



Spécial 20 ans Citroën C4



Retour sur les trois générations, les essais de la C4 2025
EXCLU : découvrez des images inédites du restylage 2025

Le Mas Lachamp



Aux portes des Vans, en sud Ardèche, découvrez le Mas Lachamp : 7 gîtes et 4 chalets nichés dans un écrin de verdure, ouverts toute l'année pour vous offrir un séjour paisible au cœur d'une nature préservée.

<https://www.ardeche-gites-maslachamp.com/>

ÉDITO

C'est avec une immense joie que je vous présente ce troisième numéro d'Être Citroëniste. Un troisième rendez-vous qui, je l'espère, saura vous séduire et témoigner de la passion qui nous anime.

Pour cette édition estivale, j'ai décidé de mettre à l'honneur une icône qui fête cette année ses 20 ans : la Citroën C4. Vingt années d'audace, de confort et de design à travers trois générations que je vous propose de redécouvrir dans un dossier complet. Mais un anniversaire ne serait rien sans un cadeau exceptionnel. Et quel cadeau ! J'ai le privilège immense de partager avec vous un véritable trésor : les images exclusives du making-of du restylage de la C4 de 2025. Ces photos, vous ne les verrez nulle part ailleurs. Elles vous ouvrent les portes des studios de design Citroën. C'est une exclusivité absolue, réservée rien que pour vous.

L'exclusivité est le maître-mot de ce numéro, vous retrouverez également un reportage exceptionnel sur la Croisière Verte avec les plus belles photos menée par Éric Vigouroux et son

équipe pour rendre hommage aux 100 ans de la Croisière Noire.

Je tiens à le souligner : chaque article, chaque essai, chaque page de ce magazine a été créé spécifiquement pour vous. Vous ne retrouverez ces contenus nulle part sur le site Passionnéement Citroën. Même les essais routiers ont été entièrement réécrits pour vous apporter une perspective nouvelle et approfondie. Ce magazine, complet et entièrement gratuit, n'existerait pas sans le soutien précieux des partenaires, je tiens à les saluer et à les remercier chaleureusement pour leur confiance.

Il ne me reste plus qu'à vous souhaiter une excellente lecture. J'espère que vous prendrez autant de plaisir à dévorer ce numéro que j'en ai eu à le concevoir pour vous.

Passez de très belles et reposantes vacances d'été.

Jérémy



Depuis un siècle, Citroën ne se contente pas de construire des voitures, elle façonne une expérience unique. Une expérience centrée sur le confort, l'audace et l'innovation, des valeurs qui ont donné naissance à des modèles iconiques gravés dans l'histoire automobile.

Être Citroëniste, c'est embrasser cet héritage. C'est apprécier une conduite où le bien-être prime sur la vitesse, où chaque trajet devient une parenthèse de sérénité. C'est partager une passion commune pour une marque qui ose, qui innove, qui ne ressemble à aucune autre.

Ce magazine, "Être Citroëniste", est votre nouveau rendez-vous privilégié.

Conçu pour une lecture optimale sur smartphone et tablette, "Être Citroëniste" s'inscrit dans une démarche éco-responsable. Pas de papier, pas d'impression, juste l'essentiel : une passion partagée et une information de qualité, accessible partout, à tout moment.

"Être Citroëniste", c'est bien plus qu'une lecture, c'est une communauté. Rejoignez-nous !



Citroën : le pari audacieux d'une troisième voie	Page 6
Dossier spécial 20 ans Citroën C4	Page 16
• Citroën C4 (2004-2010) : le coup d'éclat du renouveau	Page 17
• Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement	Page 36
• Citroën C4 depuis 2020) : retour à l'audace	Page 48
• Citroën C4 (2025) : les essais des versions hybride et électrique	Page 60
• Citroën C4 (2025) : Le making-of exclusif du restylage	Page 76
• Citroën C4 X : la berline qui défie les conventions du marché	Page 87
Citroën, 2005-2025 : l'éternel renouveau	Page 98
Retour sur la Croisière verte	Page 115



Citroën : le pari audacieux de la troisième voie, entre Dacia et les marques généralistes

Citroën : le pari audacieux de la troisième voie

Le monde de l'automobile aime les certitudes et les positionnements clairs. Il y a les marques premium, les généralistes, et depuis une vingtaine d'années, le phénomène low-cost incarné avec un succès insolent par Dacia. Chaque constructeur semble devoir choisir son camp, sa case, pour exister aux yeux du public. Et puis, il y a Citroën. Notre marque de cœur, celle qui, depuis plus d'un siècle, s'est toujours plu à déjouer les pronostics et à tracer sa propre route. Ces dernières années, pourtant, le chemin semblait s'être quelque peu brouillé. Entre une identité stylistique forte mais parfois clivante et une gamme cherchant sa cohérence, beaucoup s'interrogeaient. Où va Citroën ? La réponse, fracassante, a commencé à se dessiner avec la présentation de la quatrième génération de la C3 et de sa déclinaison 100% électrique, la ë-C3. Un coup de tonnerre sur le marché, avec une promesse de mobilité électrique enfin accessible au plus grand nombre.



Citroën : le pari audacieux de la troisième voie

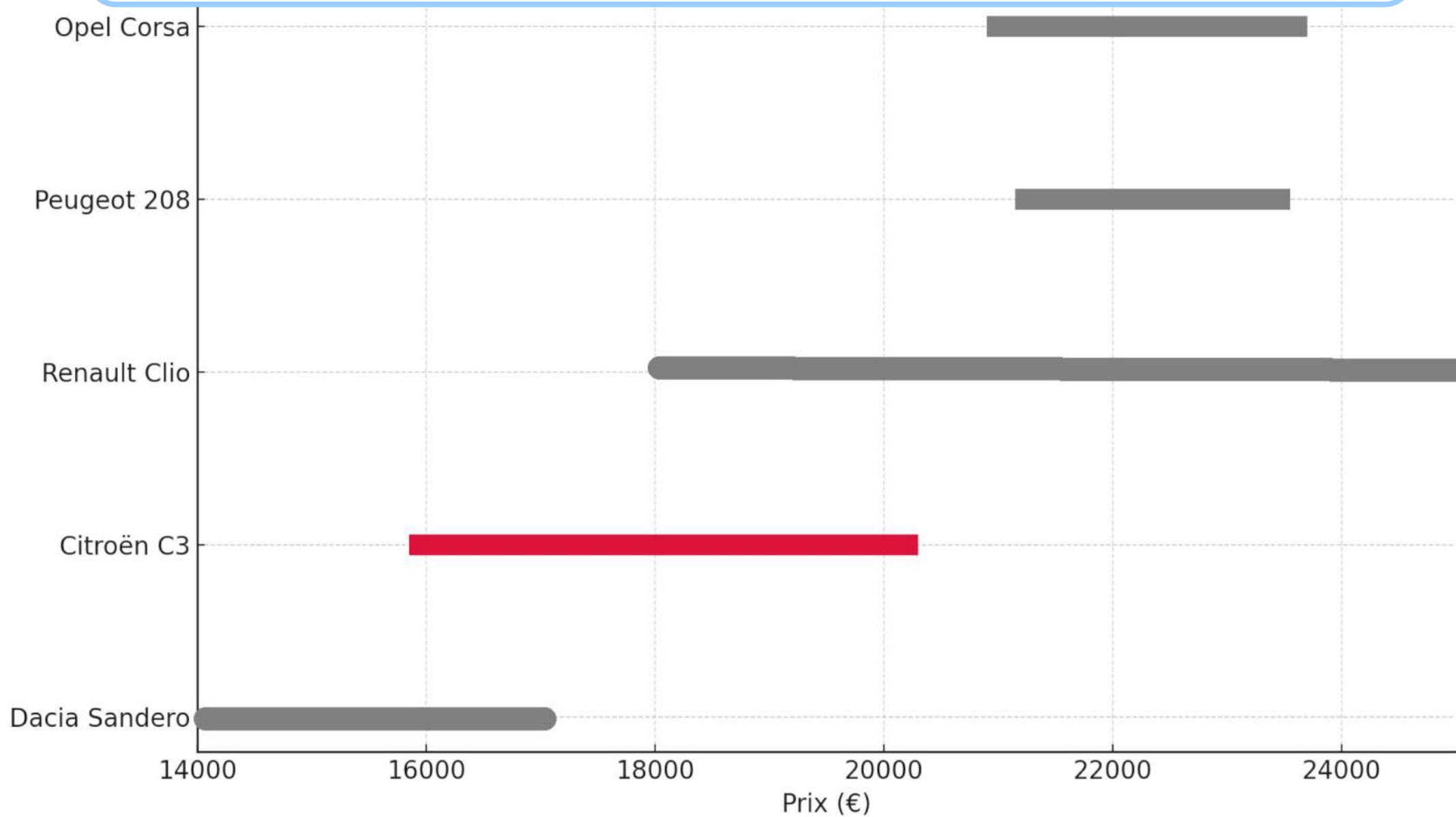
Dans la foulée, les déclarations de l'ex-dirigeant de la marque, Thierry Koskas, affirmant ne plus avoir « honte d'être en face de Dacia sur certains segments », ont achevé de semer le trouble. Citroën, la marque du confort souverain, des innovations de rupture et d'un certain art de vivre à la française, allait-elle renier son héritage pour se lancer dans une guerre des prix frontale avec le champion roumain de la voiture essentielle ? La simplification à l'extrême serait une erreur d'analyse. Car en y regardant de plus près, en décortiquant la nouvelle grille tarifaire de l'ensemble de la gamme en ce mois de juillet 2025, un tout autre tableau se dessine. Une stratégie bien plus fine, plus ambitieuse et, osons le mot, plus intelligente qu'il n'y paraît. Non, Citroën ne devient pas Dacia. La marque aux chevrons est en train de se tailler un territoire à part, un espace vacant entre le pragmatisme assumé de Dacia et la course à l'équipement, et donc aux prix, des constructeurs généralistes. Une voie médiane, un chemin de crête audacieux qui pourrait bien être la réponse la plus pertinente aux nouvelles attentes des automobilistes.

Le grand écart tarifaire : une stratégie à double détente

Pour comprendre la nouvelle stratégie de Citroën, il faut d'abord se pencher sur les chiffres, car ils sont d'une éloquence rare. L'offensive se joue en deux temps, avec une agressivité maximale sur les segments populaires, ceux des citadines polyvalentes et des SUV urbains, là où le prix est le premier critère d'achat.

La nouvelle C3 est l'incarnation parfaite de ce premier volet de la fusée. Proposée à partir de 15 850 € avec son moteur essence de 100 chevaux, elle ne se contente pas de faire de l'ombre à ses rivales traditionnelles ; elle les pulvérise. Une Peugeot 208 ou une Opel Corsa, ses cousines du groupe Stellantis, réclament à motorisation équivalente environ 21 000 €, soit un gouffre de plus de 5 000 €. L'écart est tel qu'il change radicalement la perception. La C3 vient ainsi chasser sur les terres de la Dacia Sandero, affichée à 14 150 € avec 90 chevaux. Pour un surcoût d'environ 1 700 €, Citroën offre une plateforme plus moderne, un design plus affirmé, un confort

Comparaison des tarifs de la Citroën C3 comparé à ses concurrentes en motorisation essence



Citroën : le pari audacieux de la troisième voie

que l'on sait déjà supérieur et des prestations globales d'un tout autre calibre. L'électrochoc est encore plus violent sur la version électrique : la ë-C3, avec sa batterie de 44 kWh et son prix d'appel à 23 300 € (hors aides), relègue la concurrence à des années-lumière. Une Peugeot e-208 s'affiche à 28 100 € et une Opel Corsa Electric à 28 960 €, pour des prestations très similaires. Citroën ne se contente pas de rendre l'électrique abordable, la marque la démocratise avec une force de frappe inédite.

Ce K.O. technique se répète sur le segment ultra-concurrentiel des SUV urbains avec le tout nouveau C3 Aircross. Ici, le coup de maître est peut-être encore plus spectaculaire. Citroën positionne son SUV familial, dans sa version 5 places et avec le moteur essence de 100 chevaux, à 19 700 €. Un tarif qui le place... un euro seulement au-dessus de l'icône du segment, le Dacia Duster (19 690 €). C'est une déclaration de guerre en bonne et due forme. Face à un Peugeot 2008, l'écart devient abyssal : le SUV du lion, avec le même bloc moteur, s'échange

contre 28 050 €. 8 350 € de différence ! C'est le prix d'une petite voiture d'occasion. L'offensive est tout aussi marquée sur les motorisations hybrides où le C3 Aircross, avec ses 145 chevaux, s'affiche à 26 350 €, soit près de 5 600 € de moins que le 2008 Hybride équivalent. En rendant le SUV familial et polyvalent si accessible, Citroën adresse un message clair aux familles dont le budget est de plus en plus contraint. Cependant, réduire Citroën à cette seule offensive frontale sur l'entrée de gamme serait une erreur. Sur les segments supérieurs, la stratégie se fait plus subtile. L'agressivité brute laisse place à un positionnement de "valeur sûre". Prenons le cas de la C4 et de son grand frère, le C5 Aircross. Ici, l'écart avec les généralistes se resserre, mais il reste systématiquement à l'avantage de Citroën. Une C4 en version 130 chevaux essence est proposée à 29 150 €. C'est environ 4 250 € de moins qu'une Peugeot 308 et 3 500 € de moins qu'une Opel Astra à puissance égale. L'équation est similaire en hybride et en électrique, où la ë-C4 reste l'une des propositions les plus compétitives de sa catégorie. Pour le C5 Aircross, qui incarne le

Citroën : le pari audacieux de la troisième voie

vaisseau amiral du confort de la marque, la logique est identique. Face à des concurrents comme le nouveau Peugeot 3008 ou le Renault Austral, dont les tarifs s'envolent rapidement au-delà des 40 000 €, le SUV Citroën parvient à maintenir un ticket d'entrée plus doux, sous les 35 000 € en version hybride, tout en capitalisant sur son argument massue : un confort inégalé grâce à ses suspensions à butées hydrauliques progressives et ses sièges Advanced Comfort. L'analyse de cette structure de prix à deux vitesses est sans appel : sur les véhicules de conquête (C3, C3 Aircross), Citroën se bat à armes quasi-égales avec Dacia, mais avec une proposition de valeur supérieure. Sur les véhicules d'image et de fidélisation (C4, C5 Aircross), la marque se positionne comme l'alternative la plus intelligente face à des généralistes dont les prix ont connu une inflation galopante, en offrant l'essentiel et le meilleur de son savoir-faire, sans fioritures inutiles.

Le "Smart Choice" : réinventer la voiture populaire

Ce positionnement tarifaire n'est pas le fruit du hasard ou d'une simple réaction de marché. Il est le bras armé d'une stratégie de fond, mûrement réfléchie, que l'on pourrait qualifier de "Smart Choice" : le choix malin. Pour la comprendre, il faut prendre un peu de hauteur et observer la profonde mutation du marché automobile. Depuis plusieurs années, nous assistons à une inflation galopante du prix des voitures neuves. Une étude récente menée sur le marché allemand, dont les dynamiques sont souvent précurseurs pour le reste de l'Europe, a mis en lumière une hausse vertigineuse de 37% du prix moyen des voitures compactes en seulement cinq ans. La France n'est pas en reste, avec des augmentations de plus de 25% observées sur la même période.

Les raisons sont multiples et bien connues : le durcissement des normes antipollution (Euro 6d, futur Euro 7), l'intégration obligatoire de nouvelles technologies de sécurité (ADAS), la course à l'armement technologique dans les habitacles (écrans toujours plus grands, connectivité omniprésente) et, bien sûr, le



Accessible dès 19 700€ dans sa version essence 1.2 Turbo, le Citroën C3 Aircross est un exemple concret de la stratégie prix de Citroën. Il se positionne en frontal avec le Dacia Duster sur les finitions d'entrée de gamme mais monte plus haut que son concurrent roumain sur les finitions haut de gamme tout en étant mieux équipé à chaque fois.

Citroën : le pari audacieux de la troisième voie

coût de développement et de production de l'électrification. Les constructeurs généralistes ont fait le choix d'une montée en gamme généralisée, ajoutant toujours plus d'équipements pour justifier des tarifs en constante augmentation, quitte à exclure une partie de plus en plus importante de la population de l'accès au neuf. À l'autre bout du spectre, Dacia a fait le choix inverse : un pragmatisme radical, où chaque euro est compté, quitte à faire des impasses sur les dernières technologies, le raffinement des matériaux ou le confort acoustique.

C'est précisément dans cet immense espace laissé vacant que Citroën entend prospérer. La philosophie du "Smart Choice" consiste à opérer une synthèse audacieuse. Il ne s'agit pas de faire du low-cost, mais de l'essential-cost. La marque opère un tri sélectif et intelligent dans la débauche technologique actuelle. La question qui guide les ingénieurs et designers n'est plus "Que peut-on ajouter ?" mais "Qu'est-ce qui est réellement essentiel au bien-être, à la sécurité et à l'agrément de nos clients ?". La réponse est dans l'ADN de Citroën : un confort

exceptionnel, une habitabilité généreuse, une simplicité d'usage et un design fort et optimiste.

