas la route mais absorbe bien les bosses et les trous pour offrir un confort de premier plan. DS a vraiment réussi à trouver un bon mélange entre le confort et le dynamisme qu'elle a su reproduire à ce niveau de gamme.

Ce plaisir de conduire, le DS3 Crossback va l'afficher tout au long de cet essai mêlant ville, routes départementales et autoroutes où il profite allègrement de la motorisation électrique pour apporter cepetit truc en plus qui le rend carrément séduisant. On peut ainsi, au contraire du DS7 Crossback E-Tense, réellement se faire plaisir au volant sans craindre que l'autonomie ne fonde.

Plus berline surélevée que réel SUV, le DS3 Crossback adopte une garde au sol élevée mais la hauteur d'assise ne l'est pas, il n'est donc pas nécessaire de monter dans la voiture. On se retrouve avec un bel espace habitable pour les deux passagers avant et une habitabilité arrière somme toute satisfaisante. Manque de chance, ce DS 3 Crossback a une ambiance intérieure noire, identique à mon précédent essai, ce qui fait que je garde en tête un côté assez sombre de l'habitable, il me manque clairement des couleurs. De même, ce côté sombre est accentué par les petites surfaces vitrées et l'absence de toit panoramique qui aurait amené ce zeste de lumière bienvenue. Si les assemblages sont plus que correctes et les matériaux visibles de bonne qualité, la planche de bord laisse apercevoir des plastiques durs en bas de la console et sur les portes, ce qui, au regard du tarif, est dommageable.

déplacements au quotidien. Il restera toujours nécessaire d'installer une wallbox pour raccourcir les temps de recharge et, bien entendu, les longs voyages sont encore impossibles mais le Groupe PSA avec cette chaîne de traction électrique, que l'on trouve sur le DS 3 Crossback comme sur d'autres modèles, a réellement apporter une proposition très convaincante.

Au final, la proposition que Ds fait avec ce DS 3 Crossback E-Tense est cohérente, j'ai l'impression que le DS 3 Crossback et l'électrique sont un mariage parfait. Là où j'avais été déçu du DS3 en version essence puretech, je suis plus que convaincu par cette proposition.

Et encore du plaisir

L'essai n'ayant duré que 24 heures, je n'ai pu faire un tour complet des qualités et défauts de ce DS 3 Crossback mais je peux dire qu'il est un bon petit véhicule, qui évolue avec une grande facilité en ville de par son gabarit et par l'ensemble des commandes bien douces notamment la direction. Hyper silencieux grâce à l'électrique, le DS 3 Crossback se révèle confortable tout en permettant un dynamisme bienvenu lorsque l'on décide de s'amuser à son volant. Incontestablement, c'est le mot plaisir que je retiens de cet essai. Plaisir d'évoluer en silence. Plaisir de conduire. Plaisir de s'amuser au volant. J'avoue que je suis totalement conquis par l'électrique où l'autonomie n'est plus un problème, où, réellement, une charge peut tenir une semaine si l'on fait de petits

Essai

DS 7 Crossback E-Tense

Rendez vous est pris à la concession DS pour prendre possession, pendant un week-end, de la toute dernière version hybride rechargeable du grand SUV DS, le DS7 Crossback E-Tense. Immédiatement, la couleur Or Byzantin attire l'œil, c'est le premier effet waouh.

L'effet WAOUH !

Toutes les personnes qui l'ont croisé ont, systématiquement, été épatés, curieux, intéressés et carrément séduits une fois la porte ouverte. Incontestablement, le DS7 Crossback accapare le regard pour découvrir les nombreux détails stylistiques qu'il distille ci et là. Redécouvrir de près le DS7 Crossback me donne le même effet que la première fois, c'est chargé, fort en détails, qui rend ce DS 7 Crossback si reconnaissant. Mais, l'appel de l'intérieur est plus fort encore. Et c'est le deuxième effet waouh. Redécouvrir les matériaux, les innombrables détails, le soin apporté à chacun d'eux, la qualité de fabrication, il faut l'avouer, cet intérieur est du plus bel effet. Chaque fois que le regard se pose quelque part, il ne voit pas ou ne regarde pas, il est interpellé, interloqué, intéressé, stupéfait, étonné tant le DS7 fourmille de détails, de matériaux.
Volant en main, contact, moteur et...

