

— Être — Citroëniste

N°5 Mai 2026

DOSSIER

VAN

& VOYAGE



et aussi
LA SÉRIE COLLECTION / L'AMI RIP CURL / L'HIS-
TOIRE DE L'AX

EDITO N°5

C'est avec beaucoup de joie que je vous retrouve pour vous présenter ce tout nouveau numéro d'Être Citroëniste, le magazine qui bat au rythme du cœur des passionnés de la marque aux deux chevrons. Dans le précédent numéro, nous avons pris le temps d'explorer ensemble la genèse passionnante du concept ELO, ce manifeste de liberté qui a su captiver les esprits par son audace et sa vision novatrice de l'évasion automobile. Aujourd'hui, nous franchissons une étape supplémentaire dans cette quête du voyage en mettant à l'honneur la véritable star de cette édition : le Citroën Holidays, un véhicule qui marque un tournant historique pour la marque.

Ce numéro est l'occasion idéale de plonger dans l'univers du van aménagé, une aventure que Citroën a patiemment construite à travers une série de concepts audacieux avant de donner naissance à ce premier modèle vendu directement dans le réseau. Je vous propose de redécouvrir ces étapes clés, ces prototypes qui ont servi de laboratoires d'idées pour aboutir à une solution de voyage clé en main, alliant le confort moderne à l'esprit

d'aventure qui a toujours défini l'ADN de la marque. Le Citroën Holidays n'est pas seulement un véhicule de loisirs, il est l'aboutissement d'une réflexion profonde sur l'autonomie et le plaisir de conduire, offrant aux utilisateurs une flexibilité sans précédent.

Au-delà de cette invitation au voyage, ce numéro témoigne également de la vitalité exceptionnelle d'un constructeur plus en forme que jamais, qui continue de se renouveler avec une énergie débordante. Vous retrouverez dans ces colonnes un tour d'horizon complet des actualités brûlantes, notamment avec l'arrivée de la série spéciale Collection qui vient sublimer les silhouettes des C3, C3 Aircross et C4 par des finitions soignées et un équipement enrichi. Nous reviendrons aussi sur la concrétisation en série de l'AMI Rip Curl, ce petit quadricycle électrique qui, après avoir séduit le public sous forme de concept en octobre dernier, s'apprête désormais à investir les rues avec son style décalé et sa philosophie résolument tournée vers le loisir.

Enfin, Être Citroëniste demeure avant tout un espace de partage où nous tenons à vous donner la parole, car c'est votre passion qui anime ces pages et fait vivre la légende au quotidien. Nous mettons un point d'honneur à valoriser le travail remarquable des nombreux clubs et agents qui, par leur dévouement et leur expertise, font de Citroën une marque absolument hors norme dans le paysage automobile mondial. Je vous souhaite une lecture aussi agréable que passionnante au fil de ces pages et je vous donne d'ores et déjà rendez-vous en juillet prochain pour la sortie du numéro 6.





Un studio graphique
qui ne se prend pas pour dieu
mais qui a du chien !

Vous avez besoin :

**Identité graphique / logo /
projet print & digital / website**

Nous sommes à votre écoute !



www.godordog.com



Sommaire



Édito

Être Citroëniste

**Série Collection Citroën : présentation
détaillée**

Interview

AMI Rip Curl

Citroën Holidays :

Citroën Rip Curl concept

Citroën The Citroëniste concept

Citroën Type Holidays concept

Essai complet Citroën Holidays

Dans le rétro : l'histoire de la Citroën AX



«Être Citroëniste



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 écoresponsable. 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 !

Série collection

Nouvelle signature pour les

C3, C3 Aircross et C4



L'histoire de Citroën ne s'écrit pas seulement à travers ses innovations technologiques de rupture, de la Traction Avant à la DS. Elle s'écrit aussi par sa capacité unique à créer des rendez-vous émotionnels avec son public au travers de séries limitées et spéciales. Depuis maintenant cinquante ans, cette tradition est devenue une véritable signature pour la marque aux chevrons, une manière de célébrer l'attachement de ses clients tout en réinterprétant ses modèles sous un angle nouveau, souvent plus

audacieux ou plus raffiné. Tout a véritablement commencé au milieu des années soixante-dix, lorsque la marque a compris que l'automobile n'était pas qu'un simple objet de mobilité, mais un prolongement de la personnalité de son conducteur ; on se souvient alors de la 2CV Spot de 1976, première du genre, qui allait ouvrir la voie à des icônes telles que la Charleston ou, plus tard, les collaborations prestigieuses avec le monde de la mode et du design. Aujourd'hui, après avoir opéré un renouvellement

complet et spectaculaire de sa gamme en l'espace de seulement deux ans, Citroën prouve qu'elle ne compte pas se reposer sur ses lauriers malgré le succès critique et commercial de ses nouveaux bébés. Pour animer ce début d'année 2026, le constructeur lance une offensive stratégique majeure avec une série transversale sobrement baptisée « Collection », qui s'applique simultanément aux nouvelles C3, C3 Aircross et à la C4. Cette démarche, à la fois élégante et pragmatique, vise à marier le raffinement esthétique à une accessibilité financière exemplaire, offrant ainsi aux passionnés comme aux néophytes une opportunité de rouler dans un véhicule suréquipé