Ce chemin de crête est un exercice d'équilibriste redoutable. Il s'agit d'offrir le "superflu essentiel" sans tomber dans le "superflu coûteux". Prenons l'exemple de l'intérieur de la nouvelle C3. Pas de gigantesque dalle numérique courant sur toute la planche de bord, un équipement coûteux et dont l'ergonomie est souvent discutable. À la place, Citroën innove avec un affichage tête haute malin, projetant les informations essentielles sur un bandeau noir en haut de la planche de bord. C'est moins cher à produire, plus sûr car dans le champ de vision du conducteur, et cela dégage l'espace visuel. Au centre, un écran tactile de 10 pouces, réactif et doté de toutes les fonctionnalités modernes (Apple CarPlay, Android Auto), suffit amplement à l'usage quotidien. Le reste des commandes, notamment la climatisation, conserve des boutons physiques, plébiscités par tous les utilisateurs pour leur simplicité. C'est cela, le "Smart Choice" : une technologie pertinente, qui sert

Citroën : le pari audacieux de la troisième voie

La Citroën C4 se montre moins chère que ses concurrentes directes, mais propose un style unique mêlant berline et SUV, un confort nettement supérieur et une habitabilité bien meilleure notamment à l'arrière. Elle illustre également une autre facette de Citroën : en offrir plus pour moins cher.



l'utilisateur sans faire flamber la facture.

Ce positionnement est d'une pertinence redoutable dans le contexte actuel d'érosion du pouvoir d'achat. Il s'adresse à cette nouvelle génération d'automobilistes, lucides et pragmatiques, qui ne veulent plus s'endetter sur des années pour des fonctions dont ils ne se serviront jamais. Ils cherchent le juste prix, mais ne veulent pas pour autant rouler dans une voiture triste ou datée. Ils veulent une voiture moderne, bien équipée, économique, mais aussi désirable et statutaire. Citroën leur propose de ne pas avoir à choisir entre la raison et la passion, en offrant un design soigné, un confort souverain et des technologies modernes, le tout dans une enveloppe budgétaire maîtrisée. La difficulté de cette stratégie est sa communication. Expliquer que l'on est "entre-deux" est toujours plus complexe que d'affirmer une position radicale. Mais c'est peut-être là que réside le génie de cette approche : s'adresser à l'intelligence du client plutôt qu'à ses seuls réflexes consuméristes.

Conclusion : un pari audacieux face à de nouveaux défis

Le positionnement de Citroën a fait couler beaucoup d'encre et nourri bien des débats ces dernières années. Les déclarations chocs, comme celles de Thierry Koskas, ont parfois plus contribué à brouiller les pistes qu'à les éclaircir, laissant perplexes jusqu'aux plus fidèles passionnés de la marque. Pourtant, aujourd'hui, une analyse profonde et dépassionnée des tarifs pratiqués sur l'ensemble de la gamme est sans appel : non, Citroën ne court pas tête baissée derrière Dacia.

La marque aux chevrons est en train de dessiner son propre territoire, une troisième voie singulière et audacieuse, nichée entre le pragmatisme radical de la marque roumaine et la fuite en avant tarifaire des constructeurs généralistes. C'est une démonstration éclatante qu'il est encore possible, en 2025, de proposer des automobiles accessibles sans sacrifier ce qui fait le sel de la passion automobile : un style affirmé et optimiste, un confort qui fait référence sur le marché, une habitabilité pensée pour les familles et une modernité technologique centrée sur les besoins réels.

Ce positionnement à part, où la concurrence traditionnelle semble moins frontale, pourrait s'avérer être une oasis dans un marché saturé. Mais ce nouvel espace n'est peut-être pas aussi vierge qu'il n'y paraît. En proposant des véhicules désirables, technologiques et à forte valeur perçue pour un prix contenu, Citroën pourrait se retrouver directement face à une nouvelle vague de concurrents : les marques chinoises. Des acteurs comme MG, BYD ou Omoda débarquent en Europe avec des ambitions féroces et une stratégie produit-prix qui présente d'étonnantes similitudes.

Le défi pour Citroën sera donc double. Il faudra d'abord réussir à expliquer et à faire comprendre la subtilité de cette stratégie du "juste choix" au public européen. Il faudra ensuite se préparer à affronter des rivaux aux moyens colossaux, qui ne s'embarrassent pas d'un héritage centenaire. Le pari de cette troisième voie, aussi pertinent soit-il sur le papier, est-il un pari facile, difficile, perdant ou gagnant ? Il est encore trop tôt pour le dire. Seul l'avenir, et surtout la réponse des clients dans les concessions, nous apportera la réponse. Mais une chose est sûre : en choisissant de ne ressembler à personne d'autre, Citroën est, une fois de plus, fidèle à elle-même. Et pour nous, passionnés, c'est déjà une première victoire.



Dossier Citroën C4 : 20 ans de transformation



(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du renouveau

(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du renouveau

Au crépuscule des années 90, alors que l'Europe automobile ne jure que par les berlines compactes, Citroën sent le vent tourner. Après le succès honorable de la ZX, puis de sa descendante, la Xsara, la marque aux chevrons sait qu'elle doit frapper un grand coup pour non seulement conserver ses positions mais surtout pour réaffirmer son identité sur ce segment ultra-concurrentiel, le plus vendu sur le Vieux Continent. La Xsara, bien que pétrie de qualités et couronnée de succès en rallye, souffrait d'un classicisme de bon aloi qui la fondait dans la masse. Pour son héritière, il fallait oser, surprendre, innover. Citroën se devait de renouer avec son ADN, celui qui a donné naissance à des légendes comme la Traction, la DS ou la SM. La marque s'apprêtait à rompre les codes établis, et elle allait le faire de la plus spectaculaire des manières avec une proposition audacieuse, clivante et profondément... Citroën. L'histoire de la première génération de C4 est celle d'un pari risqué, d'une ambition retrouvée et d'une renaissance éclatante.



Genèse d'une ambition : du secret à la révélation

L'histoire de la Citroën C4 de première génération est avant tout celle d'une gestation complexe, d'une réflexion profonde sur l'identité stylistique de la marque menée à la fin des années 1990 sous l'impulsion de Jean-Pierre Ploué, alors fraîchement nommé à la tête du design. Pour remplacer la Xsara, il n'était pas question de proposer une simple évolution. L'heure était à la révolution, une révolution qui devait s'ancrer dans les racines avant-gardistes du constructeur. Cette volonté de rupture va d'abord s'incarner dans un projet si confidentiel qu'il restera secret pendant plus d'une décennie : le concept-car C4 Volcane.

C4 volcane : le concept qui ne devait pas être vu

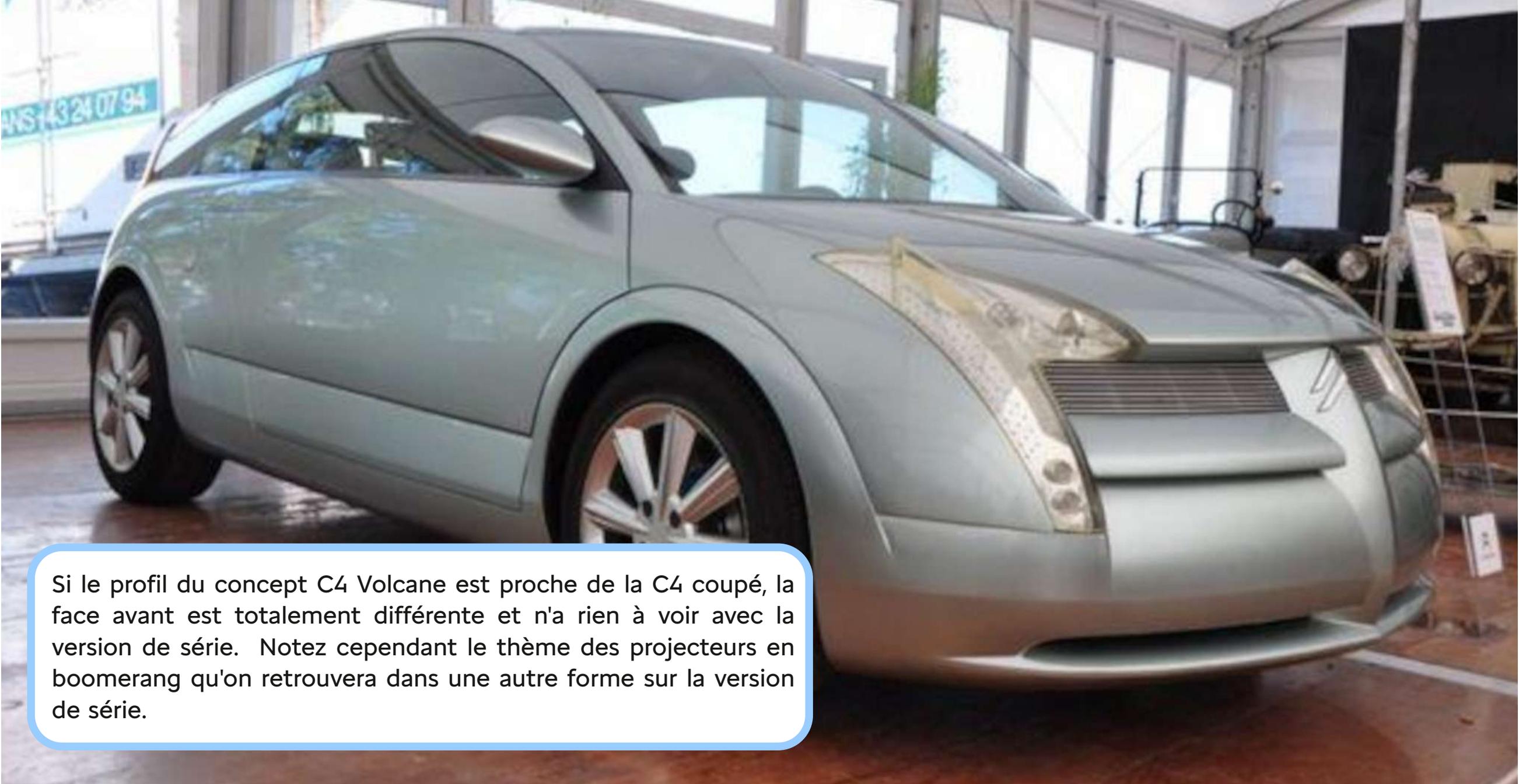
Nous sommes en 1998. En interne, le projet est connu sous le nom de code « CURV ». Il s'inscrit dans une trilogie de concepts destinés à poser les jalons du futur de Citroën, aux côtés de la C3 Lumière, qui annonce avec brio la future citadine polyvalente, et de la C6 Lignage, qui préfigure le retour tant attendu de la marque au sommet de la gamme. La

C4 Volcane, développée entre 1998 et 1999, est la pièce maîtresse de ce puzzle stylistique, celle qui doit réinventer la berline compacte. Le cahier des charges est simple : oser. Les designers se lâchent et explorent des voies totalement nouvelles. La maquette est une étude de style radicale pour une future version coupé. Elle présente une silhouette musclée, presque sculpturale, avec des passages de roues marqués et des flancs creusés qui évoquent la puissance et le dynamisme. Mais l'élément le plus marquant, le plus « citroëniste », est sans doute cette proposition audacieuse de lunette arrière inversée, un clin d'œil direct à l'Ami 6 et un parti-pris stylistique d'une rare audace.

Pourtant, contrairement à la C3 Lumière et à la C6 Lignage qui seront acclamées sous les projecteurs des salons internationaux, la C4 Volcane ne connaîtra jamais cet honneur. Pourquoi un tel secret ? La raison est stratégique. Le concept était jugé si proche de la vision finale de la future C4 de série, et en même temps si extrême dans certaines de ses propositions, que la direction de Citroën a pris une décision radicale. Plutôt que de le présenter comme un simple show-car,

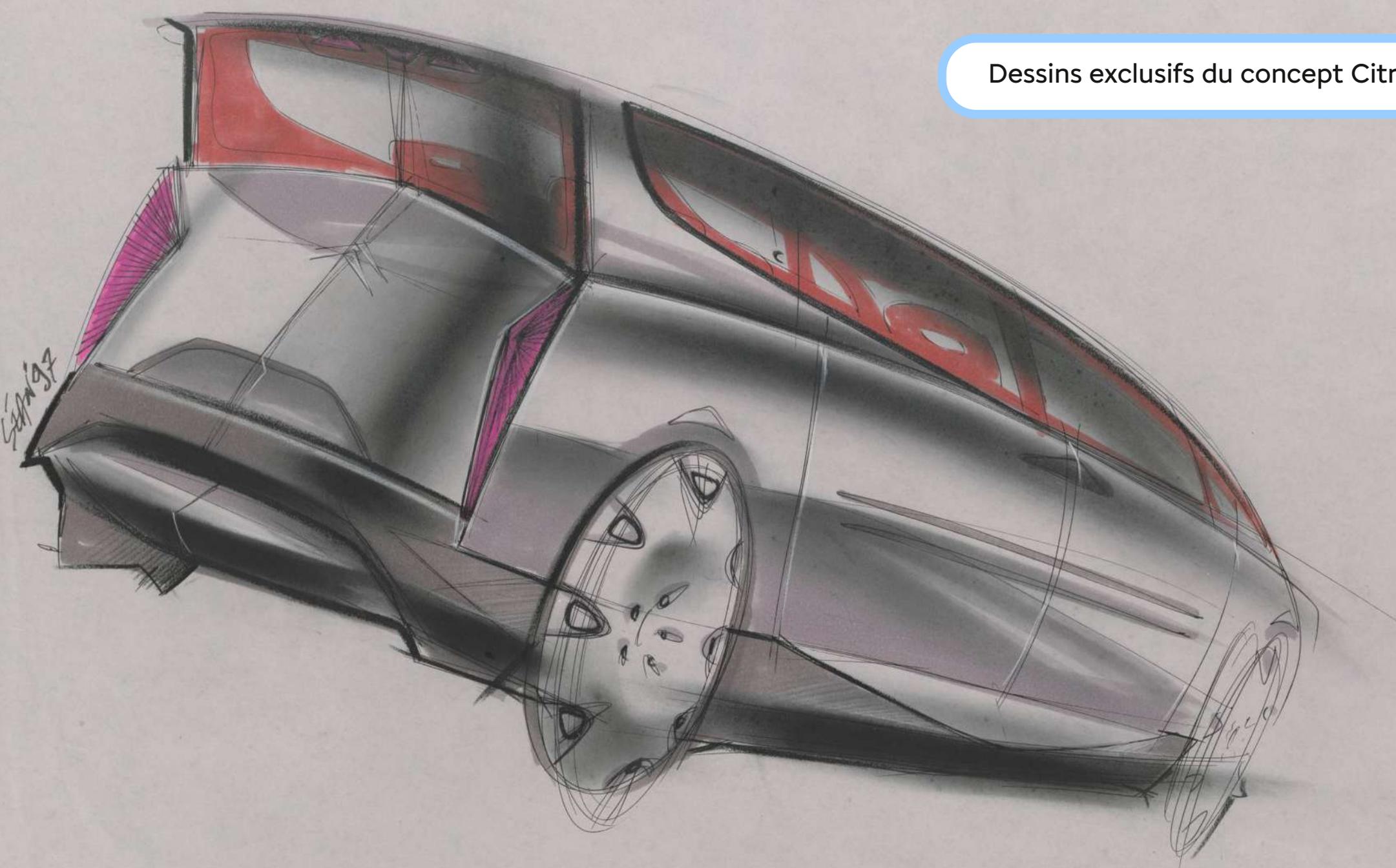


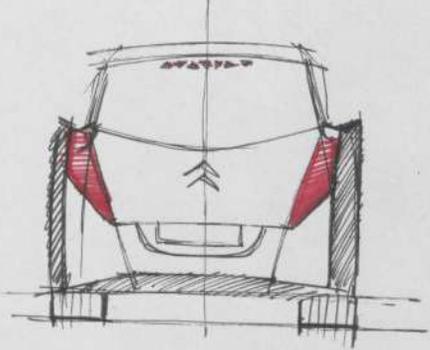
Initialement, le concept C4 Volcane devait être présenté en 1998, on remarque tout de suite le lien de parenté avec la C4 coupé notamment par sa vitre de custode et son hayon très vertical.