Silence !

Le DS7 E-Tense démarre constamment en mode électrique où seul le silence règne à bord. Les premières accélérations se font en douceur, la tranquillité qui émane de la conduite électrique n'impose pas d'accélérer fort pour profiter. La conduite électrique est une conduite cool et détendue, elle se vérifie encore ici avec le DS7 Crossback E-Tense. Heureusement d'ailleurs car de fortes accélérations répétées viendraient rapidement vider la batterie, pleinement chargée mais avec une autonomie loin des 58 kilomètres annoncés, 35 kilomètres en mode électrique s'ouvre à moi. C'est peu, trop peu et cela va rendre la conduite bien plus stressante qu'envisagée. Si la puissance des moteurs électriques permet de rouler sur voies rapides et autoroutes sans aucun soucis, il ne faut pas viser les hautes vitesses sous peine de voir l'autonomie fondre comme neige au soleil. Ainsi, sur voies rapides limitées à 90, je me contentais d'un paisible 70, les yeux scrutant l'autonomie comme on surveille l'huile sur le feu...

DS7 Crossback est un véhicule hyper confortable. DS est parvenu à trouver un très bon compromis entre le confort et le dynamisme

Passé ces premiers kilomètres si différents de ma C4 diesel, je m'habitue, me détend et essaie de comprendre ce grand SUV DS pour constater que le confort est au rendez vous. Un confort dynamique, pas ferme, pas souple, où les suspensions ne tapent pas sur les raccords et filtrent tout en douceur rendant, globalement, le DS7 Crossback comme un véhicule hyper confortable. DS est parvenu à trouver un très bon compromis entre le confort et le dynamisme, on sent que ce DS7 peut enchaîner les virages sans s'écraser sur ses appuis sans pour autant vous maltraiter le dos, j'ai juste constater que la suspension, notamment à l'arrière, avait tendance à pomper sur les dos d'ânes. Si le DS7 Crossback E-Tense est confortable, il l'est nettement moins que le Citroën C5 Aircross qui, sans les suspensions pilotées associées à la caméra, parvient à distiller un confort encore supérieur au détriment, certes, du dynamisme. C'est remarquable de constater que, sur une même base, le groupe PSA arrive à définir des voitures au toucher de route si différents.

Silence !

Arrivé en ville, le DS7 fait preuve de son étonnante maniabilité malgré un gabarit pas forcément adapté. Il faut dire que les multiples aides à la conduite facilite la vie de même que la direction, très légère, qui permet de le guider le plus facilement du monde et cela, dans un silence absolu, grâce aux moteurs électriques. Malgré des dispositions peu communes, l'ensemble des diverses fonctionnalités du DS7 se prennent en main relativement facilement. Il faut faire abstraction des habitudes qui guident notre main sur la porte pour ouvrir la fenêtre alors que le bouton est sur la console centrale, ce n'est pas que c'est difficile à prendre en main mais c'est contraire à nos habitudes. De même, le bouton pour le volume ne tourne pas classiquement sur le côté mais en hauteur, et au final, cette disposition est presque plus naturelle puisqu'il faut tourner le bouton vers le haut pour monter le son, son qui est d'ailleurs d'excellente qualité grâce à l'équipement Focal.

Se mouvoir en électrique permet de se rendre compte de l'excellente filtration des bruits extérieurs grâce aux vitres feuilletées qui isolent parfaitement. L'habitable est d'ailleurs fort silencieux même lorsque le moteur essence se met en route, dans une transition quasiment imperceptible. Il n'y a que sur les trois premiers rapports que le moteur, qui monte un peu dans les tours avant que la boîte ne change de rapport, se fait entendre mais là encore rien de rédhibitoire. Sur la route, le DS7 Crossback parvient à faire oublier son gabarit et à offrir une conduite qui mêle, avec un talent certain, douceur et dynamisme pour rendre les voyages toujours agréable, dans le silence quasi monacal que le moteur thermique soit enclenché ou pas.