La nouvelle C3 Collection ou l'art de sublimer la citadine de référence

La quatrième génération de la C3 a déjà bousculé les codes du segment B par son design inspiré du concept-car Oli et son approche «confort pour tous», mais cette déclinaison Collection vient y ajouter une dose de sophistication qui manquait peut-être aux finitions plus conventionnelles. Construite sur la base du niveau de finition Plus, cette version bénéficie d'améliorations notables qui transforment l'expérience à bord tout en affirmant un caractère extérieur plus dynamique et affirmé. L'élément visuel le plus frappant réside sans doute dans l'adoption des jantes en alliage 17 pouces Atacamite peintes en noir, lesquelles, combinées aux vitres arrière surteintées, confèrent à la citadine une allure nettement plus haut de gamme et robuste. Le souci du

détail se niche également dans les Color Clips Infra Rouge, ces inserts colorés interchangeables situés sur le bouclier avant et la custode arrière, qui rappellent avec subtilité l'héritage chromatique de la marque tout en apportant une touche de modernité bienvenue. À l'intérieur, l'habitacle change de dimension grâce à l'ambiance Urban Blue qui habille avec élégance l'assise, le centre du dossier des sièges, mais aussi la planche de bord et les accoudoirs, créant ainsi une atmosphère à la fois apaisante et technologique. Pour parfaire cette présentation, des surtapis spécifiques dotés de surpiqûres Infra Rouge et du marquage du modèle viennent protéger le sol, témoignant d'une finition soignée jusque dans les moindres recoins. Sur le plan technologique, la C3 Collection ne se contente pas de paraître, elle enrichit sa dotation de série pour faciliter la vie urbaine en intégrant désormais la

Le C3 collection joue les petites huppées



Des jantes de 17 pouces procurent à la C3 un aspect plus haut de gamme

Série Collection



**Une dotation
revue à la
hausse**

**avec toujours une
politique tarifaire
agressive**

caméra de recul ainsi que les lève-vitres arrière électriques, des équipements qui deviennent rapidement indispensables au quotidien. Mais l'un des arguments les plus percutants de cette série spéciale réside dans sa politique tarifaire agressive et l'avantage client qu'elle génère : Citroën a en effet décidé d'offrir les teintes de carrosserie sur ce modèle, permettant de choisir entre le Gris Mercury, le Rouge Elixir, le Bright Blue, le Blanc Banquise ou le Noir Perla Nera sans aucun surcoût. Cette gratuité de la peinture, cumulée aux équipements additionnels, réduit considérablement l'écart de prix avec la finition haut de gamme Max, rendant cette Collection

particulièrement attrayante pour l'acheteur rationnel. Sous le capot, la flexibilité reste de mise avec trois motorisations pensées pour tous les usages, à commencer par le bloc thermique Turbo 100 ch associé à une boîte manuelle pour une accessibilité maximale à 19 700 €. Pour ceux qui recherchent davantage de douceur en ville, la version hybride 110 ch avec sa boîte automatique est proposée à 22 600 €, tandis que la déclinaison 100 % électrique de 113 ch, affichant jusqu'à 460 km d'autonomie en cycle urbain, couronne l'offre à 27 050 €, prouvant que l'électrification peut rimer avec élégance et budget maîtrisé.



C3 Aircross Collection : le SUV urbain franchit un nouveau cap technologique

Le grand frère de la C3, le C3 Aircross, profite lui aussi de cette dynamique de début d'année pour renforcer ses arguments de vente au travers de cette série Collection qui lui sied à merveille. Ce SUV, qui mise avant tout sur l'espace à bord et le confort, reçoit ici une dotation d'équipements qui le place au sommet de sa catégorie en termes de rapport prix-prestations, notamment grâce à une nouveauté très attendue par les utilisateurs réguliers. En effet, le C3 Aircross Collection inaugure pour la toute première fois sur ce modèle le système d'Accès et Démarrage Mains Libres (ADML) sur ses motorisations hybrides et électriques, un équipement de confort qui transforme radicalement l'interaction avec le véhicule au moment de charger les courses ou d'installer des enfants à bord. Esthétiquement, le SUV se distingue par une signature graphique qui lui est propre, arborant fièrement un sticker « AIRCROSS » au bas des portières avant, complété par un motif de dégradé sur le montant de custode arrière qui dynamise sa silhouette. Les jantes en alliage 17 pouces Aragonite, finies en noir brillant, s'associent parfaitement aux Color Clips Infra Rouge pour créer un contraste visuel saisissant, surtout lorsqu'elles sont mariées à la nouvelle teinte Bright Blue qui fait son apparition au catalogue spécifiquement pour cette occasion.

L'ambiance intérieure Urban Blue, identique à celle de sa petite sœur, apporte cette touche de fraîcheur et de qualité perçue avec ses tissus bleutés sur les sièges Advanced Comfort et la planche de bord, offrant ainsi un cocon protecteur contre le stress de la circulation routière. Les passagers apprécieront également les surtapis dédiés qui renforcent l'aspect exclusif de cette série, tandis que la dotation de base, déjà généreuse sur le niveau Plus, inclut de série la caméra de recul et les vitres électriques à l'arrière. La gamme de motorisations est ici encore

Des stickers pour dynamiser la ligne du C3 Aircross



L'arrivée du système d'Accès et Démarrage Mains Libres était attendu.

plus vaste pour coller aux besoins des familles ou des gros rouleurs, débutant avec le Turbo 100 ch à 23 650 €, suivi des excellentes motorisations hybrides de 110 ch (26 650 €) et 145 ch (28 000 €) qui offrent une polyvalence remarquable sans les contraintes de la recharge. Enfin, pour les adeptes de la mobilité zéro émission, la version électrique de 113 ch avec son autonomie étendue —

capable de parcourir jusqu'à 550 km en milieu urbain — est affichée au tarif de 33 050 €, une proposition très compétitive pour un véhicule de ce gabarit bénéficiant d'un tel niveau d'équipement et de confort, d'autant que, comme pour la C3, la peinture métallisée est ici offerte pour maximiser l'économie réalisée par le client.