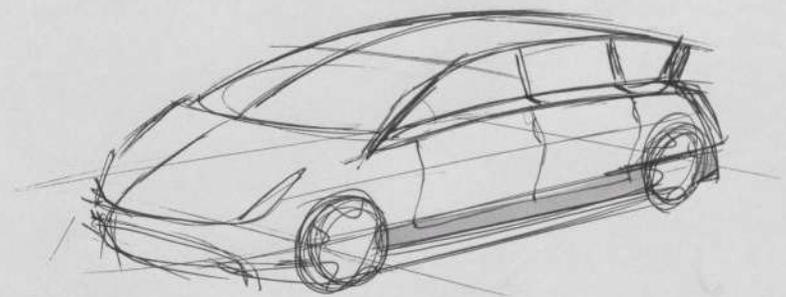
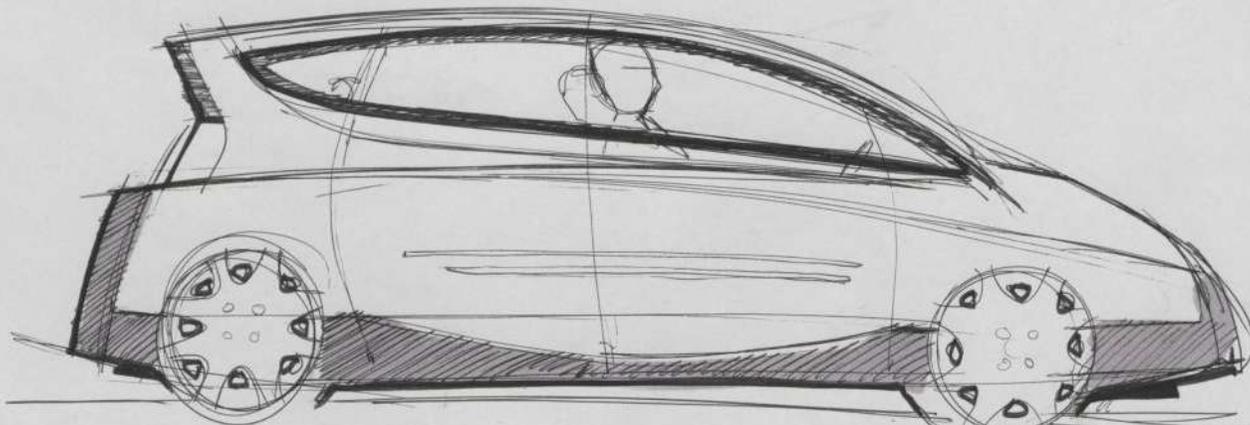
Si le profil du concept C4 Volcane est proche de la C4 coupé, la face avant est totalement différente et n'a rien à voir avec la version de série. Notez cependant le thème des projecteurs en boomerang qu'on retrouvera dans une autre forme sur la version de série.

Dessins exclusifs du concept Citroën C4 Volcane





Dessins exclusifs du concept Citroën C4 Volcane



(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du nouveau

avec le risque de créer une attente démesurée ou de dévoiler trop tôt ses intentions à la concurrence, le projet « CURV » fut directement transféré aux équipes d'avant-projet. Il ne s'agissait plus d'un rêve de salon, mais d'une base de travail concrète. La C4 Volcane, sacrifiée sur l'autel de la confidentialité industrielle, devenait ainsi le fantôme bienveillant qui allait guider, dans l'ombre, la naissance de la C4 de 2004. Elle ne sera révélée au public qu'en 2009, lors de l'événement Euro Citro, laissant les passionnés découvrir avec stupeur ce chaînon manquant essentiel dans l'histoire du design de la marque.

Projet B5 : l'industrialisation d'une vision

Pendant que le concept Volcane infusait les esprits au centre de style, le projet industriel de la remplaçante de la Xsara, connu en interne sous le nom de code B5, battait son plein. L'objectif était clair : conserver l'audace stylistique explorée par les concepts tout en répondant aux contraintes industrielles et commerciales d'un véhicule de grande série. Le défi était de taille : comment traduire cette exubérance créative en un

produit fiable, abordable et capable de séduire une clientèle européenne large et exigeante ? Le développement s'est étalé sur plusieurs années, affinant les lignes, testant les innovations et validant les choix techniques. La date de la révélation fut finalement fixée pour le Mondial de l'Automobile de Paris, à l'automne 2004. Citroën s'apprêtait à jouer une de ses cartes les plus importantes de la décennie. Le public allait enfin découvrir comment la marque avait transformé le secret incandescent de la Volcane en une double proposition commerciale aussi surprenante qu'intelligente.

Une double personnalité : le style et l'innovation comme signatures

Lorsque la Citroën C4 est enfin dévoilée au grand public lors du Mondial de Paris 2004, l'effet est immédiat. La proposition de Citroën n'est pas singulière, mais plurielle. La marque ne lance pas une, mais bien deux C4, avec des carrosseries si distinctes qu'elles semblent appartenir à deux familles différentes. C'est là que réside le premier coup de génie de Citroën : offrir deux philosophies dans une même voiture, la

Deux propositions radicalement différentes pour les Citroën C4 berline ou coupé mais une audace toujours revendiquée. Avec son arrière abrupte, le C4 coupé détonnait mais il ne faut pas oublier la berline qui dessinait un arc de cercle du pare-brise au hayon.



(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du nouveau

Berline 5 portes et le Coupé 3 portes. Cette dualité, alliée à un habitacle révolutionnaire, va marquer durablement les esprits.

L'extérieur est un manifeste de la nouvelle identité Citroën façonnée par Jean-Pierre Ploué. Les chevrons, étirés, chromés, courent sur toute la calandre pour venir mourir dans les optiques, une signature visuelle forte qui sera déclinée sur tous les futurs modèles. La Berline joue la carte de la fluidité et de l'élégance. Elle arbore une arche de toit continue et douce, très aérodynamique (le Cx est de seulement 0,28), qui n'est pas sans rappeler celle de sa petite sœur, la C3. C'est une voiture statutaire, rassurante, mais qui ne manque pas de caractère avec ses porte-à-faux courts et sa posture bien campée sur ses roues. Le Coupé, lui, est le digne héritier spirituel du concept Volcane. Son traitement est radicalement différent et infiniment plus spectaculaire. La partie avant est partagée avec la berline, mais tout le reste est spécifique. La ligne de toit fuyante plonge vers un arrière abrupt, presque brutal, caractérisé par un décroché net au niveau du hayon. Cet arrière est sans conteste l'élément le plus discuté : il intègre un aileron

qui coupe la lunette en deux parties et des feux verticaux en boomerang qui surplombent l'ensemble. C'est une voiture qui ne laisse personne indifférent, on adore ou on déteste, mais elle assume son statut d'objet de design. Le plus grand tour de force industriel de Citroën est d'avoir réussi à créer deux voitures à l'identité si forte tout en partageant un maximum d'éléments invisibles, à commencer par la structure du toit. Cette ingéniosité a permis de maîtriser les coûts de développement et de production, rendant cette double offre commercialement viable.

Si l'extérieur surprend, l'intérieur est une véritable révolution. En s'installant à bord de la C4, on pénètre dans un autre monde. Le regard est immédiatement attiré par l'innovation la plus emblématique de la voiture : le volant à moyeu fixe. Quelle idée folle et géniale ! Alors que depuis des décennies, le centre du volant tourne avec la jante, Citroën décide de le laisser immobile. L'avantage est double : d'une part, l'airbag conducteur se déploie toujours dans la même position optimale, quelle que soit l'orientation des roues, améliorant la



Un intérieur étonnant pour la première génération de Citroën C4 qui multiplie les innovations. On retrouve ainsi le compteur d'instrumentation au centre et sur une lame translucide, un parfumeur d'ambiance et le fameux volant à moyeux fixe dont vous découvrirez l'histoire sur Passionnément Citroën pendant les articles du mois d'août.





Malgré deux carrosseries totalement différentes entre les versions berline et coupé, la Citroën C4 gardait le même toit entre les deux versions ce qui a permis de réduire les coûts et donc de pouvoir proposer ces deux carrosseries radicalement différentes.

Petite anecdote supplémentaire : la C4 coupé a été la première à avoir été dessinée, ce en raison du concept C4 Volcane qui portait les gènes de cette première génération de C4.



(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du nouveau

sécurité. D'autre part, ce moyeu fixe devient un véritable centre de commandes ergonomique. Il regroupe les boutons du régulateur et du limiteur de vitesse, les commandes de la radio, du téléphone et de l'ordinateur de bord. Le conducteur a tout sous les doigts, sans jamais quitter la route des yeux. C'est une réinterprétation moderne et technologique de l'ergonomie si chère à la marque, dans la lignée des satellites de commandes de la CX. Le reste de l'habitacle est à l'avenant. Le combiné d'instrumentation traditionnel, derrière le volant, disparaît au profit d'un afficheur numérique central et translucide, placé au sommet de la planche de bord. Les informations essentielles (vitesse, régime moteur) sont affichées sur une lame de cristal liquide qui semble flotter, changeant de couleur en fonction de la luminosité. Le compteur, lui, est un petit écran digital déporté juste au-dessus de la colonne de direction. Au-delà de ces éléments spectaculaires, la C4 se distingue par une pléthore d'innovations pour le segment : elle est la première à proposer l'AFIL (Alerte de Franchissement Involontaire de Ligne), un système qui fait vibrer le siège du conducteur pour le prévenir

d'un écart de trajectoire non signalé. Elle propose aussi des phares au xénon directionnels qui pivotent avec l'angle du volant pour éclairer l'intérieur des virages, un parfumeur d'ambiance intégré à la console centrale ou encore un vitrage latéral feuilleté pour un confort acoustique de premier ordre. En 2004, la C4 n'est pas juste une nouvelle voiture, c'est une vitrine technologique, une démonstration de force qui replace Citroën à l'avant-garde de l'innovation accessible au plus grand nombre.

Une carrière exemplaire : des lauriers du WRC aux conquêtes mondiales

Le lancement réussi de la C4 n'est que le début d'une carrière riche et diversifiée qui va s'étendre jusqu'en 2010 en Europe. Durant ces six années, la berline compacte de Citroën va non seulement connaître le succès commercial, mais aussi se forger un palmarès sportif légendaire et s'adapter aux spécificités de marchés lointains, prouvant sa remarquable polyvalence. La vie commerciale de la première C4 fut marquée par une évolution majeure en 2008. Ce restylage de mi-carrière fut

(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du nouveau

subtil sur le plan esthétique, Citroën ne souhaitant pas dénaturer une ligne qui avait fait son succès. On note principalement un nouveau capot, plus bombé, et des retouches légères sur le pare-chocs et les feux arrière. C'est surtout sous le capot que les changements furent significatifs, avec l'introduction des nouvelles motorisations essence, développées en collaboration avec le groupe BMW. Les moteurs VTi (à distribution variable) et THP (turbo à injection directe) offraient un bien meilleur agrément, des performances en hausse et une consommation en baisse, permettant à la C4 de se maintenir au meilleur niveau face à une concurrence toujours plus affûtée.

Mais c'est sur les pistes du Championnat du Monde des Rallyes (WRC) que la C4 va écrire ses plus belles lettres de noblesse. En 2007, la C4 WRC prend la succession de l'invincible Xsara WRC. La pression est immense. Pourtant, dès sa première saison, la nouvelle arme de Citroën Sport, aux mains du duo magique Sébastien Loeb et Daniel Elena, s'impose. Ce ne sera que le début d'une domination sans partage. De 2007 à 2010, la

C4 WRC est la machine à battre. Elle se révèle d'une efficacité redoutable sur toutes les surfaces, mais devient littéralement intouchable sur asphalté, où elle restera invaincue durant toute sa carrière. Le palmarès est tout simplement époustouflant : en quatre saisons, la C4 remporte 37 victoires en rallye. Elle offre à Sébastien Loeb et Daniel Elena quatre titres de Champions du Monde des Pilotes et Copilotes consécutifs (2007, 2008, 2009, 2010) et à Citroën trois couronnes mondiales chez les Constructeurs (2008, 2009, 2010). Cette aura de la compétition rejaillit sur l'ensemble de la gamme et forge une image de performance et de fiabilité qui contribue largement au succès du modèle de série. Des séries spéciales « by Loeb » viendront célébrer ces victoires et ravir les passionnés. Loin des spéciales de rallye, la C4 a connu une autre vie, moins connue en Europe mais tout aussi importante pour le rayonnement de la marque : sa carrière internationale, notamment en Chine et en Amérique Latine. Sur ces marchés, la clientèle est particulièrement friande des carrosseries tricorps, ces berlines classiques avec une malle de coffre séparée. Citroën, via sa co-entreprise Dongfeng Peugeot-



La Citroën C-quatre destinée à la Chine



La Citroën C4 Triomphe destinée à la Chine

(2004-2011) Citroën C4 : le coup d'éclat du renouveau

Citroën, a donc développé une version spécifique pour la Chine. Lancée en 2006, elle prend d'abord le nom de C-Triomphe. Il s'agit d'une version à l'empattement allongé de la C4, offrant un espace aux jambes royal à l'arrière, un critère essentiel pour le marché chinois. Plus tard, une version à l'empattement standard, plus proche de la base européenne mais toujours en configuration 4 portes, sera commercialisée sous le nom de C-Quatre et connaîtra un immense succès. Parallèlement, une déclinaison très similaire est produite pour le Mercosur (le marché commun sud-américain). Connue sous le nom de C4 Pallas au Brésil ou C4 Sedan en Argentine, elle deviendra rapidement l'un des piliers de la gamme Citroën sur le continent, appréciée pour sa robustesse, son confort et son volume de coffre généreux. Ces adaptations démontrent la vision globale de Citroën et la capacité de la plateforme de la C4 à se muer pour répondre à des attentes culturelles très différentes.

La production de la première génération de C4 s'arrête finalement en 2010 en Europe pour laisser place à une seconde

génération au style plus consensuel. Au total, ce sont plus de 2,3 millions d'exemplaires de cette première mouture (C4 Picasso compris) qui ont été produits à travers le monde, témoignant d'un succès commercial incontestable. Un chiffre qui valide, a posteriori, le pari audacieux pris par Citroën près d'une décennie plus tôt.

En définitive, la première génération de Citroën C4 restera comme l'une des voitures les plus marquantes du début du XXI^e siècle. À sa sortie, elle a profondément interpellé le marché et les consommateurs avec une audace stylistique typiquement Citroën, incarnée par cette double proposition étonnante d'une berline élégante et d'un coupé au design radical. Son style particulier, notamment celui du coupé, a pu dérouter, voire cliver, mais il ne laissait personne indifférent et c'était bien là l'objectif : sortir de l'anonymat. Cependant, réduire la C4 à son seul design serait une erreur. Cette première génération se montrait également très moderne dans ses technologies embarquées, avec des innovations comme le volant à moyeu fixe ou l'alerte de

franchissement de ligne qui démocratisaient des prestations jusqu'alors réservées aux segments supérieurs. Elle était confortable, sûre, et a su prouver sa valeur et sa fiabilité de la plus belle des manières en dominant le championnat du monde des rallyes. Profondément Citroën dans l'âme, alliant créativité, innovation technologique et confort, cette C4 a parfaitement rempli sa mission. Elle a non seulement remplacé la Xsara avec brio, mais a surtout permis à la marque aux chevrons de se relancer avec panache sur le segment si difficile des berlines compactes, et de rappeler à toute l'industrie automobile que le non-conformisme et l'audace font, et feront toujours, partie de son ADN.





Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement

Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement

Six ans. C'est le temps qu'il aura fallu pour que la première génération de Citroën C4, audacieuse et clivante, passe le flambeau. En 2010, au Mondial de l'Automobile de Paris, le public découvre une remplaçante qui prend le contre-pied de son aînée. Fini l'originalité folle, terminé la double proposition de carrosserie avec un coupé au fessier mémorable. La nouvelle C4, deuxième du nom, se veut sérieuse, rassurante, presque germanique. Un virage à 180 degrés pour une marque qui a toujours cultivé sa différence, une stratégie mûrement réfléchie pour attaquer le cœur du segment le plus concurrentiel d'Europe. Avec cette nouvelle venue, Citroën ne cherche plus à séduire par l'excentricité, mais à convaincre par la rigueur. L'heure n'est plus à la passion débridée mais au pragmatisme assumé, avec l'ambition de se mesurer, sans complexe, aux reines de la catégorie.



La genèse d'une ambition : le classicisme pour convaincre

Le projet "B7", qui donnera naissance à la C4 de deuxième génération, est né dans un contexte particulier pour PSA Peugeot Citroën. La crise financière de 2008 est passée par là, et la rentabilité est devenue le maître-mot. La première C4, malgré un succès commercial indéniable et un titre de "Voiture de l'année" en 2005, souffrait d'une image parfois jugée trop décalée par une partie de la clientèle, notamment sur les marchés flottes et à l'international. L'objectif assigné à sa remplaçante était donc clair : concevoir une berline compacte consensuelle, capable de plaire au plus grand nombre et de rivaliser frontalement avec les références du segment que sont la Volkswagen Golf, la Ford Focus ou sa propre cousine, la Peugeot 308. Pour cela, les équipes de design dirigées par Jean-Pierre Ploué ont opéré une véritable révolution culturelle. Fini les lignes rondes et douces, place à un style plus tendu, plus statuaire. La face avant, avec sa large calandre intégrant les chevrons et ses optiques étirées, inspire le sérieux. Le capot, nervuré, et les flancs creusés donnent une impression de robustesse et de qualité perçue en nette hausse. L'arrière, bien que moins spectaculaire que celui du coupé de première génération, se veut élégant et équilibré, avec des feux

"boomerang" qui s'étirent sur les ailes et le hayon, apportant une signature visuelle reconnaissable. L'ensemble est plus long de 5 cm, plus large de 2 cm et plus haut de 3 cm que sa devancière, des proportions qui la campent solidement sur la route et bénéficient à l'habitabilité et au volume de coffre, qui atteint la valeur record de 408 litres, l'une des meilleures de la catégorie.