300 Chevaux

Fort de ses 300 chevaux au cumulé, forcément, la puissance est toujours là et les reprises permettent de réellement prendre du plaisir au volant. L'enclenchement du mode sport, qui cumule les deux moteurs électriques et le moteur thermique, vous garantit un effet « turbo » très prononcé et très amusant qui ferait passer ce gros SUV de plus de 1800 kilos pour une sportive pure et dure. Il ne faut, néanmoins, pas en abuser puisque la conséquence sur l'autonomie électrique se paie cash. Mais le DS7 n'a, en réalité, pas besoin de tant de puissance pour offrir du plaisir de conduire, une petite route sinueuse lui suffit pour exprimer, avec force talents, son dynamisme enchaînant les virages avec virtuosité, le tout dans un silence monacal et un confort remarquable.

En conclusion,
le DS7 E-Tense est une voiture parfaite, confortable, habitable, silencieuse, performante, remarquablement finie avec des matériaux plaisant et de qualité, une technologie éprouvée qui vous assistera au-delà de vos besoins. Pourtant on peut sérieusement se demander de son utilité réelle, hors l'avantage fiscal.

Bien entendu, le DS7 Crossback E-Tense permet de rouler en mode 100 % électrique et garantit à tous l'accès aux centres villes. Bien entendu, ses 300 chevaux permettent de s'amuser à son volant et de tirer profit de son équilibre confort-dynamisme quasi idéal. Mais, pour atteindre le véhicule parfait, le DS7 Crossback aurait nécessité d'avoir une autonomie en tout électrique de 100 kilomètres réels, les 58 km annoncés (35-40 réels), s'ils sont suffisants pour les déplacements domicile-travail, impose de rouler doucement sur un filet de gaz pour conserver l'autonomie et récupérer au maximum l'énergie. Au final, le DS7 Crossback est antinomique en plusieurs points. Il est très agréable à conduire, assure un dynamisme et un plaisir au volant réel, mais si vous accélérez trop, l'autonomie s'effondre. Il accède aux centres villes mais son gabarit n'est pas taillé pour les centres-villes, même s'il le fait oublier merveilleusement bien grâce aux nombreuses aides à la conduite et à sa facilité naturelle. Il offre une puissance enfin digne d'un vrai haut de gamme mais celle-ci ne peut être utilisée trop longtemps sous peine de voir s'envoler l'autonomie.

Enfin, c'est une formidable routière, qui avale les kilomètres avec une facilité déconcertante vous enlevant toute sensation de fatigue grâce à son excellent confort, mais se traîne 300 kilos de batteries et moteurs électriques qui se paient cash en consommation. Ainsi est la fiscalité gouvernementale, celle qui veut une voiture mêlant électrique et essence permettant de se soumettre aux quotas d'émissions totalement fous, peu importe si celle-ci, doit pour cela, cumuler les contradictions...

Faisons ici le point sur la situation de chaque modèles de la gamme Citroën dans leur segment respectif.

Ventes Citroën Europe 2019

En 2019, le marché automobile a crû de 1.2% pour atteindre les 15 340 188 unités grâce à un excellent mois de Décembre où les ventes ont bondi de près de 22%. Dans ce contexte, les ventes de Citroën ont été en hausse de 6.20% où, grâce à 627 540 unités, la marque obtient une part de marché de 4.01%.

#1. Citadines :

La Citroën C1 reste dans le Top10 mais très loin des leaders, à l'image de la Peugeot 108. Avec une baisse limitée de 2%, la C1 affiche le pire score de ventes depuis le lancement de la toute première génération. Le segment des citadines est en baisse de 2% à 1 211 399 unités pour une part de marché de 7.7% du total européen. La Citroën C1 représente 7.95% des ventes de Citroën.