Série Collection

Citroën C4 Collection 2026 : la connectivité et le raffinement au sommet

Si la série Collection sur les modèles du segment B joue la carte du dynamisme, elle prend une tournure nettement plus technologique et feutrée sur la C4, qui continue de séduire par son concept unique de berline surélevée au confort souverain. Pour cette édition 2026, la C4 Collection se concentre sur l'amélioration de l'interface homme-machine et sur la connectivité, des éléments devenus primordiaux pour les clients du segment C. Elle intègre ainsi de série le système de navigation 3D connectée TomTom sur un magnifique écran central tactile haute définition de 10 pouces, lequel est pilotable par une reconnaissance vocale en langage naturel d'une fluidité exemplaire. Le conducteur fait face à un combiné numérique Digital Cluster de 7 pouces qui modernise l'affichage des informations de conduite, tandis que le système d'Accès et Démarrage Mains Libres vient compléter une panoplie technologique déjà riche, comprenant également la caméra de recul avec la fonction Top Rear Vision pour des manœuvres en toute sécurité. L'esthétique n'est pas en reste puisque la C4 arbore des jantes en alliage 18 pouces Amber noires qui remplissent parfaitement les passages de roues, accentuant son côté robuste et élégant, le tout souligné par les inserts Infra Rouge situés derrière les protections latérales.



L'accent est mis sur la technologie

L'intérieur de la C4 Collection est un véritable hommage au savoir-faire de Citroën en matière de bien-être à bord, reprenant notamment la planche de bord de la finition Max ornée d'un grain spécifique qui reproduit avec finesse le motif des chevrons. L'ambiance Urban Blue se déploie ici sur des sièges spécifiques ainsi que sur les panneaux de porte, créant un ensemble cohérent.

Série Collection

L'ambiance Urban blue réchauffe et participe au confort royal de la C4.



Comfort, procurent cette sensation de «tapis volant» si chère aux Citroënistes de cœur. Pour cette berline, le choix des couleurs se porte sur le Noir Perla Nera, le Gris Mercury, le Bleu Eclipse ou le Blanc Okenite, avec une particularité notable : le toit bi-ton est ici proposé de série, ce qui accentue encore l'aspect haut de gamme du modèle. Sous le capot, la sélection se veut résolument moderne avec l'abandon du pur thermique au profit de la motorisation hybride

145 ch, proposée à 33 750 €, offrant un agrément de conduite et une sobriété de premier ordre. La version électrique, forte de 156 ch et d'une batterie offrant une autonomie combinée de 416 km, est quant à elle affichée à 37 450 €, représentant ainsi le sommet de cette Collection 2026 en termes de prestations dynamiques et de silence de fonctionnement.

Une offensive stratégique qui place le client au centre des priorités

En conclusion de ce tour d'horizon complet, il apparaît clairement qu'avec cette série spéciale Collection, Citroën ne se contente pas d'ajouter quelques badges sur une carrosserie, mais propose une véritable réflexion sur la valeur réelle offerte à ses conducteurs pour ce début d'année. Cette série transversale réussit le tour de force d'être toujours plus accessible tout en intégrant les équipements les plus recherchés, habituellement réservés à la finition haut de gamme Max, créant ainsi un «cœur de gamme» particulièrement désirable. Le choix de l'ambiance intérieure Urban Blue est un pari réussi, apportant une clarté et une valorisation visuelle immédiate qui transforme la perception de l'habitacle dès que l'on ouvre la portière. Sur le plan du style, l'équilibre est parfait entre la sportivité suggérée par les jantes noires et la gaieté apportée par les Color Clips rouges, une recette qui fonctionne sur les trois modèles de manière harmonieuse. Enfin, l'argument massue de la peinture gratuite finit de convaincre que cette Collection est sans doute l'une des meilleures opportunités du moment pour qui souhaite acquérir une Citroën neuve, alliant la fraîcheur d'une gamme fraîchement renouvelée à l'intelligence d'un achat malin et passionné.

Nouveauté

Le monde de l'automobile, et plus particulièrement celui de la micro-mobilité, s'apprête à accueillir une nouvelle déclinaison qui promet de faire souffler un vent de liberté sur nos boulevards citadins. Après avoir captivé les regards et nourri les imaginaires en novembre dernier lors de la présentation du concept car Ami Rip Curl vision, Citroën revient aujourd'hui sur le devant de la scène pour nous dévoiler la version de série de cette collaboration tant attendue. Si certains puristes pourront, au premier abord, noter une certaine retenue stylistique par rapport à l'extravagance débridée du concept initial, la Citroën Ami Rip Curl de production n'en demeure pas moins une proposition extrêmement pertinente et révélatrice de la maturité acquise par l'objet de mobilité de la marque aux chevrons. En passant du rêve à la réalité, Citroën ne se contente pas de livrer une édition limitée supplémentaire, mais affine la philosophie de son petit quadricycle en lui insufflant une âme voyageuse et technique, tout en conservant les attributs pratiques qui font sa force au quotidien. Cette version de série, bien que plus sage que le concept initial, nous raconte une histoire fascinante sur la capacité d'Ami à se réinventer sans cesse pour coller aux aspirations de personnalisation d'une clientèle toujours plus exigeante et passionnée.