Cette quête de sérieux et de qualité se prolonge de manière encore plus spectaculaire à l'intérieur. C'est ici que le saut générationnel est le plus palpable. Citroën abandonne les fantaisies de sa devancière. L'instrumentation centrale translucide laisse place à un combiné plus classique derrière le volant, composé de trois compteurs cerclés de chrome mêlant affichage analogique et numérique. Plus marquant encore pour les passionnés, le fameux volant à moyeu fixe, véritable signature de la première C4 et de la C5, disparaît au profit d'un volant multifonction plus conventionnel, mais aussi plus ergonomique. La planche de bord, massive et horizontale, est coiffée d'une casquette recouverte d'un plastique moussé à cœur, un matériau qualitatif habituellement réservé au segment supérieur. Les ajustements sont précis, les

Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement

commandes tombent bien sous la main, et l'impression générale est celle d'une montée en gamme indéniable. Citroën a clairement mis le paquet sur la qualité perçue pour ne plus prêter le flanc à la critique face à ses rivales allemandes. Pour autant, la marque n'oublie pas sa culture de l'innovation et du confort. La C4 II inaugure ainsi des équipements inédits à ce niveau de gamme, comme les sièges avant massants, un système de surveillance d'angle mort à ultrasons, ou encore la possibilité de personnaliser la couleur de l'instrumentation et les sons des alertes polyphoniques.

Cependant, l'abandon de la carrosserie coupé ne signifiait pas que Citroën renonçait à une proposition plus dynamique et distinctive. Bien au contraire. Cette mission fut confiée à la nouvelle ligne DS, inaugurée avec succès par la DS3 en 2010. C'est ainsi que naquit la DS4. Présentée quelques mois après la C4, elle en reprend la plateforme et la structure de base, mais s'en distingue par un style beaucoup plus affirmé. Sorte de coupé 5 portes, la DS4 joue la carte du premium et de l'exclusivité. Son design est plus athlétique, avec une garde au sol rehaussée, des passages de roue marqués, et une astuce de style audacieuse : les poignées de portes arrière sont

dissimulées dans le montant, donnant l'illusion d'un coupé. L'intérieur est encore plus cossu, avec la possibilité d'opter pour une planche de bord entièrement gainée de cuir et des sièges "bracelet de montre" qui deviendront une signature de la ligne DS. La DS4 était donc bien plus qu'une simple version 3 portes de la C4 ; elle incarnait une vision différente, plus statutaire et émotionnelle, enrichissant la gamme du constructeur et laissant à la C4 "classique" le soin de s'adresser au cœur du marché.

Une carrière discrète mais solide, entre innovation et rationalisation

Sous son capot, la Citroën C4 de deuxième génération a joué la carte de la modernité en adoptant des motorisations éprouvées et en inaugurant des technologies visant à réduire la consommation. Au lancement, la gamme essence s'articulait autour des blocs développés avec BMW : le 1.4 VTi de 95 ch et le 1.6 VTi de 120 ch en atmosphérique, et le 1.6 THP de 156 ch en version turbo, ce dernier étant exclusivement associé à la boîte manuelle pilotée BMP6. Côté diesel, l'offre était encore plus large et particulièrement en phase avec le marché européen de l'époque. On retrouvait les 1.6 HDi en versions 92



Un intérieur nettement plus conventionnel pour cette deuxième génération de Citroën C4 qui fait la part belle aux beaux matériaux, en témoigne le généreux plastique moussé sur la planche de bord. Seule innovation : le son des clignotants que l'on pouvait changer, vite supprimé lors du restylage.



Avec cette deuxième génération, Citroën propose une C4 nettement plus sérieuse et haut de gamme. En témoignent son intérieur aux matériaux largement moussés et aux assemblages plus que rigoureux qui la feraient presque passer pour un véhicule premium. C'est normal puisque la C4 était aussi la DS 4, berline coupé qui venait prêter main forte à la DS 3. Au final, au fantasque de la première génération, la deuxième offrait beaucoup de rigueur.

Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement

et 112 ch, ainsi que le 2.0 HDi de 150 ch pour les gros rouleurs. La grande nouveauté fut l'introduction de la technologie micro-hybride e-HDi sur le moteur de 112 ch. Couplant un système Stop & Start de deuxième génération avec un alternateur réversible, cette technologie permettait de couper le moteur en dessous de 20 km/h à la décélération, réduisant ainsi significativement la consommation en usage urbain et affichant des émissions de CO2 très basses pour l'époque. Basée sur la plateforme "2" du groupe PSA, la C4 II offrait un comportement routier sûr et équilibré, privilégiant clairement le confort, marque de fabrique de Citroën, avec un excellent filtrage des suspensions, au détriment d'un dynamisme pur et dur.

La carrière de la C4 II s'est poursuivie sans heurts jusqu'à son restylage, intervenu début 2015. Il s'agissait plus d'une mise à jour technique que d'une révolution stylistique. À l'extérieur, les changements étaient subtils : les phares avant ont été redessinés pour intégrer une nouvelle signature lumineuse à LED, tandis que les feux arrière ont adopté un effet 3D, à l'instar des autres modèles récents de la marque. À l'intérieur, la planche de bord a été épurée avec l'arrivée d'un nouvel écran

tactile de 7 pouces qui regroupait les commandes de navigation, de multimédia et de climatisation, permettant de supprimer de nombreux boutons. Mais la véritable évolution se trouvait sous le capot. C'est à cette occasion que la C4 a reçu les nouvelles motorisations du groupe PSA : en essence, le moteur 3 cylindres 1.2 PureTech Turbo, élu "Moteur de l'année", en versions 110 et 130 ch, offrant un agrément et des performances en nette hausse pour une consommation en baisse. En diesel, les nouveaux blocs BlueHDi, conformes à la norme Euro 6 grâce à leur système de traitement des oxydes d'azote (NOx) par additif AdBlue, sont venus remplacer les anciennes générations, avec des puissances de 100, 120 et 150 ch.

Malgré ces qualités intrinsèques et cette mise à jour bienvenue, la carrière de la C4 II s'est arrêtée assez brutalement en 2017 en Europe, sans être immédiatement remplacée. La raison principale était d'ordre réglementaire et stratégique. La voiture n'était pas conçue pour répondre aux futures normes de dépollution plus strictes (WLTP) qui allaient entrer en vigueur. Plutôt que d'investir lourdement pour adapter un modèle en fin de cycle, Citroën a préféré faire un

Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement

choix audacieux : assurer la transition avec la C4 Cactus. Cette dernière, initialement positionnée comme un crossover original et abordable, a été "repositionnée" lors de son restylage en 2017 comme la nouvelle berline compacte de la marque, en adoptant les suspensions à butées hydrauliques progressives pour incarner le nouveau programme "Citroën Advanced Comfort". Une solution temporaire avant l'arrivée de la véritable troisième génération de C4 en 2020. Cependant, la carrière de la C4 II ne s'est pas limitée aux frontières européennes. Sa plateforme polyvalente a servi de base à des dérivés spécifiques pour les marchés internationaux, notamment la Chine et l'Amérique latine, où les berlines tricorps (avec une malle séparée) sont très prisées. Ainsi est née la Citroën C4 L (pour Lounge), une version berline à quatre portes. Plus longue que la version à hayon, elle bénéficiait d'un empattement allongé de 10 cm, offrant une habitabilité remarquable aux places arrière, un critère essentiel sur le marché chinois. Produite localement à Wuhan (Chine), à Palomar (Argentine) et à Kaluga (Russie), la C4 L a connu une carrière honorable, adoptant des styles de face avant parfois spécifiques à chaque région et contribuant à l'internationalisation de la marque.



La déclinaison coupé 5 portes, DS 4, n'a jamais rencontré le succès, trop proche de la C4 et trop compliquée à comprendre.



La Citroën C4 Lounge vendue notamment en Amérique latine



La Citroën C4 Lounge vendue notamment en Amérique latine

NOUVELLE CITROËN C4

SANS DOUTE LA VOITURE LA PLUS COSY DE LA GALAXIE

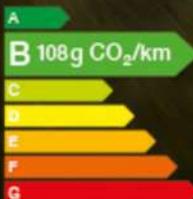


À PARTIR DE

29 150 €⁽¹⁾

DISPONIBLE EN VERSIONS HYBRIDE, ESSENCE ET ÉLECTRIQUE

JUSQU'À
8
ANS
CITROËN
WE CARE
GARANTIE



CITROËN partenaire TotalEnergies. Modèle présenté : Nouvelle C4 Essence 130ch, boîte automatique, Turbo, Max, option Gris Mercury Nacré et toit Perla Nera : **32 850 €**. (1) Exemple pour l'achat d'une Nouvelle Citroën C4 Hybride 110ch, boîte automatique, YOU couleur Noir Perla Nera à partir de 29150 €. Montants exprimés TTC et hors prestations facultatives. Offre valable jusqu'au 31/08/25 réservée aux personnes physiques, pour un usage privé, dans le réseau Citroën participant. Citroën We Care : détails sur citroen.fr.

CONSOMMATIONS MIXTES DE NOUVELLE CITROËN C4 : WLTP DE 5,6-5,7 L/100 KM.



CITROËN

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer

Citroën C4 (2010-2017) : le grand chambardement

En 2004, la première Citroën C4 avait marqué les esprits. Jugée trop audacieuse par certains, elle avait le mérite de ne laisser personne indifférent. Avec la deuxième génération, Citroën a clairement voulu rassurer, gommer les aspérités et rentrer dans le rang pour séduire une clientèle plus large et plus conservatrice. La mission, d'un point de vue qualitatif et technique, est une réussite. La C4 II est une voiture remarquablement bien construite, confortable, habitable, sûre et dotée de technologies modernes. Elle avait sur le papier tous les atouts pour devenir un best-seller. Pourtant, le bilan commercial est en demi-teinte. En voulant être trop consensuelle, elle est peut-être devenue trop classique, presque transparente dans un paysage automobile ultra-concurrentiel. Son manque de "folie" et de caractère, si chers à l'histoire de la marque, lui a sans doute coûté une partie de l'attachement que les Citroënistes portent à leurs voitures. Elle est devenue une excellente élève, mais une élève discrète, presque trop sage. Les chiffres de ventes, corrects mais jamais exceptionnels face à une concurrence féroce, traduisent cette perception. La C4 II reste l'exemple parfait d'un dilemme industriel : faut-il risquer de déplaire pour affirmer son identité, ou chercher le plus grand dénominateur commun au risque de perdre son âme ? Citroën semble avoir appris de cette expérience, comme le prouve la troisième génération, qui renoue avec une audace stylistique bien plus marquée.



Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace



Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace

Le segment des berlines compactes, autrefois chasse gardée des constructeurs généralistes européens, est devenu au fil des ans un champ de bataille où l'audace stylistique se fait de plus en plus rare. Face à la déferlante des SUV, beaucoup ont baissé les armes, préférant rentrer dans le rang plutôt que de risquer la sortie de route. Mais c'était sans compter sur Citroën qui, après une transition audacieuse opérée avec le C4 Cactus, a décidé de faire son grand retour en 2020 sur ce segment qu'il connaît si bien. Et comme à son habitude, la marque aux chevrons n'a pas fait les choses à moitié. Avec cette troisième génération de C4, Citroën a misé de nouveau sur l'audace pour se démarquer nettement, proposant un concept unique et détonnant à la croisée des chemins entre la berline, le SUV et même le SUV Coupé. Une proposition unique qui étrennait par la même occasion un nouveau langage de style, prêt à redéfinir l'identité de la marque pour les années à venir. La C4 de troisième génération n'est pas simplement une voiture, c'est un manifeste. Un manifeste qui prouve que l'on peut encore innover, surprendre et séduire sur un segment que d'aucuns disaient sclérosé. En mêlant les genres avec une rare intelligence, Citroën a non seulement créé une voiture au

caractère bien trempé, mais a aussi posé les jalons de son avenir, un avenir où le confort, l'audace et l'innovation technologique sont plus que jamais au cœur du projet.

Une genèse sous le signe de l'audace et de l'avant-garde

Lorsque Citroën dévoile sa nouvelle C4 en 2020, la surprise est totale. Là où le marché s'attendait à une berline compacte traditionnelle, dans la lignée de ses devancières, la marque aux chevrons prend tout le monde à contre-pied. La nouvelle C4 arbore une silhouette inclassable, une sorte d'objet roulant non identifié qui refuse de choisir son camp. Est-ce une berline ? Oui, par ses proportions générales et son hayon incliné. Est-ce un SUV ? Assurément, avec sa garde au sol généreuse de 156 mm, ses grandes roues et ses protections de carrosserie qui lui confèrent une posture robuste et protectrice. Est-ce un SUV Coupé ? Peut-être, avec sa ligne de toit fuyante qui plonge vers une poupe audacieuse et travaillée. En réalité, la C4 est un peu tout cela à la fois, et c'est précisément là que réside son génie. Elle ne cherche pas à rentrer dans une case, elle crée la sienne.

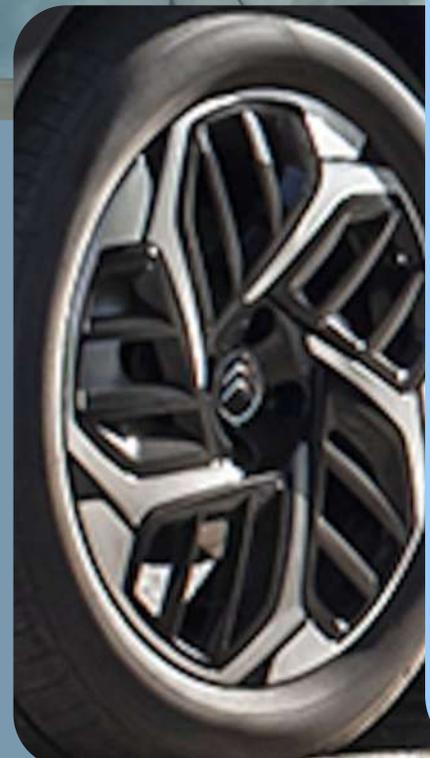
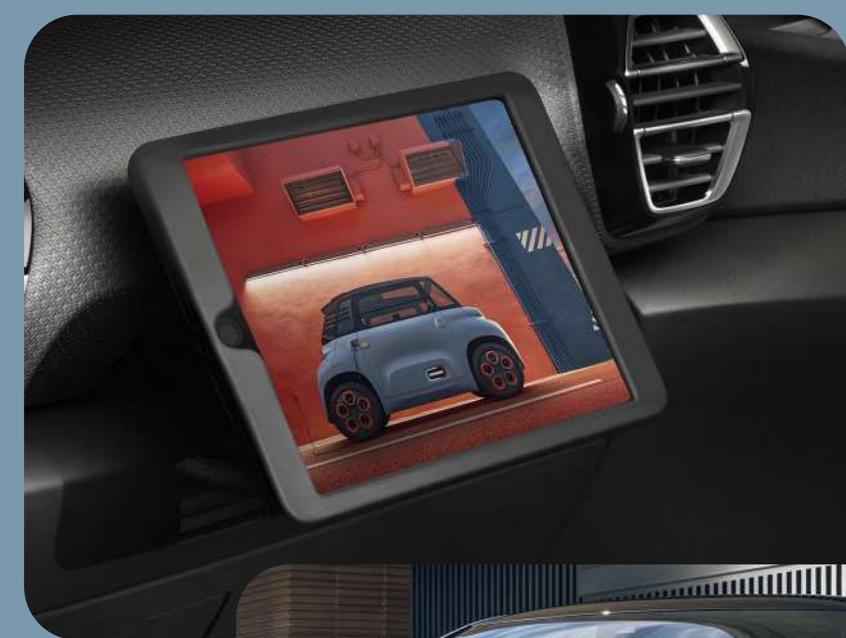
Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace

Cette posture unique sur le segment est une démonstration de ce que Citroën sait faire de mieux : penser différemment. Au lieu de suivre les tendances, la marque a préféré les réinterpréter pour en extraire le meilleur. De la berline, la C4 conserve l'élégance et l'aérodynamisme, essentiels pour l'efficacité. Du SUV, elle hérite d'une position de conduite surélevée qui rassure et offre une meilleure vision de la route, ainsi que d'une sensation d'espace et de protection à bord. Cette synthèse des genres n'est pas un simple exercice de style ; elle répond à une attente profonde des clients, souvent contraints de choisir entre le dynamisme d'une berline et la polyvalence d'un SUV. Avec la C4, Citroën leur dit : "Pourquoi choisir ?". C'est une vraie Citroën, une voiture qui ne laisse personne indifférent, qui suscite le débat, mais qui, au final, impose sa vision avec une cohérence remarquable. Cette audace conceptuelle s'accompagne d'un bouleversement stylistique majeur. La C4 est le premier modèle de série à adopter pleinement le nouveau langage de style de la marque, directement inspiré du spectaculaire concept-car CXperience de 2016. L'élément le plus marquant de cette nouvelle identité est sans conteste la signature

lumineuse en "V", qui s'étire sur toute la largeur de la face avant. Les chevrons, emblème historique de la marque, s'étirent et se prolongent jusqu'aux optiques, encadrant des feux de jour à LED qui forment un V distinctif. Cette signature, à la fois technologique et identitaire, confère à la C4 un regard perçant et immédiatement reconnaissable. Elle rompt avec les codes établis et ancre la voiture dans une modernité assumée. À l'arrière, on retrouve cette même logique avec des feux qui reprennent le motif en V, renforçant la cohérence stylistique de l'ensemble et asseyant visuellement la voiture sur la route. Mais la C4 de 2020 n'est pas seulement une révolution stylistique, c'est aussi un modèle tourné vers l'avenir par ses choix techniques. Sous son capot, elle propose une offre multi-énergies complète. On retrouve ainsi des motorisations thermiques modernes et efficaces, avec en essence le fameux 1.2 PureTech décliné en 100, 130 et même 155 chevaux, et en Diesel, le 1.5 BlueHDi de 110 et 130 chevaux. Mais la véritable innovation, celle qui positionne la C4 comme une pionnière, c'est l'arrivée d'une version 100% électrique, la ë-C4. À son lancement, elle est l'une des toutes premières berlines



La C4 soigne son aérodynamisme sur cette génération au bénéfice de la consommation et des émissions de CO².