Bilan 2019 – Europe – Citadines

Position	Marque	Modèles	Ventes	%
1	Fiat	Panda	184027	9 %
2	Fiat	500	175017	-7 %
3	Toyota	Aygo	99510	8 %
4	Renault	Twingo	87383	1 %
5	Volkswagen	Up !	80048	-18 %
6	Hyundai	i10	78791	-5 %
7	Smart	Fortwo	77766	25 %
8	Kia	Picanto	74305	0 %
9	Peugeot	108	54230	-4 %
10	**Citroën**	**C1**	**49900**	**-2 %**

#2. Polyvalentes :

Le segment des berlines polyvalentes, marqué par le renouvellement de deux de ses stars, est en baisse de 6% sur l'ensemble de l'année où 2 985 782 unités se sont vendues pour une part de marché total de 19.1%. La C3 avec une hausse de 1% se classe en 7ème position et connaît une hausse de ses ventes pour la troisième année consécutive. La Citroën C3 représente 33.66% des ventes totales de Citroën.

Bilan 2019 – Europe – Berlines Polyvalentes

Position	Marque	Modèles	Ventes	%
1	Renault	Clio	287257	-1 %
2	Volkswagen	Polo	256018	-15 %
3	Ford	Fiesta	227549	-15 %
4	Dacia	Sandero	223849	4 %
5	Peugeot	208	222535	-3 %
6	Opel	Corsa	220846	0 %
7	**Citroën**	**C3**	**211217**	**1 %**
8	Toyota	Yaris	210503	-3 %
9	Skoda	Fabia	101819	-6 %
10	Seat	Ibiza	96273	-9 %

#3. Berlines compactes :

Avec 2 652 504 unités en 2019, le segment des berlines compactes est en baisse de 5% mais représente 16.9% des ventes européennes. Malgré un statut spécifique, le C4 Cactus, en forte baisse, parvient à rester dans le Top 10 et représente 8.34% des ventes de Citroën.

Bilan 2019 – Europe – Berlines compactes

Position	Marque	Modèles	Ventes	%
1	Volkswagen	Golf	315037	-8 %
2	Ford	Focus	127454	5 %
3	Peugeot	308	87156	-12 %
4	Renault	Mégane	70949	-11 %
5	Seat	Leon	69116	-16 %
6	Opel	Astra	67936	16 %
7	Skoda	Octavia	57528	4 %
8	Toyota	Corolla	57018	Nouv.
9	**Citroën**	**C4 Cactus**	**52323**	**-11 %**
10	Kia	Ceed	51175	14 %

Ventes Citroën Europe 2019

#4. SUV Urbains :

Comme depuis longtemps, les segments des SUV sont les seuls segments en croissance. Celui des SUV urbains n'échappe pas à la règle et, avec une hausse de 16% et 2 401 326 unités, pèse quasiment autant que les berlines compactes, jadis le segment le plus important en Europe. Les SUV urbains pèsent pour 15.3% du total européen. Le C3 Aircross est stable pour sa deuxième année pleine avec plus de 112 000 ventes, il représente 17.88% des ventes de Citroën. A noter que le C3 Aircross fait 46.67% de ventes supplémentaires par rapport à la meilleure année du C3 Picasso (2010 et 76 501 unités)

Bilan 2019 – Europe – SUV Urbains

Position	Marque	Modèles	Ventes	%
1	Renault	Captur	224127	5 %
2	Dacia	Duster	221428	24 %
3	Volkswagen	T-Roc	207863	46 %
4	Peugeot	2008	167417	-7 %
5	Ford	Ecosport	122463	9 %
6	Opel	Crossland X	117460	21 %
7	**Citroën**	**C3 Aircross**	**112220**	**Stable**
8	Seat	Arona	110343	20 %
9	Hyundai	Kona	107857	60 %
10	Volkswagen	T-Cross	100506	Nouv.

#5. SUV Compacts :

Segment important pour l'Europe où il représente 15% des ventes et une croissance de 11% en 2019, le segment des SUV compacts était essentiel pour la croissance de Citroën car la marque y était totalement absente. Cette absence est comblée depuis le lancement en Janvier 2019 du C5 Aircross, le haut de gamme de Citroën qui démarre très correctement puisqu'il s'est vendu à plus de 80 000 unités. 2019 n'est pas une année pleine pour le C5 Aircross puisque son lancement a débuté en France en Janvier avant de s'étaler dans les autres pays après, 2020 sera donc sa première vraie année pleine. A titre d'information, en Février 2020, le C5 Aircross faisait un meilleur score que le Kia Sportage, 8ème meilleure vente du segment en 2019. Le C5 Aircross est la troisième meilleure vente de Citroën et représente 12.85% des ventes totales de la marque.