Ami Rip Curl

**l'esprit du surf s'invite avec
style dans la jungle urbaine**

Nouveauté



lancement pour intégrer un tout nouveau combiné d'instrumentation numérique. Exit l'écran plus modeste des débuts, place à une dalle de 5,7 pouces qui transforme radicalement l'expérience à bord. Ce nouvel écran, à l'affichage coloré et à la lisibilité nettement accrue, modernise instantanément l'interface entre l'homme et la machine. Avec une richesse graphique supérieure, il permet de consulter les informations essentielles à la conduite avec un confort inédit, prouvant que même un véhicule minimaliste peut bénéficier des dernières avancées technologiques pour améliorer la vie quotidienne de ses utilisateurs. Ce saut qualitatif dans le cockpit symbolise la volonté de la marque de ne jamais laisser Ami stagner, en l'équipant progressivement d'attributs qui montent en gamme sans pour autant trahir sa promesse de simplicité et d'accessibilité.

Une esthétique affirmée entre héritage ténébreux et dynamisme retrouvé

Pour comprendre la genèse visuelle de cette nouvelle édition, il convient de se pencher sur les succès récents qui ont jalonné la jeune mais riche carrière d'Ami. La base choisie pour cette collaboration avec Rip Curl ne doit rien au hasard puisqu'elle reprend la robe noire profonde de la version « Dark side ». Ce choix stratégique s'appuie sur un constat commercial sans appel : la finition sombre a su conquérir le cœur des

acheteurs, représentant jusqu'à 40 % des commandes mensuelles durant sa période de commercialisation, prouvant qu'Ami, malgré sa bouille sympathique, sait aussi se parer d'une élégance plus mystérieuse et statutaire. En adoptant cette teinte « Black night », Ami Rip Curl s'assure une présence visuelle forte, servant d'écrin parfait aux éléments de contraste qui viennent l'animer. Mais la personnalisation ne s'arrête pas à la peinture, car Citroën a doté cette série de jantes blanches spécifiques de 14 pouces qui tranchent radicalement avec le noir de la carrosserie. Ce contraste chromatique,

évoquant irrésistiblement l'écume venant frapper les rochers sombres de la côte basque, confère au véhicule une allure à la fois vintage et résolument moderne. Pour parfaire cette silhouette, un aileron arrière vient couronner la partie supérieure, renforçant visuellement le dynamisme de l'ensemble et suggérant une agilité que l'on sait déjà redoutable dans les ruelles étroites.

Cependant, l'évolution la plus marquante de cette édition se situe peut-être là où on l'attendait le moins : à l'intérieur de l'habitacle. Citroën profite en effet de ce

Disponible en 2 coloris de stickers



Nouveauté



Sunrise et sunset : deux visions de l'évasion au travers de packs exclusifs

La force de cette collaboration réside également dans sa capacité à offrir un choix émotionnel aux futurs propriétaires grâce à deux packs de personnalisation distincts, baptisés « Sunrise » et « Sunset ». Ces deux orientations stylistiques permettent de refléter deux moments clés de la journée d'un surfeur, mais aussi deux tempéraments bien différents. Le pack sunrise se pare d'un jaune éclatant, symbole de l'aurore et de l'énergie matinale. Les stickers extérieurs, qui arborent un motif de vague stylisée rappelant subtilement le logo Rip Curl, se parent de cette teinte solaire sur les bas de portes, les vitres latérales et la lunette arrière. À l'intérieur, cette thématique jaune irrigue chaque recoin : on retrouve ainsi trois boîtes de rangement colorées sur la planche de bord, un crochet à sac côté passager, ainsi que des tapis de sol et des filets de porte assortis. Même le filet central de séparation et la pince à smartphone adoptent des accents coordonnés, créant une ambiance chaleureuse et lumineuse

qui semble inviter à prendre la route dès le lever du soleil.

À l'opposé, le pack sunset propose une interprétation plus apaisée et mystique de l'évasion urbaine. Ici, c'est le violet qui prend le relais, évoquant les reflets du ciel lorsque le jour décline sur l'horizon océanique. Les graphismes extérieurs reprennent les mêmes motifs de vagues mais dans cette nuance pourpre qui se marie avec une élégance rare au noir de la carrosserie. L'habitacle du pack sunset joue une partition légèrement différente en termes de nuances d'accompagnement, utilisant des accessoires gris pour tempérer le dynamisme du violet, offrant ainsi



Nouveauté



une atmosphère plus feutrée et sophistiquée. Pour chaque version, l'emblème de la marque sur la face avant s'adapte également, passant au jaune pour la sunrise et au blanc pour la sunset, assurant une cohérence visuelle parfaite. Ces packs ne sont pas de simples ajouts cosmétiques ;

ils constituent de véritables écosystèmes d'accessoires pensés pour la praticité, transformant chaque trajet en une expérience immersive où le design technique de Rip Curl rencontre l'ingéniosité ergonomique de Citroën.