En bonne Citroën, la troisième génération de C4 a apporté son lot d'innovation.

Ainsi, elle a particulièrement soigné son aérodynamisme avec un becquet sur le hayon et des jantes qui permettaient de réduire les consommations et donc émissions de CO², essentielles pour limiter les malus en France tout en favorisant le respect des normes CAFE européennes. Cela permet à cette génération d'être une des plus efficaces du marché.

Autre innovation : le support de tablette tactile disposé sur la planche de bord face au passager. Support supprimé lors du restylage de 2024 malheureusement.

Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace

compactes électriques du marché généraliste. Équipée d'un moteur de 100 kW (136 ch) et d'une batterie de 50 kWh, elle promet une autonomie allant jusqu'à 360 km (WLTP). Ce choix audacieux démontre la volonté de Citroën de démocratiser la mobilité électrique en la rendant accessible sur un segment de cœur de marché. En proposant d'emblée une version "zéro émission", la C4 "3" prouve qu'elle a une véritable avance sur son temps, anticipant une transition énergétique qui n'en était alors qu'à ses débuts.

Le restylage de 2024 : une maturité assumée, une modernité réaffirmée

Si la C4 de 2020 a marqué les esprits par son audace, l'évolution rapide du design Citroën, impulsée par le concept-car "oli" et concrétisée par la nouvelle C3, a appelé à une mise à jour stylistique en fin d'année 2024. Loin d'être un simple rafraîchissement de mi-carrière, ce restylage est une transformation profonde qui permet à la C4 et à sa déclinaison C4 X de s'inscrire pleinement dans la nouvelle ère de la marque. Les mots d'ordre de cette évolution sont clairs : simplifier les lignes pour gagner en force et élargir

visuellement la voiture pour affirmer sa prestance. La métamorphose la plus spectaculaire concerne la face avant. Fini la signature en V et les chevrons étirés, place à la nouvelle identité Citroën. La calandre est entièrement redessinée, plus verticale, et intègre en son centre le nouveau logo ovale de la marque, un clin d'œil néo-rétro aux origines de Citroën. De part et d'autre, une nouvelle signature lumineuse à trois segments horizontaux fait son apparition. Ce design, directement hérité du concept oli, est non seulement plus moderne, mais il a aussi pour effet d'élargir visuellement la voiture et de lui donner une assise plus forte sur la route. Le style général est plus épuré, plus graphique, abandonnant une partie de la complexité du modèle de 2020 pour une expression plus directe et affirmée. L'arrière n'est pas en reste, avec des feux redessinés qui, bien que conservant leur forme générale, adoptent un traitement intérieur modernisé qui fait écho à la nouvelle signature avant. Malgré ces changements stylistiques profonds, la C4 conserve ce qui fait son ADN et son succès : son concept unique. Elle reste cette berline à la posture surélevée, ce crossover inclassable qui continue de se démarquer dans un paysage automobile souvent uniforme. Le restylage ne renie pas

Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace

l'originalité du concept initial, il le sublime. En adoucissant certaines de ses excentricités au profit de lignes plus structurées, Citroën rend sa berline compacte peut-être plus consensuelle, mais surtout plus statutaire et intemporelle. Elle conserve son caractère unique de berline différente des autres, mais elle gagne en maturité et en élégance.

Ce restylage est également l'occasion pour la C4 d'accélérer sa transition vers l'électrification. Alors que la première phase proposait l'électrique comme une alternative, la seconde la place au cœur de l'offre. L'offre de motorisations thermiques est rationalisée, et l'accent est mis sur les nouvelles technologies hybrides. La C4 accueille ainsi de nouvelles motorisations Hybrid 48V de 110 et 145 chevaux, offrant une alternative pertinente pour ceux qui ne sont pas encore prêts pour le tout-électrique. Ces versions permettent de réduire la consommation et les émissions de CO2 jusqu'à 20% par rapport à un moteur essence équivalent, en offrant la possibilité de rouler en mode électrique sur de courtes distances en ville. L'offre 100% électrique est également renforcée, avec une version optimisée offrant une meilleure autonomie. Cette stratégie démontre la volonté de Citroën de proposer une électrification "simple et abordable", adaptée aux différents besoins des clients et





La Citroën C4 bénéficie d'une planche de bord très horizontale avec un écran tactile de 10 pouces. Très sombre, elle marie des matériaux assez valorisants même s'ils sont moins moussés que sur la génération précédente.



La Citroën C4 bouleverse sa face avant lors de son restylage de mi-carrière avec un double objectif : simplifier son style jugé trop complexe et l'élargir visuellement. Mission réussie avec une face avant plus moderne et plus technologique.

Mêmes objectifs pour la face arrière, résultat : un arrière plus calme mais très soigné, une largeur visuelle augmentée et un profil visuellement rééquilibré pour cette deuxième phase de sa carrière.



Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace

en phase avec les enjeux environnementaux actuels. Enfin, cette C4 restylée gagne significativement en modernité et en technologie. À l'intérieur, si la planche de bord conserve son dessin général et son excellente ergonomie, elle accueille un nouveau combiné d'instrumentation digital de 7 pouces, plus lisible et moderne. L'écran central tactile de 10 pouces demeure, mais il bénéficie d'une interface logicielle mise à jour pour une meilleure réactivité. Le confort, valeur cardinale de Citroën, est encore amélioré avec des sièges Advanced Comfort de nouvelle génération, offrant un meilleur maintien et un confort d'accueil encore plus moelleux grâce à une mousse à la densité spécifique. La C4 embarque également près de 20 technologies d'aide à la conduite, incluant le Highway Driver Assist (un système de conduite semi-autonome de niveau 2), faisant d'elle l'une des voitures les plus sûres et reposantes de sa catégorie.

Conclusion : une transition réussie, une icône en devenir

En définitive, cette troisième génération de Citroën C4 s'affirme comme un modèle charnière, un véritable pont entre deux époques pour la marque. Elle a eu la lourde tâche

d'inaugurer un style audacieux lors de son lancement en 2020, puis a dû s'adapter avec une rare intelligence à un nouveau langage de design quatre ans plus tard. Ce qui aurait pu être un exercice périlleux s'est révélé être une formidable démonstration de la flexibilité et de la vision de Citroën. La C4 a su évoluer, se moderniser, sans jamais renier ce qui fait sa force et sa singularité.

Elle a conservé ses atouts fondamentaux qui la placent à part sur le marché : son concept unique de berline surélevée, qui offre une polyvalence et un agrément de conduite inégalés ; son confort royal, porté par les suspensions à Butées Hydrauliques Progressives et les sièges Advanced Comfort, qui transforment chaque trajet en une expérience de sérénité ; et son habitabilité généreuse, qui en fait une compagne idéale pour les familles.

Le restylage de 2024 n'a fait qu'agrémenter cette recette déjà gagnante. Le nouveau style, plus épuré et statuaire, a adouci ses excentricités initiales tout en la rendant plus moderne et désirable que jamais. La transition accélérée vers l'électrification, avec une offre hybride et électrique renforcée, la positionne parfaitement pour les défis à venir. Les premiers

Citroën C4 (depuis 2020) : retour à l'audace



chiffres de ventes de cette version restylée semblent d'ailleurs indiquer que la greffe a pris, et que les clients adhèrent à cette nouvelle proposition qui allie audace et maturité. La Citroën C4 troisième du nom n'est pas qu'une simple voiture, c'est la preuve vivante qu'il est encore possible de créer des automobiles avec une âme, une vision et un caractère



Citroën C4 2025 : l'essai des versions hybride et électrique

Le restylage de la Citroën C4 est depuis quelques mois une réalité. Plus qu'une simple mise à jour esthétique, cette nouvelle itération promet un style revu, à la fois plus simple, plus moderne et au design résolument affirmé. Fidèle à sa réputation, la marque aux chevrons annonce un confort encore meilleur qu'auparavant, une promesse audacieuse tant la version précédente excellait déjà dans ce domaine. Surtout, cette C4 embrasse pleinement son époque en rendant l'électrification plus accessible, notamment avec les motorisations hybride 145 et électrique 156 que j'ai eu le privilège d'essayer. Alors, quel bilan pour cette nouvelle C4 qui se veut être la synthèse parfaite entre audace stylistique, bien-être à bord et efficacité moderne ? La réponse au fil de ce double essai.

Un design qui atteint la maturité

Lorsque l'on est passionné par une marque comme Citroën, chaque nouveau modèle, chaque restylage est un événement scruté avec une attention particulière, un mélange d'attente et d'une pointe d'appréhension. Il faut dire que la C4 de troisième génération, lancée en 2020, n'avait pas laissé indifférent. Avec

sa silhouette de berline surélevée aux allures de coupé, elle détonnait dans un segment C souvent conservateur. Ce parti pris stylistique, audacieux, avait ses partisans et ses détracteurs. Avec cette évolution pour 2025, Citroën semble avoir écouté les remarques et a choisi une voie qui force le respect : celle de l'épure et de l'affirmation. Le résultat est une voiture qui, sans renier son ADN originel, gagne incontestablement en prestance et en cohérence. Le changement le plus spectaculaire se situe au niveau de la face avant. Fini le regard complexe sur deux étages qui pouvait, pour certains, manquer de lisibilité. Place à une signature lumineuse beaucoup plus fine, plus technologique, directement inspirée du concept-car Oli et inaugurée en série par la nouvelle C3. Ces projecteurs, teintés de noir, s'intègrent avec une grande finesse dans une calandre redessinée qui s'étend sur toute la largeur du véhicule. Cet effet visuel a une double conséquence : il élargit visuellement la voiture, lui conférant une assise plus solide sur la route, et lui donne une assise plus marquée. La C4 semble plus haute, plus droite, plus mature. L'abandon du chrome au profit d'éléments noirs laqués participe à cette modernisation, apportant une touche

Citroën C4 2025 : l'essai des versions hybride et électrique

de sobriété élégante qui sied parfaitement à l'ensemble. On sent une volonté de monter en gamme, de ne plus être seulement l'originale du segment, mais l'une de ses références esthétiques. Ce travail stylistique se poursuit à l'arrière, qui était peut-être le point le plus débattu de la précédente mouture. Les feux en forme de Y, très torturés, laissent place à des optiques bien plus horizontales qui mordent généreusement sur le hayon. À l'intérieur de ces feux, des barres LED ciselées créent une signature lumineuse moderne et reconnaissable, renforçant l'impression de largeur et "asseyant" la voiture. Ce choix de design, plus simple en apparence, est en réalité bien plus travaillé. Il modifie subtilement la perception du profil de la voiture, qui paraît moins plongeant, plus équilibré. L'ensemble est plus statutaire. Le choix de nouvelles teintes, comme le très réussi "Manhattan Green" que j'ai pu apprécier sur ces essais, souvent associé à un toit noir contrastant, finit de convaincre. Cette C4 restylée est une réussite. Elle a su gommer les quelques exubérances de sa devancière pour proposer un dessin plus universel mais toujours unique, un équilibre parfait entre l'audace et l'élégance.





Peu d'évolution sur l'intérieur de la C4 2025 si ce n'est un combiné de 7 pouces, uniquement sur les finitions supérieures MAX et l'abandon du support de tablette permettant une plus grande boîte à gants. Un regret : un habitacle encore trop sombre, surtout comparé aux dernières C3, C3 Aircross et C5 Aircross.

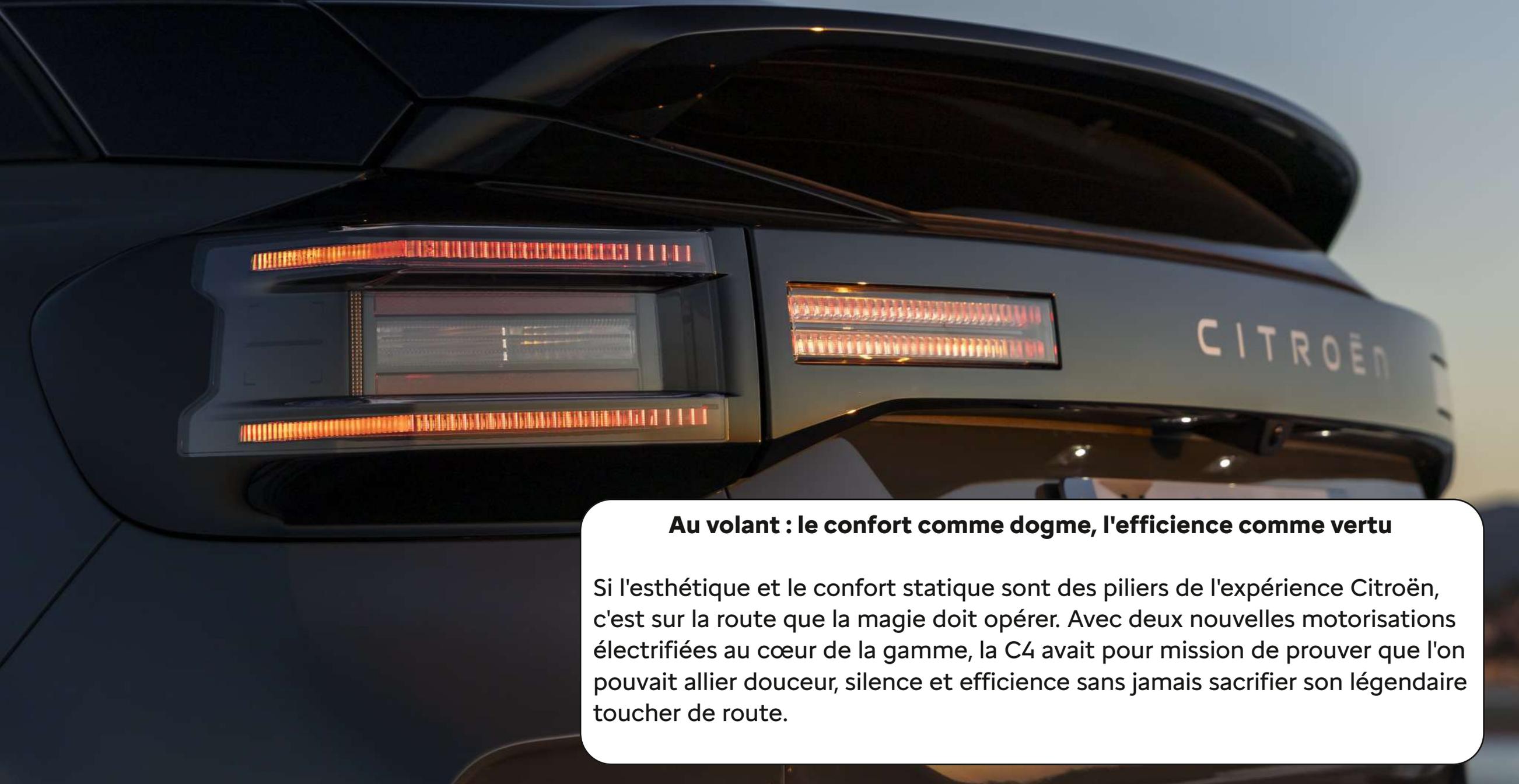
Citroën C4 2025 : l'essai des versions hybride et électrique

En pénétrant à bord, le passionné de la marque retrouvera un environnement familier, car les changements sont ici plus discrets, mais non moins pertinents. L'attention s'est portée sur des points clés visant à améliorer le bien-être et la perception qualitative. Le premier contact se fait avec les sièges, et quels sièges ! Déjà réputés pour leur confort exceptionnel grâce au programme Advanced Comfort, ils ont été redessinés. Si le moelleux de l'accueil reste une marque de fabrique, ils offrent désormais un meilleur maintien latéral, corrigeant un petit défaut de la version précédente. Visuellement, l'adoption d'un dossier de siège gris et d'un ciel de toit clair tente d'apporter un peu de lumière dans un habitacle qui reste, il faut bien l'avouer, assez sombre. La prédominance des plastiques noirs, bien que de bonne facture et solidement assemblés, pourra encore laisser certains conducteurs sur leur faim. On aurait aimé, en tant que citroëniste, voir un peu plus d'audace, peut-être l'intégration de tissu sur la planche de bord comme la marque sait si bien le faire sur d'autres modèles, pour réchauffer l'atmosphère. Néanmoins, l'ergonomie et la praticité ont été au cœur des préoccupations. Le logo sur le volant a été modernisé, et un

nouveau combiné d'instrumentation numérique de 7 pouces fait son apparition sur les finitions hautes. Plus lisible, il complète l'affichage tête haute sur lame, même si l'on peut regretter que le système de projection à même le pare-brise de la C5 X n'ait pas été retenu. Une modification, en apparence anodine, ravira les familles : le fameux support pour tablette, astucieux mais qui condamnait une partie de la boîte à gants, a été supprimé au profit d'un rangement passager bien plus volumineux. C'est un choix pragmatique qui améliore la vie à bord au quotidien. Mais là où la C4 continue de marquer des points décisifs, c'est sur le plan de l'habitabilité. L'espace aux places arrière est tout simplement royal pour la catégorie. Les passagers, même de grande taille, bénéficient d'un espace aux genoux très généreux, une qualité rare qui transforme les longs trajets en une simple formalité. Le coffre, avec ses 380 litres, se situe dans la bonne moyenne du segment, et sa forme carrée le rend particulièrement exploitable, d'autant que la banquette rabattable offre un plancher plat. Finalement, que l'on opte pour la version hybride ou électrique, l'expérience à bord est rigoureusement identique, et c'est une excellente nouvelle. L'habitacle de la C4

est une invitation au voyage, une bulle de sérénité où l'espace et le confort priment sur tout le reste.