Bilan 2019 – Europe – SUV Compacts

Position	Marque	Modèles	Ventes	%
1	Volkswagne	Tiguan	224890	1 %
2	Nissan	Qashqai	218560	-6 %
3	Peugeot	3008	195211	-5 %
4	Ford	Kuga	162106	5 %
5	Hyundai	Tucson	139879	0 %
6	Toyota	CH R	121640	9 %
7	Renault	Kadjar	110746	9 %
8	Kia	Sportage	110330	9 %
9	Skoda	Karoq	105749	29 %
10	Toyota	RAV4	93080	35 %
11	Opel	GrandlandX	92125	22

#6. Monospaces compacts :

Avec une baisse de 16% pour 489 270 unités vendues et 3.1% du marché européen, le segment des monospaces compacts perd de plus en plus de terrain. Le C4 Spacetourer pâtit du C5 Aircross puisque ses ventes sont en baisse de 34% mais fait de meilleurs scores qu'attendus par Citroën. Avec près de 50 000 unités, il représente 7.90% des ventes.

Bilan 2019 – Europe – Monospaces compacts

Position	Marque	Modèles	Ventes	%
1	Renault	Scénic	76045	-16 %
2	Volkswagen	Touran	75427	-12 %
3	Mercedes	Classe B	73997	21 %
4	BMW	Série 2 Active	55874	-18 %
5	**Citroën**	**C4 SpaceTourer**	**49599**	**-34 %**
6	Volkswagen	Sportsvan	42113	-21 %
7	BMW	i3	31604	30 %
8	Ford	C Max	30218	44 %
9	Dacia	Lodgy	28994	1 %
10	Toyota	Prius +	13356	37 %

Citroën Xm

1989-2000

La Citroën CX a 10 ans quand Citroën décide de commencer les études de sa remplaçante. Ainsi, en 1984, le projet Y30 démarre pour ce qui donnera naissance à une nouvelle voiture voulue plus haut de gamme par Citroën où la marque fera preuve de toute son innovation.

Le cahier des charges indique une berline bi-corps à traction avant, à moteur transversal et suspension hydraulique qui devra innover encore pour offrir un amortissement variable. Elle sera destinée à la vente en France mais aussi à l'exportation, y compris USA. Le break est prévu ainsi qu'une transmission 4X4. Elle devra obtenir un niveau de qualité et de fiabilité équivalent aux modèles allemands. Enfin, elle devra offrir des côtes d'habitabilité supérieure à celles de la CX, une assise plus haute que celle-ci, correspondant plus à une position haut de gamme. Le tableau de bord devra lui aussi offrir des prestations dignes du segment supérieur avec, notamment, un centrage siège/pédalier qui devra être excellent.
Après 55 mois d'études et 7.5 milliards de francs investis, la Citroën Xm voit le jour en mai 1989 avec deux moteurs essence (130 ch et V6 de 170 ch) qui seront complétées, en 1990, par un moteur essence de 115ch et un diesel de 110 ch. Ses lignes tendues, son profil en forme de flèche surprennent de même que le décroché sur la custode arrière.

La Xm détonne dans le paysage automobile par son aspect très moderne et radicalement différent de la concurrence.