Un univers de marque global : merchandising, tarifs et exclusivité

L'aventure Ami Rip Curl ne s'arrête pas aux frontières de la carrosserie, car elle s'inscrit dans une démarche de « lifestyle » global chère aux deux partenaires. Pour prolonger l'esprit de cette édition limitée, Citroën et Rip Curl ont développé une ligne de merchandising co-brandée qui ravira les collectionneurs et les amateurs d'objets bien conçus. Parmi ces articles, on trouve une bouteille isotherme de 710 ml, affichée au prix de 29,99 €, idéale pour rester hydraté lors d'une session de surf ou d'un long trajet urbain. À cela s'ajoute un « barrel bag », ce sac polochon emblématique de l'univers des sports de glisse, proposé à 35,99 €. Ces accessoires peuvent être acquis

Nouveauté

séparément ou être directement intégrés au véhicule, renforçant cette idée qu'Ami est plus qu'un moyen de transport : c'est un compagnon de loisirs. Cette synergie entre l'objet automobile et l'équipement personnel souligne la pertinence d'un partenariat qui dure depuis 2016 et qui a vu défilé des modèles iconiques comme le C4 Cactus ou le Berlingo sous la signature de la marque australienne. Sur le plan commercial, la Citroën Ami Rip Curl se positionne comme un objet de désir accessible, mais rare. Disponible à la commande dès le 29 avril 2026, elle s'affiche au tarif de 9 290 €, un prix qui reflète son équipement enrichi et son statut d'édition spéciale, tout en restant fidèle à la promesse de démocratisation de la mobilité électrique. Toutefois, il ne faudra pas tarder pour s'en porter acquéreur, car la production est strictement limitée à 1 600 unités pour l'ensemble du marché. Cette production est équitablement répartie entre les deux univers colorés, avec 800 exemplaires pour le pack sunrise et 800 pour le pack sunset. Cette numérotation restreinte garantit aux propriétaires de

rouler dans un véhicule qui conserve une certaine exclusivité, tout en participant à de grands événements promotionnels comme le Rip Curl nations trophy à Munich ou le circuit européen du Rip Curl gromsearch, où Ami Rip Curl sera l'ambassadrice d'un mode de vie actif et respectueux de l'environnement.

L'art de cultiver la passion au quotidien

En conclusion, il est vrai que l'on pourra toujours nourrir un léger regret nostalgique face à la disparition de certains attributs sauvages du concept initial, comme les pneus tout-terrain massifs ou les protections tubulaires qui lui donnaient un air de baroudeuse de l'extrême. Cependant, cette version de série d'Ami Rip Curl se montre bien plus pragmatique, intelligente et, finalement, bien mieux adaptée à un usage réel et quotidien tout au long de l'année. En déclinant l'esprit du surf dans un format urbain et fonctionnel, Citroën démontre une nouvelle fois sa maîtrise de l'animation de gamme. Après le succès



fulgurant de la version « Dark side », cette édition limitée vient insuffler de la fraîcheur et de la couleur dans le paysage automobile français et européen. Elle prouve surtout qu'Ami n'est pas un produit figé, mais une plateforme créative capable de porter des valeurs d'évasion, d'innovation et d'authenticité. Que l'on soit un passionné de la première heure ou un nouveau venu dans l'univers des chevrons, cette Ami Rip Curl rappelle que la liberté de mouvement peut aussi être une affaire de style et de passion, faisant de chaque kilomètre en ville une petite escapade vers le grand large.



Interview

Laurent Diot
DIRECTEUR EUROPE

Pouvez-vous faire un bilan sur l'année 2025 et les premiers mois de 2026 ?

Laurent Diot : Ce qu'on s'était dit la dernière fois, c'est qu'on construisait une croissance très qualitative, au-delà d'une croissance purement quantitative. On avait expliqué que tous les fondamentaux qu'on avait mis en place les mois et les années précédentes étaient en train de porter leurs fruits.

Si on regarde aujourd'hui la situation de Citroën en Europe à fin mars, on confirme cela, et même plus que ça. Quand on regarde la performance de la marque en cumul, on voit que tous les fondamentaux sont positifs.

Le marché européen est en hausse de 4% par rapport à l'année dernière, autour de 4 millions de voitures. De notre côté, Citroën est à 3,5% de part de marché, soit une progression de 0,3 point. Tous les marchés sont en hausse en part de marché, à l'exception de l'Italie. Mais en Italie, ce n'est pas un problème de dynamique commerciale. C'est un problème de disponibilité produit, notamment lié à la C3. C'est un modèle très demandé, avec une prise de commandes très forte, mais

nous n'avons pas encore suffisamment de stock pour répondre à cette demande.

Par ailleurs, nous avons une croissance de 12% des immatriculations d'une année sur l'autre, ce qui est bien supérieur à la hausse du marché. Les prises de commandes sont également en hausse d'environ 2% et net des loueurs de 14%.

Un point très important, c'est le portefeuille de commandes. Il continue de croître. Aujourd'hui, il représente près de 163 000 voitures, soit environ 3,3 mois de couverture de nos ventes futures.

Pourquoi est-ce important un grand portefeuille de commandes ?

C'est assez simple. Le portefeuille augmente lorsque l'on prend plus de commandes que ce que l'on livre. Aujourd'hui, notre prise de commandes est légèrement supérieure à notre capacité de production.

On produit plus que l'année dernière, mais on prend encore plus de commandes que ce que l'on est capable de produire. C'est ce qui explique que le portefeuille continue de croître.

Concrètement, cela signifie que nous avons déjà sécurisé une grande partie de nos ventes des mois à venir.

Si on regarde plus en détail la composition de ce portefeuille, on voit qu'il est très dynamique sur le segment B. La C3 reste un véritable pilier, avec une demande très forte. Si nous avions plus de capacité de production, nous pourrions en vendre davantage.