Au volant : le confort comme dogme, l'efficacité comme vertu

Si l'esthétique et le confort statique sont des piliers de l'expérience Citroën, c'est sur la route que la magie doit opérer. Avec deux nouvelles motorisations électrifiées au cœur de la gamme, la C4 avait pour mission de prouver que l'on pouvait allier douceur, silence et efficacité sans jamais sacrifier son légendaire toucher de route.

[Essai] Citroën C4 2025 hybride 145 : la force tranquille



Commençons par la version qui, sans aucun doute, représentera le cœur des ventes : l'Hybride 145. Cette motorisation n'est pas une inconnue, mais son intégration dans la C4 semble particulièrement pertinente. Elle associe un moteur essence PureTech de 1,2 litre et 136 chevaux, revu pour plus de fiabilité avec une distribution par chaîne, à un moteur électrique de 28 chevaux logé dans la boîte de vitesses automatique à double embrayage e-DCS6. La puissance combinée atteint 145 chevaux et, plus important encore, le couple disponible instantanément grâce à la fée électricité transfigure l'agrément de conduite. Dès les premiers tours de roue en ville, la C4 Hybride évolue dans un silence quasi total. La petite batterie de 0,432 kWh, qui se recharge seule lors des décélérations et des freinages, permet de réaliser une part impressionnante des trajets urbains en mode 100% électrique. Lors de ma boucle d'essai particulièrement variée de 95 kilomètres, l'ordinateur de bord indiquait 66% du temps de trajet en ville sans solliciter le moteur thermique. Le résultat est

[Essai] Citroën C4 2025 hybride 145 : la force tranquille

bluffant, tant en termes de sérénité que de consommation. Sur l'ensemble de ce parcours, j'ai relevé une consommation moyenne de seulement 4,4 l/100 km, une valeur digne d'un diesel, l'agrément en plus.

Cette douceur ne se dément pas lorsque le rythme s'accélère. Les transitions entre le mode électrique et le mode thermique sont quasiment imperceptibles, la boîte e-DCS6 égrenant ses rapports avec une grande fluidité. Comparée à l'ancienne version PureTech 130 EAT8, le gain en silence et en vibrations est flagrant. Le moteur thermique semble mieux isolé, plus lointain, participant à cette sensation de cocon protecteur. Les performances sont amplement suffisantes pour toutes les situations. Les 145 chevaux offrent des relances sécurisantes, permettant de s'insérer sur une voie rapide ou de doubler sans la moindre difficulté. Mais ce n'est pas son tempérament sportif qui la caractérise. La C4 Hybride est une invitation à une conduite apaisée, coulée, où l'on profite de la quiétude de l'habitacle. Et c'est là qu'intervient l'élément central de l'ADN Citroën : le confort. Avec ses suspensions à butées hydrauliques progressives, la C4 survole littéralement les



imperfections de la route. Dos d'âne, nids-de-poule, raccords de bitume, tout est filtré avec une efficacité déconcertante. L'habitacle est transformé en une véritable bulle, isolant ses occupants du stress et des agressions du monde extérieur. Cette version Hybride 145 apparaît comme l'attelage parfait pour la C4. Elle sublime ses qualités de confort, offre un agrément de premier ordre et une sobriété remarquable, le tout sans la contrainte de la recharge. C'est sans doute la C4 la plus homogène et la plus polyvalente de la gamme.





Essai Citroën C4 Hybride 145 - le bilan complet

[Essai] Citroën ë-C4 156 : la meilleure C4 ?

Si la version hybride est celle de la raison, la version électrique ë-C4 est celle de l'absolu. Déjà convaincante dès son lancement, elle passe un cap significatif en adoptant le groupe motopropulseur plus moderne de 156 chevaux associé à une batterie de 54 kWh (brut). Sur le papier, le gain de puissance est modeste, mais c'est surtout l'efficacité de l'ensemble qui progresse de manière spectaculaire, portant l'autonomie officielle à 420 km selon le cycle WLTP. Et cette promesse, j'ai pu vérifier qu'elle n'était pas vaine. Sur un long parcours autoroutier de 260 kilomètres, effectué à 130 km/h, ma consommation s'est établie à un très raisonnable 16,2 kWh/100 km. Mais c'est en milieu urbain et péri-urbain, son terrain de jeu de prédilection, que la ë-C4 excelle. Il est tout à fait possible de descendre sous les 12 kWh/100 km, et dans des conditions de trafic fluide, j'ai même atteint un incroyable 7,2 kWh/100 km ! De telles valeurs porteraient l'autonomie réelle en ville à plus de 500 kilomètres, de quoi voir venir. La recharge a également été optimisée, acceptant jusqu'à 100 kW en courant continu, ce qui permet de passer de 20% à 80% en seulement 30 minutes, à condition, bien sûr, d'utiliser la navigation embarquée pour que le système prépare la batterie à la charge rapide.

Au-delà des chiffres, c'est l'expérience de conduite qui s'avère transcendée. Le silence, déjà excellent sur l'hybride, devient ici total. L'absence de vibrations, la disponibilité instantanée du couple et la fluidité absolue de l'accélération procurent une sensation de zénitude incomparable. Mais la véritable avancée de cette version 2025 se situe au niveau du châssis. Les premières ë-C4 pouvaient souffrir de quelques percussions sur le train arrière, notamment à cause du poids des batteries. Les nouveaux sièges changent la donne, et le résultat est tout simplement magistral. Les suspensions à butées hydrauliques progressives gomment absolument tout. Les "coups" dans les vertèbres sur les saignées ou les ralentisseurs ont disparu. Le confort est, sans exagération, royal. La voiture flotte sur la route, offrant un toucher de route moelleux qui rappelle les plus grandes heures de la marque, la rigueur d'un châssis moderne en plus. La tenue de route est irréprochable, sécurisante en toute circonstance, et la voiture reste saine et prévenante, même lorsque l'on hausse le rythme. Ajoutons à cela des aides à la conduite de niveau 2 très bien calibrées, qui fonctionnent avec douceur et efficacité tant sur autoroute qu'en ville, et un bouton physique bien pratique pour désactiver (temporairement) les alertes de survitesse, et l'on



Avec cette nouvelle teinte Manhattan Green, la Citroën C4 se dote d'une couleur gris-vert très sobre qui lui apporte une touche d'élégance supplémentaire.

[Essai] Citroën ë-C4 156 : la meilleure C4 ?

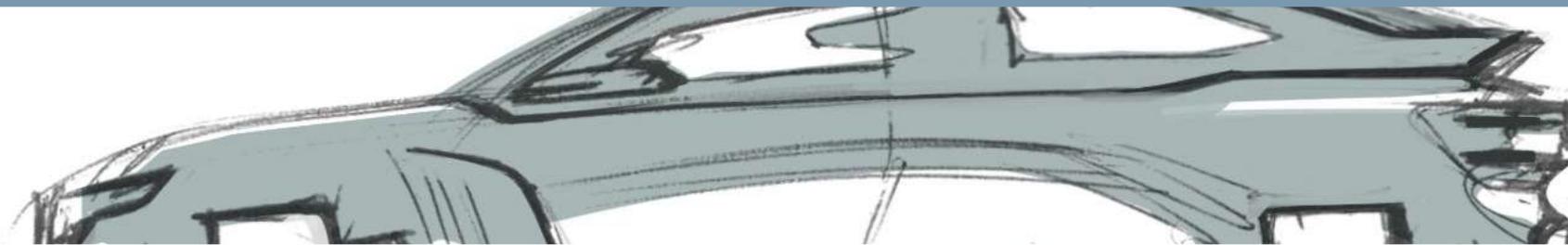


obtient sans doute l'une des machines à voyager les plus confortables et reposantes du marché, tous segments confondus. La ë-C4 156 n'est pas seulement une bonne voiture électrique ; elle est peut-être, tout simplement, la meilleure des C4.



Essai Citroën ë-C4 156 (2025) : mon avis détaillé

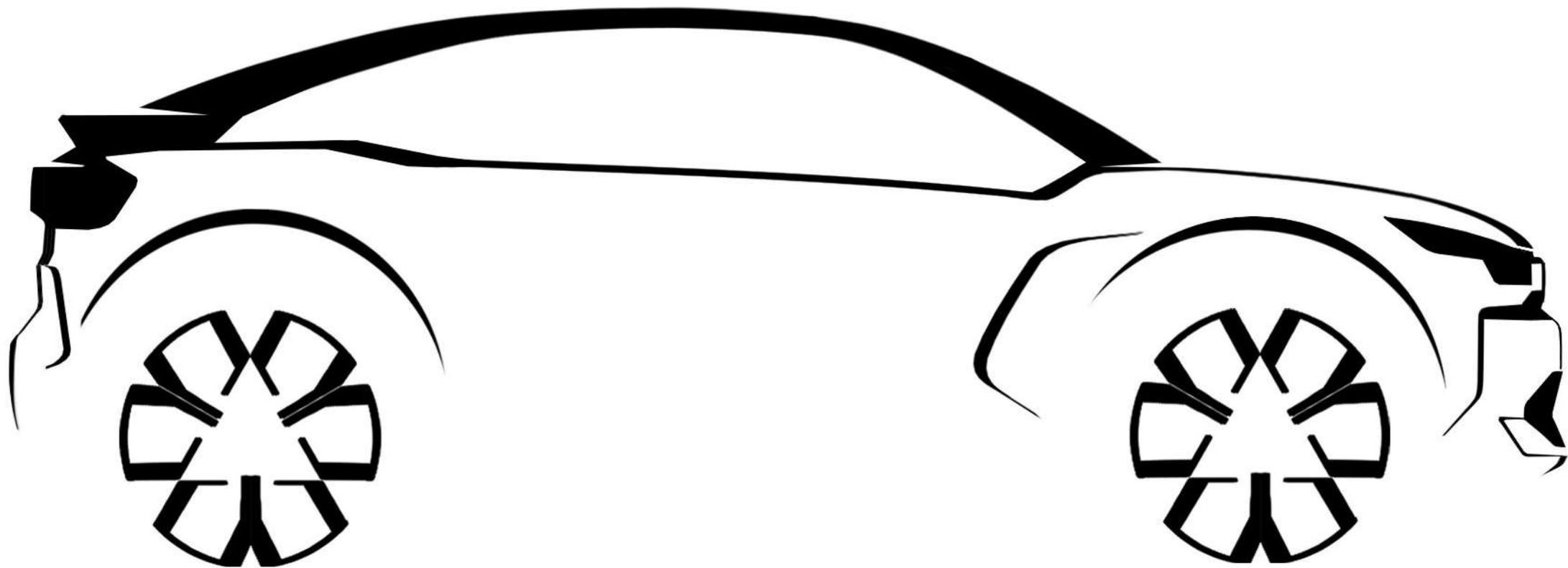
Une électrification réussie, deux philosophies convaincantes



Au terme de ce double essai, le bilan est limpide. Avec son restylage, la Citroën C4 ne se contente pas de corriger ses quelques défauts de jeunesse ; elle s'affirme, gagne en maturité et en élégance, et renforce ce qui a toujours fait sa plus grande force : un confort absolument hors normes. Le travail sur le design extérieur lui confère une nouvelle prestance, plus statutaire et consensuelle, sans jamais tomber dans la banalité. À l'intérieur, si l'on peut encore souhaiter une ambiance plus chaleureuse, l'espace royal et les améliorations pragmatiques en font un lieu de vie agréable et facile. Mais c'est bien par ses motorisations que cette C4 achève de convaincre. L'électrification lui sied à merveille, et Citroën a l'intelligence de proposer deux voies distinctes mais également pertinentes. La version Hybride 145 est une proposition d'une rare homogénéité. Douce, silencieuse, incroyablement sobre, elle représente le choix de la

polyvalence et de la sérénité pour ceux qui ne sont pas encore prêts ou en mesure de passer au tout électrique. Elle est, sans l'ombre d'un doute, une excellente berline compacte, capable de répondre à tous les besoins d'une famille.

De son côté, la ë-C4 156 est une révélation. En améliorant son efficacité, son autonomie et surtout, en portant son confort à un niveau d'excellence absolue, elle devient une offre majeure sur le marché des véhicules électriques. Elle incarne la vision la plus pure de l'automobile selon Citroën : un cocon protecteur qui vous isole du stress de la route pour ne garder que le plaisir de voyager. Chacune à leur manière, ces deux versions disposent de très beaux atouts. Elles prouvent que l'on peut concilier un style affirmé, un confort souverain et une efficacité bien réelle. Plus que jamais, la C4 est une proposition unique et attachante, une véritable Citroën.



Nouvelle Citroën C4 : les images exclusives du making-of du restylage



Sur ces maquettes quasiment définitives, on retrouve les grandes lignes de la face avant modifiée même si les détails sont différents tels que les lignes du bouclier qui sont différentes sur la version de série ainsi que le dessin de la grille d'aération beaucoup plus travaillé sur cette proposition.

Étude de la signature lumineuse pour la C4 restylée qui montre différentes formes dont certaines se rapprochent du nouveau C5 Aircross. Notez la forme du bandeau entre les feux, différente de la version de série.