Élue voiture de l'année en 1990, la Citroën Xm démarre sa carrière commercial de fort belle manière avec près de 20 000 unités dès sa première année suivie par plus de 40 000 unités, en France, en 1990. Fabriquée dans l'usine de Rennes où PSA avait investi trois milliards de Francs, elle connaîtra une cadence de production de 550 exemplaires par jour, année record pour la Xm avec plus de 93 000 unités assemblées. Mais, dès 1991, malgré plus de 100 prototypes parcourant, chacun, environ 30 000 kilomètres, de gros soucis de fiabilité, notamment électrique, apparaissent. Si ces problèmes ont rapidement été résolus, la carrière de la Xm sera entachée par une mauvaise réputation bien loin des qualités réelles de la voiture dont Citroën ne parvint jamais à défaire. Citroën s'étant refusé de lancer une vaste campagne de rappel, ce n'est qu'en 1993, année où la marque reconnaît que la Xm est enfin fiabilisée, que Citroën lance l'opération «Xm confiance» mais cela ne permit pas de relancer une production qui avait chuté de moitié en 1992 avec 43 000 unités produites puis 20 000 à peine en 1993.

Restylage

Pour corriger le tir et relancer la Xm qui souffre de la concurrence interne avec la Xantia, Citroën décide, en 1994, de restyler la Xm avec des changements extérieurs minimes (nouvelle calandre, becquet arrière plus fin) mais une révolution à l'intérieur avec une toute nouvelle planche de bord bien plus qualitative et des équipements plus généreux encore. Grâce également à l'introduction de nouveaux moteurs, de nouvelles finitions mais aussi de plusieurs séries spéciales, la carrière de la Xm se poursuit de manière honorable. Par rapport à sa cousine, la Peugeot 605, la Xm ne fait pas grise mine, surtout en Allemagne, où elle se vendra mieux qu'en France !

Elle devient «moderne» à partir de 1997, avec comme équipement des airbags frontaux et surtout latéraux mais aussi les vitres électriques, la direction assistée, l'ABS et la climatisation, le tout en série sur la finition Exclusive. Bien évidemment, tout cela se traduit par des prix supérieurs à ceux de sa concurrente directe : la Renault Safrane. A partir de 1998 toutefois, le vaisseau amiral de Citroën entame sa fin de carrière, égayée par ailleurs par une série (très) limitée très spéciale : la XM Multimédia (dont je vous propose de relire l'essai page suivante).

En Avril 2000, après 12 ans de carrière, la production s'arrête, où elle était produite à seulement 25 exemplaires par jour, dans l'usine de Rennes. Alors que Citroën envisageait 800 000 unités sur l'ensemble de sa carrière, ce n'est que 333 405 Xm qui ont trouvés preneurs, permettant à la marque de faire mieux que Peugeot avec la 605 vendue à 220 000 unités. Ce fut donc une carrière en demi-teinte pour la Xm et Citroën ne lui donnera pas de successeur direct avant plusieurs années et la commercialisation de la C6.

Voici les chiffres de production de la Citroën Xm

1989 : 46282
1990 : 96196
1991 : 49119
1992 : 43487
1993 : 20977
1994 : 20591
1995 : 17800
1996 : 12488
1997 : 9584
1998 : 7534
1999 : 6992
2000 : sortira au rythme de 25 exemplaires/jour jusqu'en avril

Xm Multimédia

Lors du Rassemblement du Siècle, j'ai pu effectuer un tour du très secret circuit d'essai de Citroën dans une Citroën Xm rouge, très surprenante.
Au milieu des SM, Gs, 2Cv Traction, quelques Xm composent le convoi qui va emmener des journalistes et blogueurs faire le tour du centre d'essai de la Ferté Vidame. Au milieu de ces XM, une rouge attire immédiatement mon regard. Sa belle couleur met particulièrement bien en valeur cette voiture que j'ai toujours aimé, en m'approchant, quelle surprise de voir un petit écusson sur la porte conducteur : multimédia. C'est donc elle, la fameuse XM extrêmement rare qui est là, devant moi, toute de rouge vêtue, fière et statutaire. En parlant avec son propriétaire, j'ai appris énormément de choses sur cette voiture étrange à plus d'un titre mais également envoûtante.