La C3 Aircross est également en très forte progression. Par rapport à l'ancienne génération, nous sommes autour de 30 % de prises de commandes supplémentaires.

Le nouveau C5 Aircross joue aussi un rôle très important. Sur les trois premiers mois, les prises de commandes sont en hausse de plus de 50 % par rapport à la génération précédente.

Cela confirme ce que nous disions sur la croissance qualitative. Elle repose sur l'ensemble de la gamme. Cela améliore notre couverture du marché et permet de soutenir à la fois nos volumes, notre part de marché et notre portefeuille de commandes.

Interview

Si on se projette maintenant sur les perspectives, on s'attend à une progression de notre part de marché au premier trimestre, autour de 3,5 %, soit une hausse d'environ 0,3 point par rapport à l'année dernière.

Au deuxième trimestre, on devrait atteindre environ 3,8 %, avec une accélération par rapport à 2025. Cette dynamique devrait encore s'accroître au second semestre. La montée en cadence de notre usine en Serbie va nous permettre d'augmenter notre production, notamment sur la C3. Cela va nous aider à mieux répondre à la demande et à réduire progressivement les délais de livraison.

Aujourd'hui, il faut bien comprendre que notre performance est en grande partie contrainte par notre capacité de production. La demande est très forte, notamment sur le segment B, ce qui nous oblige à faire des choix dans l'allocation des volumes.

L'Espagne marque le pas contrairement au Portugal. Que se passe-t-il sur ce marché important ?

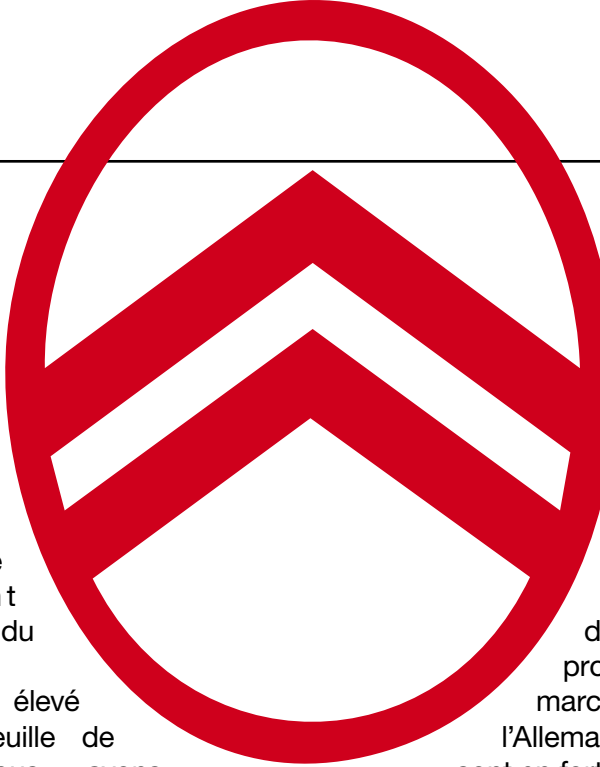
L'Espagne est un marché particulier. C'est l'un des plus concurrentiels en Europe, notamment en termes de prix, avec l'Allemagne. C'est aussi un marché très dépendant du canal de

la location courte durée, surtout sur le premier semestre.

Ce canal est particulièrement important dans le contexte actuel. Or, ce canal demande principalement des véhicules du segment B.

Avec le niveau élevé de notre portefeuille de commandes, nous avons fait le choix de privilégier les clients particuliers et les entreprises, qui s'inscrivent dans une relation plus durable. Cela signifie que nous répondons moins à la demande de location courte durée. C'est une décision assumée, mais qui impacte mécaniquement notre performance en Espagne.

La stratégie reste néanmoins claire. Nous voulons continuer à croître sur les particuliers, développer le véhicule utilitaire et nous concentrer sur les canaux les plus rentables. Aujourd'hui, le Berlingo est leader de son segment en Espagne. Par ailleurs,



les concessionnaires Citroën voient leur rentabilité progresser, ce qui les incite à investir davantage dans la marque.

Si on élargit la vision à l'Europe, on observe une situation contrastée. Les marchés du sud sont plus contraints par des problématiques de production, alors que les marchés du nord, comme l'Allemagne ou le Royaume-Uni, sont en forte croissance.

En Allemagne, nous avons une offre électrique très compétitive, ce qui se traduit par une part importante de commandes en électrique, autour de 40 %.

Au Royaume-Uni, la part de marché progresse également de manière significative.

En France, nous restons proches des 10 % de part de marché, même si nous sommes encore limités par notre capacité de production sur certains modèles.

Le marché européen reste difficile et n'a pas retrouvé son niveau d'avant-

crise. Comment l'expliquer ?

Le marché européen est aujourd'hui stable, voire légèrement en baisse, et reste nettement en dessous de ses niveaux d'avant-crise. Il y a deux grandes raisons à cela. D'abord, la transformation réglementaire, avec la transition vers l'électrique et les exigences en matière d'émissions de CO₂.

Ensuite, l'inflation des prix des véhicules. Sur les dix dernières années, les prix ont fortement augmenté, en raison de la hausse des matières premières, du renforcement des réglementations et de la complexité accrue des véhicules. Tout cela pèse sur la demande et limite la croissance du marché.