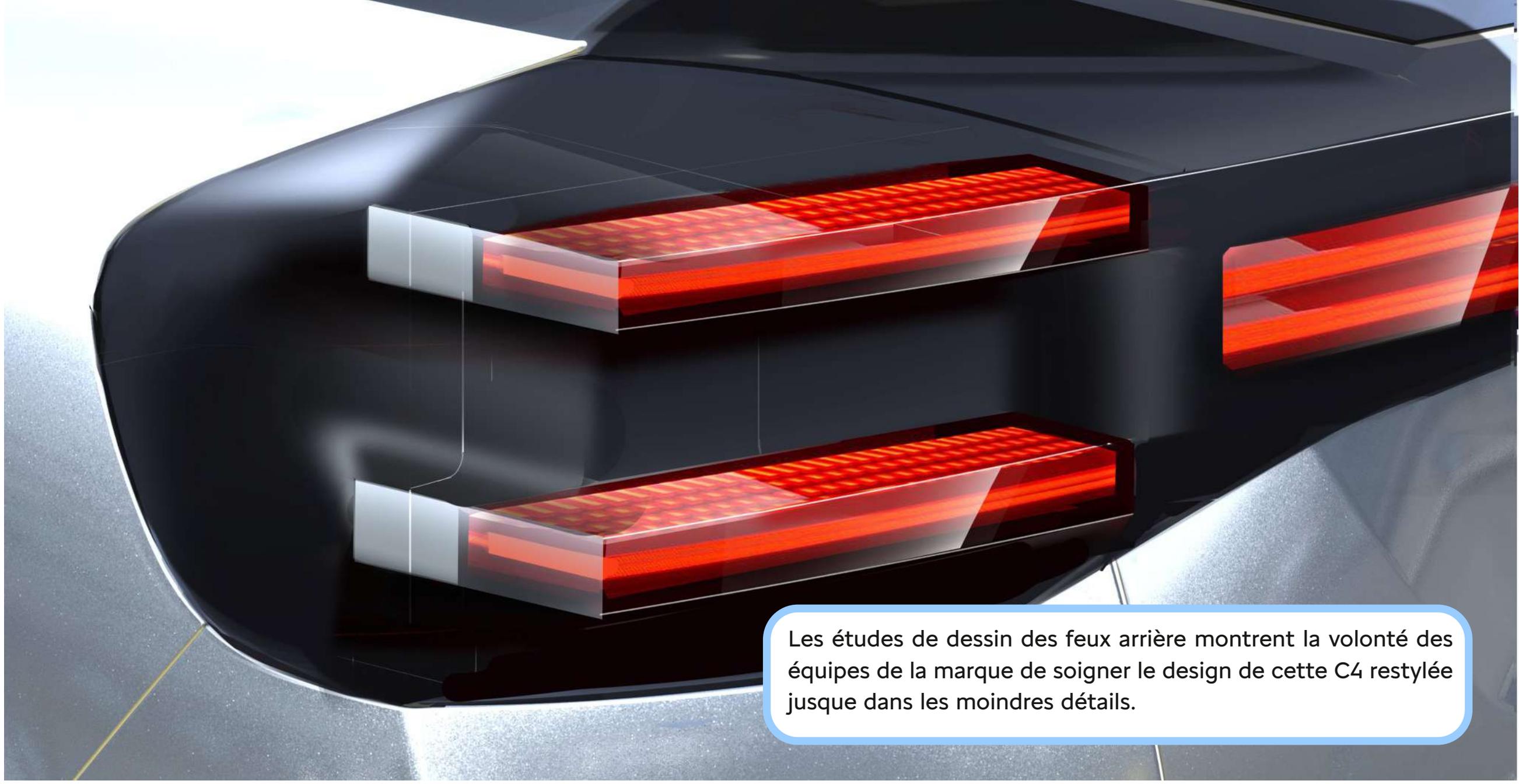


B

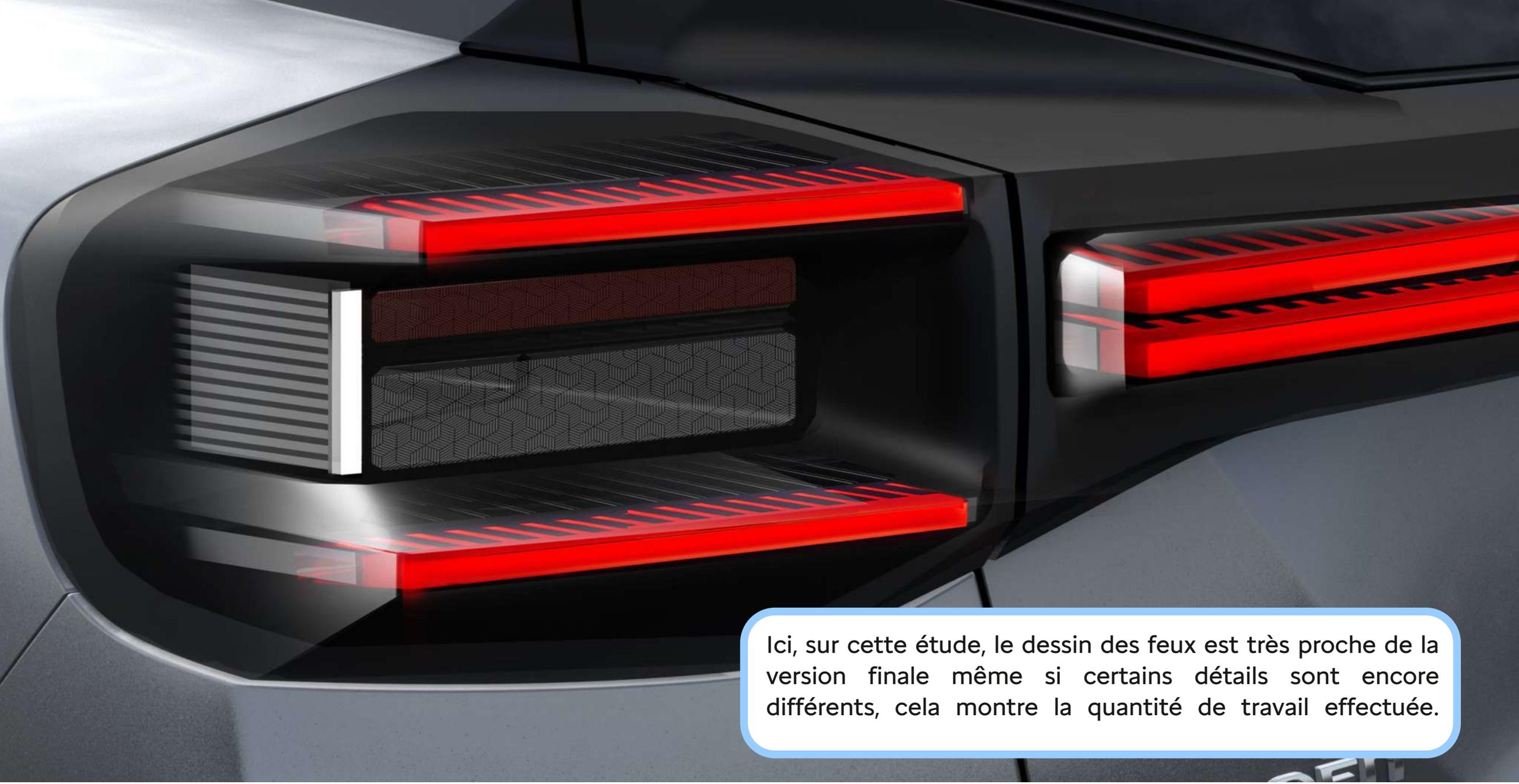


C





Les études de dessin des feux arrière montrent la volonté des équipes de la marque de soigner le design de cette C4 restylée jusque dans les moindres détails.



Ici, sur cette étude, le dessin des feux est très proche de la version finale même si certains détails sont encore différents, cela montre la quantité de travail effectuée.

Du dessin aux maquettes grandeur nature, le travail à la main est encore très présent dans les équipes de design. Notez le capot comportant encore l'encoche des chevrons, il sera modifié après pour adopter l'ovale du logo.



Les designers Antoine Gaillot-Drevon et Roman Egorov travaillent sur le restylage de la C4. Remarquez les différences sur le capot, le bouclier même si on est très proches de la version finale.





Le dessin des projecteurs a également été très travaillé, notez ici les différences par rapport à la version de série, le bandeau noir entre les feux, les barres leds ou leur dessin se prolongeant dans le projecteur.



Citroën
lifestyle

BOUTIQUE CITROËN LIFESTYLE

Découvrez tous les produits dérivés
Citroën et profitez de **10% de remise**
avec le code exclusif :

PASSION10

PROFITER DE L'OFFRE





Sketch officiel de la Citroën C4 X restylée



Citroën C4 X : la berline qui défie les conventions du marché

Citroën C4 X : la berline qui défie les conventions du marché

Dans la riche histoire de Citroën, marquée par l'audace et l'innovation, la lignée des berlines de gamme moyenne a toujours occupé une place centrale, souvent en rupture avec les normes de son époque. Avant même la C4, des modèles comme l'iconique GS, avec sa silhouette fastback et sa suspension hydropneumatique révolutionnaire, avaient déjà établi la réputation de la marque pour des berlines qui n'en étaient pas tout à fait, privilégiant l'aérodynamisme et le confort à la structure tricorps traditionnelle. Cette tradition de l'anticonformisme s'est perpétuée à travers la lignée C4. Depuis son lancement au début des années 2000, elle a systématiquement évité la carrosserie break, pourtant un incontournable en Europe, au profit de dérivés plus singuliers. La première génération a marqué les esprits avec un coupé au design fort, dont la lunette arrière reste un trait de style mémorable, et qui a permis de séduire une clientèle plus jeune et sensible au design. La deuxième génération, d'apparence plus sage, a servi de tremplin à une expérimentation encore plus poussée avec la naissance de la DS 4. Ce modèle n'était pas seulement une version premium, mais aussi une sorte de "berline haute sur pattes", un premier croisement des genres

qui préfigurait déjà la tendance actuelle du marché. C'est dans ce contexte historique que s'inscrit la Citroën C4 X. Apparue en 2022 pour accompagner la troisième génération de C4, elle n'est pas une simple déclinaison, mais l'aboutissement de décennies d'expérimentations. Elle se présente comme une synthèse ambitieuse, une tentative de fusionner en un seul véhicule des concepts à priori opposés : l'élégance statuaire d'une berline, la posture rassurante et la garde au sol d'un SUV, et le dynamisme d'un coupé fastback. Plus qu'une voiture, la C4 X est une proposition dont la pertinence et le positionnement complexe sur un marché en pleine mutation méritent une analyse approfondie.

Une genèse internationale, un destin européen contrasté

Le lancement de la Citroën C4 X en 2022 a immédiatement mis en lumière une stratégie produit à double détente. Son design, orchestré par les équipes de Pierre Leclercq, est volontairement hybride. La face avant est partagée avec la C4 à hayon, reprenant la signature lumineuse en V qui intègre les chevrons à la calandre. Cependant, à partir du montant central, tout change. La ligne de toit s'étire et plonge doucement vers



Reprenant la partie avant de la C4, portes avant comprises, la C4 X reprend à son compte le concept de berline surélevée mais y ajoute un troisième ingrédient avec une dose de coupé fastback du plus bel effet.

Citroën C4 X : la berline qui défie les conventions du marché

une malle arrière sculptée, créant une silhouette tricorps qui allonge le véhicule de 24 centimètres. Des éléments stylistiques, comme les protections de passages de roues et les bas de caisse en plastique noir, sont conservés pour asseoir visuellement la voiture et renforcer la perception d'une garde au sol généreuse, un attribut directement hérité du monde des SUV.

Cette conception n'est pas le fruit du hasard, mais la réponse à une ambition mondiale. La C4 X a été pensée pour être un pilier de la croissance de Citroën hors d'Europe, sur des marchés où la carrosserie berline à quatre portes conserve un prestige et une popularité que le hayon n'a jamais atteints. C'est notamment le cas en Turquie, en Afrique du Nord et au Moyen-Orient. Dans ces régions, la berline est souvent perçue comme plus statutaire, plus "sérieuse", et la hauteur de caisse supplémentaire de la C4 X est un atout non négligeable sur des réseaux routiers parfois dégradés. Le véhicule devait initialement être un fer de lance en Chine, mais la réorganisation stratégique du groupe Stellantis, optant pour une approche "asset-light" et une concentration sur d'autres

marques, a privé la C4 X de ce débouché majeur.

Ce revers a néanmoins permis de valider la pertinence du concept sur d'autres marchés. En Turquie, la C4 X a connu un succès commercial foudroyant, se hissant très rapidement parmi les meilleures ventes du pays. Ce résultat s'explique par une adéquation parfaite entre le produit et les attentes locales : un design valorisant, un grand coffre séparé, un espace intérieur généreux et un confort souverain, le tout à un tarif compétitif. Le marché européen, plus mature et plus attaché au pragmatisme du hayon, lui a réservé un accueil plus tiède. Évoluant dans l'ombre de sa sœur C4, la C4 X y mène une carrière discrète mais non négligeable. Fin mai 2025, elle représentait environ 15 % du mix des ventes de la famille C4 sur le continent, un chiffre qui masque des disparités. Si elle peine à convaincre dans certains pays du Nord, elle connaît une dynamique de croissance intéressante en France et surtout en Espagne, où ce type de carrosserie a toujours eu ses adeptes. Cette progression suggère qu'une frange de la clientèle européenne, peut-être lassée des SUV traditionnels, commence à voir en elle une alternative crédible et distinctive.



Présentée en juin 2022, la Citroën C4 X apparaissait donc deux ans après la C4 5 portes et portait déjà quelques éléments de style des équipes de Pierre Leclercq que l'on a, ensuite, retrouvé sur Oli notamment sur les feux arrière qui possèdent les trois points lumineux de la nouvelle signature visuelle.

Le profil de C4 X interpelle aussi avec une ligne de toit plongeante qui se termine quasiment sur le bout de la malle et qui lui donne un effet coupé fastback pour marier davantage les codes.





Présentée en juin 2022 avant le concept oli, la Citroën C4 en reprend cependant certains gimmicks comme la signature visuelle à trois points, bien visible à l'arrière.

Une proposition alternative face à l'hégémonie des SUV

L'analyse du positionnement de la C4 X révèle une stratégie complexe : elle ne se contente pas de concurrencer les rares berlines compactes restantes, mais vise directement le segment ultra-dominant des SUV. Plus précisément, elle se place en alternative aux SUV du segment C et à la niche en pleine croissance des SUV coupés. Son principal concurrent est ici le Renault Arkana, qui a brillamment réussi à populariser cette silhouette fastback surélevée. La C4 X attaque cependant le problème sous un angle différent. Là où l'Arkana est un SUV (basé sur la plateforme CMF-B du Captur) auquel on a greffé une carrosserie de coupé, la C4 X est une berline (basée sur la plateforme CMP) qui a été allongée et redessinée. Le résultat est une proposition qui cherche à combiner le meilleur des deux mondes : une conduite haute et une facilité d'accès proches d'un SUV, mais avec le centre de gravité plus bas et l'aérodynamisme plus favorable d'une berline.

Le point le plus débattu reste son coffre à malle. Objectivement, son ouverture est moins large que celle d'un

hayon, ce qui complique le chargement d'objets très volumineux comme un meuble en kit ou une grande cage de transport. C'est une concession claire au style et à la structure tricorps. Cependant, se focaliser sur cette seule contrainte serait occulter son principal avantage : le volume. Avec 510 litres, la C4 X domine sa catégorie. C'est 130 litres de plus que la C4 hatchback, et c'est équivalent, voire supérieur, à de nombreux SUV du segment (le Renault Arkana E-Tech hybride offre 480 litres, le Peugeot 3008 de génération précédente 520 litres). Pour une famille qui part en vacances, la capacité à loger de nombreuses valises et sacs l'emporte souvent sur la nécessité de transporter un vélo à l'intérieur du véhicule. Sa modularité, assurée par une banquette 2/3-1/3, reste efficace pour les objets longs.

Au-delà de ce débat, la C4 X capitalise sur un domaine où Citroën est maître : le confort. La promesse n'est pas seulement marketing, elle repose sur deux technologies spécifiques. Les suspensions à Butées Hydrauliques Progressives® ajoutent, de part et d'autre de l'amortisseur, deux butées hydrauliques – une pour la détente, une pour la



Rallongée de 24 centimètres par rapport à la C4, la Citroën C4 X dispose d'un coffre de 510 litres, bien carré dégageant une belle surface de chargement grâce à la découpe de la malle. La banquette est rabattable 2/3-1/3 pour augmenter le volume de coffre. Seul regret : l'utilisation de charnières, des vérins auraient été plus utiles.

Citroën C4 X : la berline qui défie les conventions du marché

compression. Sur les petites déformations, elles permettent une plus grande liberté de débattement, donnant cette impression de "tapis volant" qui gomme les aspérités de la route. Lors de chocs plus importants, elles ralentissent le mouvement de manière progressive, évitant les rebonds secs. L'autre pilier de ce confort est l'assise. Les sièges Advanced Comfort® sont conçus avec une mousse polyuréthane de différentes densités : une mousse de haute densité au cœur du siège pour assurer le soutien sur les longs trajets, et une mousse d'accueil plus souple en surface pour un confort immédiat. Cette combinaison, associée à un empattement généreux, procure un bien-être à bord qui la distingue nettement de ses concurrentes, souvent plus fermes dans leurs réglages. L'espace aux jambes à l'arrière, avec près de 198 mm de rayon aux genoux, est d'ailleurs l'un des meilleurs de la catégorie, un atout majeur pour une voiture à vocation familiale.

Un positionnement unique et un bilan nuancé

En conclusion, la Citroën C4 X s'affirme comme un véhicule singulier, une proposition délibérément à contre-courant dans

le paysage automobile actuel. Elle n'est ni une simple berline, ni un véritable SUV, mais un objet de synthèse qui tente de compiler les points forts de plusieurs catégories. Son identité repose sur cette nature hybride : elle offre une esthétique de berline statutaire, une position de conduite surélevée, un confort de premier ordre et un volume de coffre généreux, tout en acceptant le compromis d'une accessibilité de chargement inférieure à celle d'un hayon.

Son succès commercial, éclatant sur certains marchés et plus mitigé sur d'autres, illustre parfaitement ce positionnement clivant. La C4 X n'est pas une voiture de consensus. Elle s'adresse à une clientèle spécifique, celle qui valorise le confort sur de longues distances, l'espace pour les passagers et les bagages, et qui recherche une alternative stylistique à l'omniprésence des SUV. Le succès de modèles comme le Renault Arkana prouve qu'il existe un appétit pour ces silhouettes alternatives. Il serait donc réducteur et inexact d'attribuer le bilan européen de la C4 X à sa seule architecture de coffre. Ses nombreuses qualités intrinsèques sont réelles. Son avenir dépendra de la capacité de la marque à communiquer clairement sur les forces de ce véhicule

Citroën C4 X : la berline qui défie les conventions du marché



atypique et de la volonté des acheteurs de regarder au-delà des conventions. La C4 X n'est peut-être pas la réponse à toutes les attentes, mais elle pose une question pertinente : dans un monde automobile en pleine transition, le format le plus intelligent n'est-il pas celui qui ose réinventer les compromis ?