Une Citroën Xm unique

L'origine de cette Xm Multimédia vient du projet de recherche Prometheus (1987-1994) qui réunissait plusieurs constructeurs européens autour de deux objectifs. Améliorer la sécurité et la fluidité du trafic en s 'appuyant sur les technologies de l'information.
C'est fin 1997 que l'histoire de la Xm Multimédia commence. Fort du bon accueil reçu par la Citroën Xsara Intel, Citroën eut l'idée de mettre à disposition des VIP, des véhicules dans la perspective de la coupe du monde 98. Autour d'un partenariat avec plusieurs entreprises, le projet de la Xm multimédia prend vie avec l'objectif de proposer dans un véhicule des technologies les plus modernes à savoir :

- Un système multimédia composé d'un écran tactile (!) de 7 pouces
- un PC embarqué avec accès internet par GSM Data
- une interface TV
- un clavier infra rouge
- un fax connecté au GSM

Xm Multimédia

Un partenariat avec la maison de couture Torrente est mis en place pour le rajeunissement de cette berline déjà âgée. Le choix est fait de la proposer avec une teinte unique qui n'existe pas dans la gamme Citroën : Ce sera le Rouge Lucifer de Peugeot, qui se fera appelé Rouge d'Enfer chez Citroën et qui sera proposé sur la Xsara. Il avait été imaginé de proposer cette Xm avec un toit bi-ton noir mais cela ne fut pas possible industriellement si bien que la Xm Multimédia sera toute de rouge vêtue.

A l'intérieur, le partenariat avec la maison Torrente fonctionne à plein régime. Alors qu'il était proposé en gris sur la berline de série, l'intérieur se pare d'une magnifique couleur havane. De plus, l'intérieur se pare de cuir et d'Alcantara et est accompagné de pièces d'ébénisteries spécifiques cubiques qui viendront habiller la planche de bord de la Xm dans une définition plus étendue que sur le haut de gamme Exclusive de l'époque.

52 exemplaires seulement, pas un de plus

C'est dans l'usine de Rennes que cette opération de communication prend vie à travers l'assemblage des Xm Multimédia. 52 exemplaires seulement seront assemblés non sans difficulté pour réussir l'intégration des éléments informatiques pour lesquels aucun branchement n'avaient été prévues. Les Xm furent prélevées sur la chaîne puis démontées pour pouvoir passer le câblage spécifique. Le projet a connu tellement de péripéties que Citroën n'a pas pu disposer des Xm pour la Coupe du Monde 98 tel qu'imaginé au départ. Malgré cela, quelques voitures furent quand même prêtées à des VIP et la voiture fut exposée au salon de Paris puis au salon de Genève avant de faire le tour des concessions, salons et foires pendant un an. Après 10 mois de roulage, toutes les Xm multimédia sont rapatriées à l'usine PSA de Rennes où Citroën procédera au démontage des éléments multimédia pour éviter tout problème de garantie lorsque les Xm seront revendues dans le réseau. Car ces Xm ultra spéciales ont ensuite été vendues, pour la plupart par la concession Félix Faure de Paris.

Équipées du nouveau moteur V6 3,0 24 soupapes de 194 chevaux associé à la nouvelle boîte auto 4 vitesses, les Xm multimédia étaient ce qui se faisaient de mieux chez Citroën à l'époque d'autant plus que sa ronce de noyer plus présente, sa couleur et sa sellerie spécifique les rendent particulières et encore plus désirables.

Retour sur le site de La ferté vidame

L'histoire Citroën est composée de modèles mythiques, de concepts géniaux, de moments fous mais aussi de lieux incroyables à l'image du site, unique en France, de la Ferté Vidame, lieu où Citroën met au point ses voitures depuis l'achat du site le 18 Novembre 1938.

Le site de la Ferté Vidame est immense avec une superficie de 900 hectares. Il appartenait à la famille Vieljeux quand Michelin, propriétaire de Citroën à l'époque, décide d'investir les lieux pour en faire le site d'essai de Citroën. C'est surtout le mur d'enceinte, de 2m15 de haut et onze kilomètres de distance qui intéresse la marque, idéal pour garder secret ce qui s'y passe derrière. Le site de La Ferté Vidame a une particularité unique en France : C'est la propriété close de murs non traversée par une route publique la plus grande de France ! Composé d'un château, d'une ferme et d'immenses étendues de forêt, le site accueille des meetings aériens et automobiles au début du XXi^{ème} siècle. Il fut même question de le transformer en complexe dédié aux sports mécaniques en 1923, mais c'est finalement Monthléry qui fut choisi.