Dans ce contexte, Citroën se positionne de manière pertinente. Nous proposons une offre électrique accessible, avec un positionnement prix compétitif, et une approche qui consiste à offrir plus d'espace et de valeur pour un prix donné. Cela nous permet de rester attractifs, même dans un environnement difficile.

La Commission européenne a légèrement revu sa copie sur les objectifs 2035.

Pensez-vous que cela aura un impact sur le marché ?

Sur la réglementation européenne, il n'y a pas eu de changement majeur. Une certaine

Interview

flexibilité a été introduite dans le calendrier, mais les objectifs restent les mêmes.

Il existe un dialogue avec les institutions pour simplifier certains aspects, mais le cadre global reste exigeant. Concernant les évolutions possibles du marché, notamment autour de véhicules plus simples et plus accessibles, cela correspond assez naturellement à l'ADN de Citroën. Mais il est encore trop tôt pour en dire plus.

Les SUV sont très critiqués, mais restent dominants. Est-ce une tendance durable ?

Oui, parce qu'ils répondent à des attentes réelles des clients. Ils offrent une position de conduite plus haute, un sentiment de sécurité, plus d'espace et une certaine expression stylistique. La question n'est pas de remettre en cause leur existence, mais de s'assurer qu'ils restent compatibles avec les enjeux environnementaux.

Même sur des modèles plus compacts, on observe une évolution vers des silhouettes un peu plus hautes. Cela répond à des besoins concrets, notamment en termes d'accessibilité.

Et les berlines, ont-elles encore un avenir ?

Oui, bien sûr. Elles font partie de l'ADN de Citroën. Mais elles doivent évoluer pour rester en phase avec les attentes du marché. Développer un véhicule représente des investissements très importants. Il faut donc s'assurer qu'il répond à une demande réelle.

Le retour du thermique sur le Berlingo sonne comme une marche arrière. Comment l'expliquer ?

Je ne vois pas cela comme une marche arrière, mais plutôt comme une marche avant. Notre approche est de proposer le choix des énergies : thermique, hybride et électrique. Le fait d'être performants sur l'électrique nous permet d'élargir cette offre, tout en respectant le cadre réglementaire.

La gamme a été renouvelée rapidement. Y a-t-il un risque de creux ?

Non, au contraire. Nous avons aujourd'hui une gamme très jeune, complètement renouvelée

«les retours sont très positifs. Ce type de concept montre notre capacité à proposer des solutions simples utiles et accessibles»



et couvrant l'ensemble des motorisations. Un véhicule a un cycle de vie long, et nous sommes encore au début de ce cycle pour plusieurs modèles. L'enjeu est désormais d'animer cette gamme, avec des séries spéciales et des évolutions, ce que nous avons fait, par exemple, avec la série Collection.

Un mot sur le concept ELO récemment présenté ?

Les retours sont très positifs. Ce type de concept montre notre capacité à proposer des solutions simples, utiles et accessibles. Cela correspond pleinement à l'ADN de Citroën.

Et pour finir, la C4 a-t-elle un avenir ?

Oui. C'est un modèle important pour nous. Même si le segment est plus difficile, il existe toujours une demande. La C4, avec son positionnement entre berline et crossover, répond bien aux attentes actuelles. Il est donc logique de continuer à travailler sur ce type de produit.

Dossier

Citroën Van life



Citroën Spacetourer
Rip Curl Concept

le manifeste d'un évocation sans limite



Rip curl,
référence
mondiale
du surf

L'histoire de Citroën est jalonnée de collaborations emblématiques qui ont su, au fil des décennies, marier l'audace technologique à un art de vivre unique. Parmi ces partenariats, celui avec Rip Curl, référence mondiale du surf, occupe une place de choix. Cette alliance ne date pas d'hier et continue de porter ses fruits, comme en témoigne récem-

ment le concept Ami Rip Curl qui réinterprète la mobilité urbaine avec une fraîcheur bienvenue.

Pourtant, avant que l'électrique ne devienne le pivot central de la gamme,

Citroën et Rip Curl s'étaient lancés un défi plus vaste : celui de l'évasion totale, loin des sentiers battus. Après avoir apposé la signature «Rip Curl» sur des séries spéciales de la C4 Cactus ou du C4 Picasso, les deux partenaires ont franchi une étape décisive en 2017 avec le développement d'un véritable «camper» sur base SpaceTourer. Présenté lors du salon de l'automobile de Francfort en septembre 2017, le Citroën SpaceTourer Rip Curl concept n'était pas seulement un exercice de style, mais une vision audacieuse du van aménagé compact, pensée pour les esprits libres et les amateurs de sports de glisse.

Citroën Spacetourer Rip Curl Concept



Une livrée bicolore horizontale vert et kaki pour une identité plus forte

nière horizontale. La partie supérieure arbore un vert foncé profond, presque mystérieux, tandis que la partie basse se pare d'un vert plus clair, évoquant le kaki des équipements d'expédition. Cette dualité n'est pas fortuite ; elle souligne la robustesse du véhicule tout en l'intégrant visuellement dans son environnement naturel. Pour lier ces deux teintes et dynamiser l'ensemble, un trait jaune vif parcourt toute la longueur du flanc. Ce liseré «neon» apporte une touche de modernité et d'énergie typique de l'univers Rip Curl, un détail que l'on retrouve avec parcimonie à l'intérieur pour assurer une cohérence visuelle parfaite.



Le jaune néon se retrouve aussi à l'intérieur.