L'AVENTURE
CITROËN



Rejoignez L'Aventure Citroën en 2025
dès 59€/an

Avec la formule Membre actif et bénéficiez de réductions exclusives sur les pièces, l'entretien et vos entrées aux salons pour faire vivre la légende !

**Adhérez dès maintenant sur
laventure-association.com**



2005-2025 : Citroën, l'éternel renouveau

2005-2025 : Citroën, l'éternel renouveau

L'histoire des grands constructeurs automobiles n'est jamais un long fleuve tranquille. Elle est faite de cycles, d'audaces, de prises de risques et de périodes de grâce où l'inspiration semble jaillir de chaque bureau d'études. Pour un Citroëniste, cette réalité est encore plus prégnante, tant la marque aux chevrons a su, au fil de son histoire plus que centenaire, se réinventer, surprendre et tracer sa propre voie. Alors que l'année 2025 s'annonce comme un millésime d'une richesse exceptionnelle pour Citroën, avec une offensive produit spectaculaire, il est fascinant de constater que l'histoire, parfois, aime à se répéter. Le lancement des C4 et C4 X restylées, l'arrivée très attendue du nouveau C3 Aircross capable d'accueillir sept passagers, la maturité affirmée de l'iconique Ami et, en point d'orgue, le renouvellement complet du C5 Aircross, dessinent les contours d'une marque en pleine reconquête. Pourtant, ce feu d'artifice n'est pas sans nous rappeler une autre époque bénie. Il y a vingt ans, en 2005, Citroën connaissait une effervescence similaire, un élan créatif qui témoignait déjà de cette formidable et nécessaire volonté de se renouveler en permanence pour ne jamais cesser d'être Citroën. Vingt ans nous séparent, deux décennies de transformations profondes pour l'industrie automobile, mais la même flamme semble animer la marque. Plongeons avec passion dans ces deux époques charnières, miroirs d'une vitalité qui, décidément, est inscrite dans les gènes du double chevron.



2005, l'année d'une offensive totale et inspirée

Pour bien comprendre l'incroyable dynamique de l'année 2005, il faut remonter quelques mois en arrière, à l'automne 2004. Citroën vient de frapper un grand coup en lançant la C4 de première génération. Avec son style fort, son profil bicorps audacieux ou son élégante version coupé, et surtout son volant à moyeu fixe, elle incarne un retour à l'innovation visible et à la différenciation. Ce modèle, acclamé par la critique et le public, a posé les fondations d'une confiance retrouvée. L'année 2005 sera celle de la confirmation et de l'expansion, une véritable démonstration de force où Citroën a investi tous les segments du marché, du plus petit au plus grand, tout en continuant de faire rêver avec des concepts-cars visionnaires. Au bas de l'échelle, la marque a réalisé un coup de maître industriel et commercial : la Citroën C1. Née de l'alliance TPCA (Toyota Peugeot Citroën Automobile) avec ses sœurs quasi jumelles, la Peugeot 107 et la Toyota Aygo, la C1 n'était pas qu'une simple voiture. C'était une réponse intelligente et pragmatique aux défis de la mobilité urbaine. Compacte (à peine 3,43 mètres), incroyablement agile, économique et dotée d'une "bouille" sympathique avec ses grands phares

ronds, elle a immédiatement séduit une clientèle jeune et urbaine qui n'avait pas forcément Citroën sur son radar. Proposée en 3 et 5 portes, elle était l'incarnation de la voiture essentielle, maligne, sans fioritures inutiles mais pleine de charme. En s'aventurant avec un tel succès sur le segment A, Citroën ne se contentait pas de vendre des voitures ; la marque rajeunissait son image et préparait l'avenir en captant les clients de demain.

À l'exact opposé du spectre, 2005 a vu l'arrivée tant attendue de celle qui devait réincarner le très haut de gamme à la française : la Citroën C6. Attendre est un faible mot. Les passionnés espéraient depuis des années une digne héritière aux mythiques DS et CX ou XM. La C6 fut cette héritière, et de quelle manière ! Loin de singer les codes établis par la concurrence allemande, elle a proposé une vision unique, profondément Citroën. Son design, signé Jean-Pierre Ploué, était une sculpture. Un capot long et plongeant, un empattement immense garantissant une silhouette statutaire et un habitacle royal, et surtout, cette lunette arrière concave, clin d'œil direct à la CX. Entrer dans une C6, c'était pénétrer



Lancée en 2005, la Citroën C1 marquait le retour de Citroën sur le segment A, un marché encore porteur à l'époque. Deux générations plus tard, la C1 a disparu de la gamme, le manque de rentabilité du segment étant difficilement soutenable.



Vendue en carrosserie trois portes ou cinq portes, la Citroën C1 se différencie de sa cousine Peugeot 107 uniquement par sa face avant. Seule la Toyota Aygo était très différente.

2005-2025 : Citroën, l'éternel renouveau

dans un cocon de luxe et de technologie. La planche de bord épurée, les matériaux nobles, les sièges dignes d'un salon et, bien sûr, la fameuse suspension Hydractive 3+ à flexibilité et amortissement pilotés offraient un confort impérial, ce fameux effet tapis volant à son paroxysme. Technologiquement, elle était à la pointe avec, pour la première fois en Europe sur une voiture française, un affichage tête haute (Head-Up Display) qui projetait les informations essentielles sur le pare-brise, et le système d'Alerte de Franchissement Involontaire de Ligne (AFIL) qui faisait vibrer le siège du conducteur. Propulsée par de nobles motorisations V6 (essence et le tout nouveau diesel HDi), la C6 n'était pas une voiture de volume, mais une voiture d'image. Un étendard, la preuve que Citroën pouvait et savait encore faire du grand, du beau, du différent. Entre ces deux extrêmes, Citroën a également consolidé son cœur de gamme avec le restylage de la C5. Plus qu'un simple coup de crayon, cette évolution de mi-vie a transfiguré le modèle. La face avant, plus agressive et statutaire, adoptait de nouveaux projecteurs en forme de boomerang et une calandre plus affirmée. L'arrière était également redessiné, conférant à la berline et au break une élégance nouvelle. Mais c'est surtout

sur le plan technologique que cette C5 a marqué les esprits. Elle a démocratisé des équipements jusqu'alors réservés à la C6, comme les projecteurs directionnels bi-xénon ou le système AFIL, renforçant son image de routière sûre et sereine. Sous le capot, de nouvelles motorisations HDi, dont le performant 2.0 HDi 138 ch, et une nouvelle boîte automatique à six rapports sur le V6 essence, venaient parfaire ses qualités dynamiques. Toujours dotée de la suspension Hydractive 3, elle restait la référence absolue du confort dans sa catégorie, une proposition unique sur un marché de plus en plus obsédé par la fermeté.

Cette réalité produit était sublimée par une créativité débridée, incarnée par deux concept-cars majeurs présentés cette année-là. Le C-Airplay, dévoilé au salon de Bologne, était une vision pétillante et optimiste de la petite citadine. Avec sa forme de galet, ses larges surfaces vitrées et ses étonnants hublots en bas des portières pour "voir la route défiler", il jouait la carte de la fraîcheur et de la technologie ludique. À l'intérieur, son ambiance colorée et son volant regroupant l'essentiel des commandes préfiguraient une nouvelle



20 ans après sa commercialisation, la Citroën C6 reste toujours aussi moderne, c'est le signe d'une grande Citroën.



En digne descendante d'une longue tradition de grandes berlines aux chevrons, la Citroën C6 innove avec un style bien à elle, une lunette arrière concave, des feux en boomerang et la fameuse suspension hydractive 3+.

2005-2025 : Citroën, l'éternel renouveau



approche du design intérieur. Plus important encore, le C-Sportlounge, star du salon de Francfort, a laissé une empreinte indélébile. Ce grand coupé quatre portes, athlétique, racé, avec ses portes arrière antagonistes et son poste de pilotage inspiré de l'aviation, n'était rien de moins que l'annonce quasi-transparente de la future DS5. Il mariait l'élégance d'un Grand Tourisme à la polyvalence d'une berline, avec un soin du détail et une audace stylistique qui laissaient présager le retour d'une ambition "premium" chez Citroën. En 2005, la marque ne se contentait pas de produire, elle rêvait et nous faisait rêver avec elle.



Le Citroën C-Airplay concept proposait la vision de la marque d'une berline du segment A et, surtout, la future face avant du Citroën C4 Picasso.

2025, le temps de la reconquête électrique et identitaire

Vingt ans plus tard, le contexte a radicalement changé. L'électrification est devenue le nouveau paradigme, la connectivité une évidence et la concurrence mondiale plus féroce que jamais. Pourtant, la stratégie de Citroën en 2025 présente des similitudes troublantes avec celle de 2005. Après avoir, une fois de plus, posé un acte fondateur en 2024 avec la nouvelle génération de C3 et sa version électrique ë-C3 au positionnement tarifaire agressif, Citroën déploie en 2025 une offensive d'une ampleur rare, touchant à nouveau tous les segments stratégiques et affirmant une identité retrouvée. Le coup d'envoi de ce renouveau est donné par un objet de mobilité unique qui a déjà conquis les villes : Ami. En 2025, le quadricycle électrique ne se repose pas sur ses lauriers et s'offre un restylage qui lui confère plus de maturité. La face avant est redessinée, plus structurée, intégrant avec fierté le nouveau logo de la marque. Il ne s'agit pas de révolutionner un concept déjà génial, mais de le pérenniser, de le rendre encore plus désirable. Surtout, la famille s'agrandit avec la généralisation de la version Ami Buggy. Plus qu'une simple déclinaison, cette version sans portes, au look de baroudeur

des plages, est une ode à la liberté et aux loisirs. Elle démontre que la mobilité électrique minimaliste peut aussi être fun et passionnante, élargissant le champ des possibles bien au-delà du simple trajet utilitaire.

En cœur de gamme, les Citroën C4 et C4 X évoluent en profondeur. Le restylage de 2025 n'est pas anecdotique, il est identitaire. En adoptant la nouvelle face avant, plus verticale et affirmée, avec la signature lumineuse à trois segments et le logo néo-rétro, les deux silhouettes gagnent un caractère indéniable. Elles s'intègrent parfaitement dans la nouvelle famille Citroën, créant une cohérence stylistique forte. Au-delà du design, elles conservent ce qui fait leur force et leur unicité sur le marché : le programme Citroën Advanced Comfort. Les suspensions à Butées Hydrauliques Progressives et les sièges Advanced Comfort continuent d'offrir une expérience de conduite filtrée et un bien-être à bord sans équivalent. Proposées en motorisations thermiques, hybrides et 100% électriques, elles incarnent une vision moderne de la berline, confortable, stylée et polyvalente.

Mais le véritable choc des nouveautés se situe sur le segment



Le nouveau Citroën C5 Aircross soigne son style, mise sur l'aérodynamisme et le confort pour séduire, une vraie Citroën en somme.



Proposer une nouvelle vision de la mobilité urbaine, voilà rien de moins que la mission de la Citroën Ami, qui est allée plus loin en la révolutionnant. Style asymétrique, hyper accessible : une vraie audace que seule Citroën pouvait se permettre.

2005-2025 : Citroën, l'éternel renouveau

des SUV, vital pour tout constructeur. Le nouveau Citroën C3 Aircross change radicalement de dimension et d'ambition. Basé sur la plateforme "Smart Car", comme sa petite sœur C3, il grandit de manière spectaculaire pour atteindre 4,39 mètres. Ce changement de gabarit lui permet de s'affirmer avec un style de SUV beaucoup plus robuste et, surtout, de réaliser une prouesse sur le segment B : proposer jusqu'à 7 places. Cette offre inédite vient directement concurrencer des modèles de la catégorie supérieure et répond à un besoin réel des familles. Fidèle à la nouvelle stratégie de la marque, il rend l'électrification accessible avec une version e-C3 Aircross promettant une autonomie pertinente pour un usage familial, aux côtés d'une motorisation hybride efficiente. Confort, espace, modularité et accessibilité : le C3 Aircross a tous les atouts pour devenir un best-seller.

Enfin, le sommet de cette offensive 2025 est le renouvellement complet du Citroën C5 Aircross. Et là encore, la rupture est saisissante. Fini les rondeurs et la douceur du premier opus, place à un style beaucoup plus fort, tendu et statuaire. Les images révèlent un design anguleux, une face avant puissante

et une posture qui en impose. Il grandit lui aussi pour mieux asseoir sa domination en matière d'espace intérieur et de volume de coffre, des points sur lesquels il excellait déjà. Mais la plus grande révolution se trouve sous le capot. Aux côtés de motorisations hybrides légères et hybrides rechargeables à l'autonomie électrique accrue (près de 90 km), il accueille pour la toute première fois une motorisation 100% électrique. En proposant une telle version sur son SUV familial, Citroën franchit une étape décisive et se positionne comme un acteur majeur de la transition énergétique sur le segment le plus populaire en Europe. Ce nouveau C5 Aircross n'est pas seulement un SUV ; il est le porte-drapeau technologique et stylistique du renouveau de Citroën.

Conclusion : quand l'histoire inspire l'avenir

À vingt ans d'intervalle, le parallèle est saisissant. En 2005 comme en 2025, Citroën a démontré une capacité de renouvellement et une force de frappe exceptionnelles. Ces deux millésimes témoignent d'une stratégie globale, où la marque n'hésite pas à investir simultanément tous les fronts : la voiture d'entrée de gamme maligne (C1 / nouvelle C3), le cœur

Proposer une voiture polyvalente, électrique fabriquée en Europe, sans aucun compromis sur le style, le confort ou l'habitabilité et le tout en la rendant parmi les plus accessibles était une mission à risque que seul Citroën pouvait savoir accomplir.



2005-2025 : Citroën, l'éternel renouveau



de gamme confortable et identitaire (C5 restylée / C4 restylée), le vaisseau amiral statutaire (C6 / nouveau C5 Aircross) et les concepts qui ouvrent la voie. La différence fondamentale, bien sûr, réside dans la réponse technologique : là où 2005 voyait l'apogée du diesel HDi et des innovations de confort mécanique, 2025 célèbre l'avènement de l'électrique et de l'hybride accessible, du confort global et de la connectivité.

Vingt ans nous séparent, mais l'histoire semble se répéter. Après le formidable élan de 2005, Citroën a connu des années de succès, avec des modèles iconiques et une image renforcée. Le renouveau spectaculaire auquel nous assistons en 2025, qui s'appuie sur un ADN de marque clarifié autour du confort, de l'audace et de l'accessibilité, laisse espérer une aussi belle, sinon une plus grande réussite encore. Pour nous, passionnés, c'est la confirmation que les chevrons, décidément, n'ont pas fini de nous surprendre et de tracer une route unique dans le paysage automobile. Et c'est précisément pour cela que nous aimons tant cette marque.

nouvelle Citroën ami buggy

100% électrique



À PARTIR DE

74€

/ MOIS ⁽¹⁾

après un apport de 350 €
LLD 36 mois / 15 000 km

Autonomie des Citroën Ami - 150 km pour 140 kWh

A 0g CO₂/km

B

C

D

E

F

G

Modèle présenté : Nouvelle AMI Buggy pack Palmeira à partir de 86,40€/mois, après un apport de 350€ - LLD 36 mois / 15 000 km. (1) Exemple pour la Location Longue Durée 36 mois et 15 000 km d'une Nouvelle ami Buggy neuve, hors prestations facultatives, soit un 1^{er} loyer de 350€ suivi de 35 loyers mensuels de 75 €. Montants exprimés TTC et hors prestations facultatives. Vous disposez du délai légal de rétractation. Offre non cumulable valable jusqu'au 31/08/25, réservée aux particuliers pour un usage privé, et sous réserve d'acceptation par CREDIPAR, dénomination commerciale Stellantis Finance & Services, SA au capital de 138 517 008 € - 317 425 981 RCS Versailles - 43 rue Jean Pierre TIMBAUD 78300 POISSY - N° ORIAS : 07 004 921.



CITROËN

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer



En octobre 2024, Éric Vigouroux et son équipe lancent le pari fou de rendre hommage à la fameuse Croisière Noire en traversant l'Afrique du nord au sud en Citroën Ami. Une folle aventure humaine et électrique que je vous propose de redécouvrir au travers des plus belles images.



LA CROISIÈRE
WESTE
2024

45
SU

BOXI
A LA CARTE

G
CITROËN

GN - 77
625-RA

ACI
AMICALE
CITROËN
INTERNATIONALE

BOXI

G
FY
082 GC

BOXI





A CROISIELE VERTE 2024

GD 289-1 F

EQUIP AUTO

SUNPOWER

LAURENTE 2024

BE 786-P

ERIC



TEMPA

MAPA
AFRICA
2024

EQUIP AUTO

AXA

SUNPOWER
FROM MAXEON SOLAR TECHNOLOGIES

NIMBUS
AUTO SOLAR



SUNPOVE

LA CROISIÈRE
VERTE
2024

GN
625-RA













EQUIP AUTO



SUNPOWER

FROM MAXCON SOLAR TECHNOLOGIES



NIMBUS



GN
625 AA

LA CROISIÈRE
VERTE
2024

GU
289-LF

www.power