Très rapidement après l'acquisition, le site va accueillir ses premiers prototypes qui ne sont autres que les premiers modèles de présérie de la TPV, la célèbre 2CV. A l'époque, le site ne comportait pas encore de circuit à proprement parler et la 2CV fut mise au point sur de longues lignes droites qui traversaient la forêt. Peu à peu, le site de la Ferté va alors se doter de nombreuses pistes, toutes avec leur petit nom : il y a la ligne droite dite de la Simonnerie où fut testée la suspension hydropneumatique pour la Traction 15H, celle (un peu moins pavée) dénommée la ligne de Neuilly et une autre bien moins carrossable, la ligne de Bourgneuf. Ce triangle colonial voyait les essayeurs effectuaient près de 750 kilomètres par jour pour mettre au point les véhicules. Lorsque la guerre éclata, le personnel s'efforcera de cacher tout ce qui peut l'être dont trois prototypes de 2Cv qui seront cachés dans une grande et oubliés, jusqu'en 1997, où Citroën les retrouva. Ils sont exposés, dans leur jus, au Conservatoire de la marque.

La Ferté est un site ultra secret où les employés sont tenus au silence total, les habitants des environs n'hésitent pas à signaler les éventuels rôdeurs et journalistes, toujours à l'affût du moindre scoop. Le site est tellement secret que certains prototypes de l'ère Citroën furent testés dans le plus grand secret après le rachat par Peugeot, sans que ce dernier n'en soit informé...

Petit à petit, le site évolue et, dans les années 60, de nouveaux circuits sont créés tels que le Bel Air ou le Parc. Différents ateliers techniques y sont construit comme un complexe corrosion, où les véhicules passent dans des bains d'eau salée, ou encore une soufflerie pour maximiser l'aérodynamisme des voitures. Dans les années 90, le Groupe PSA, conscient du potentiel gigantesque du site, consent à de lourds investissements afin de le dynamiser. Une piste d'endurance, d'une longueur totale de 6.5 kilomètres est créée en 1996 ainsi que différents circuits qui reproduisent toutes les conditions de routes notamment urbaines qui comprend ralentisseurs, ronds-points ou encore feux tricolores.

Le site est toujours en activité aujourd'hui où, plus que jamais, les prototypes liment les routes. Le Centre de Style y a même créé une annexe afin de faire évoluer, dans le secret le plus total, les maquettes à la lumière naturelle pour y déceler les éventuelles défauts du style des futures voitures. Les pistes servent indifféremment aux différents modèles du Groupe PSA. Si les prototypes y sont testés, les véhicules de série se retrouvent sur le site pour effectuer différents tests pour vérifier leur conformité au cahier des charges initial. Toute la journée, les «rouleurs» se succèdent sur la piste, enchaînant les virages, additionnant les kilomètres, dans un sens, puis dans l'autre, afin que le véhicule ne s'use pas que d'un côté.

Depuis 2015, le site de la Ferté Vidame est propriété de Segula Technologies qui a repris l'activité roulage et test routiers du Groupe PSA. A l'occasion du Rassemblement du Siècle pour le centenaire de Citroën, la marque a ouvert les portes du centre de la Ferté Vidame et j'ai eu la chance de pouvoir y rouler et admirer ce centre unique non sans une certaine émotion. Je vous propose de retrouver, en photos, le tour de ce circuit exceptionnel à l'image de notre marque adorée.

CITROËN

Le Mas Lachamp

Gîtes et chalets en sud Ardèche

Découvrez 7 gîtes et 4 chalets de caractère pour vous des vacances reposantes, en plein coeur des Cévennes d'Ardèche où paysages magnifiques, villages historiques et balades magiques vous attendent. Le Mas Lachamp c'est la certitude de passer des vacances fabuleuses. A partir de 440€ la semaine en haute saison.

Gîtes du Mas Lachamp en Ardèche - Internet : http://www.gites-ardeche-maslachamp.com/ - Tel : + 33 (0)4 75 36 68 58