Une silhouette sculptée pour l'aventure entre terre et mer

Le style extérieur du Citroën Spacetourer Rip Curl concept attire immédiatement le regard par sa personnalité affirmée et son traitement chromatique audacieux. L'idée était de rompre avec l'image parfois trop utilitaire des vans pour proposer un objet de désir, capable d'évoquer aussi bien la sérénité des forêts que l'énergie des vagues. Pour ce faire, Citroën a opté pour une livrée bicolore qui segmente la carrosserie de ma-



Citroën Spacetourer Rip Curl Concept

Mais au-delà de la peinture, ce concept affirme ses gènes d'aventurier par un accastillage spécifique qui lui confère une allure de SUV. On remarque notamment une barre chromée discrète mais efficace en bas du bouclier avant, qui protège la face avant tout en ajoutant une note de sophistication, confirmant que ce van est prêt à affronter les éléments. La transformation ne s'arrête pas au style : le Spacetourer Rip Curl concept bénéficie d'une garde au sol

rehaussée grâce à l'expertise d'Automobiles Dangel. La transmission intégrale permet au véhicule de s'affranchir des contraintes du bitume, offrant des capacités de franchissement qui font de lui l'allié idéal des surfeurs en quête de «spots» isolés. Cette allure robuste et protectrice n'est que le prélude à une expérience encore plus riche, car les changements étaient tout aussi nombreux et impressionnants une fois les portes coulissantes ouvertes.



La marque s'associe au spécialiste allemand Pössl.



L'habitacle comme un refuge modulable et chaleureux

Passer du style extérieur à l'aménagement intérieur du Citroën Spacetourer Rip Curl concept, c'est entrer dans un monde où chaque centimètre carré a été optimisé pour le confort et la praticité. Citroën a conservé le thème de couleur «vert et jaune» pour créer une ambiance harmonieuse et vivante. Les matériaux utilisés, à la fois résistants et agréables au toucher,

renforcent cette sensation de «van de luxe» accessible. Pour transformer ce Spacetourer en véritable maison roulante, la marque aux chevrons s'est associée à Pössl, le spécialiste allemand du camping-car compact. Le résultat est bluffant : l'aménagement interne, basé sur le modèle Campster, offre tout le nécessaire pour une autonomie totale. On y trouve une kitchenette fonctionnelle avec un évier, deux feux de cuisson à gaz et un réfrigérateur, le tout intégré avec une précision chirurgicale. Une table amovible permet de transformer l'arrière en salle à manger ou en bureau nomade, selon les besoins de l'équipage. La modularité,

Citroën Spacetourer Rip Curl Concept

point fort du SpaceTourer de série, est ici poussée à son paroxysme. Les sièges avant pivotent à 180 degrés pour créer un véritable salon face à la banquette arrière, tandis que le toit relevable cache un second couchage spacieux, permettant d'accueillir quatre personnes pour la nuit. Le soin apporté aux détails est remarquable, avec des rangements spécifiques pour les combinaisons de surf ou le matériel de sport, ainsi qu'une douche extérieure située à l'arrière, indispensable pour se rincer après une session dans les vagues. Le confort n'est pas oublié, avec un système de chauffage auxiliaire garantissant des nuits douces même par temps frais. En intégrant les technologies de pointe de la marque, comme les aides à la conduite de dernière



génération, Citroën a réussi à créer un espace où la liberté ne rime jamais avec sacrifice. Chaque élément de cet intérieur a été pensé pour s'effacer devant l'expérience de voyage, faisant du SpaceTourer Rip Curl concept bien plus qu'un simple véhicule : c'est un cocon technologique ouvert sur le monde.

Un héritage qui a tracé la route du futur citroën holidays

En conclusion, ce premier concept de camper démontre à quel point Citroën a su lire les aspirations de son époque. Pour cette incursion audacieuse dans le monde du «van life», la marque s'est naturellement associée à Rip Curl, les deux entités partageant profondément le goût de l'aventure et de la liberté dans leur ADN respectif. Ce partenariat n'était pas qu'une simple opération de communication ; il a servi de laboratoire roulant pour tester de nouvelles idées auprès d'un public de plus en plus friand de nomadisme. Le SpaceTourer Rip Curl concept a d'ailleurs eu une vie bien remplie après sa présentation, puisqu'il a accompagné le team Rip Curl lors du célèbre «Rip Curl Tour by Citroën». Entre oc-

tobre 2017 et janvier 2018, ce véhicule unique a parcouru les routes d'Europe, des falaises du Portugal aux plages de France, prouvant sa robustesse et sa pertinence en conditions réelles.

Si ce concept a donné naissance par la suite à une version de série baptisée également «Rip Curl», celle-ci se concentrait davantage sur le style et l'équipement sans pour autant intégrer l'aménagement complet de camping-car. Cependant, l'impact de ce premier concept est indéniable : il a permis à Citroën de tâter le terrain, d'observer l'enthousiasme des passionnés pour les vans aménagés d'usine et de confirmer qu'il y avait là un marché d'avenir. Quelques années plus tard, cette graine semée avec Rip Curl a fini par germer pour donner naissance au Citroën Holidays, le premier camper commercialisé directement dans le réseau de la marque. Ainsi, le SpaceTourer Rip Curl concept restera dans les mémoires comme l'étincelle qui a rallumé la flamme du grand voyage chez Citroën, prouvant que la passion et la précision peuvent s'unir pour créer des objets qui, bien après leur présentation, continuent de nous faire rêver d'horizons lointains.



Citroën Spacetourer The Citroënist l'odyssée de la liberté

Citroën s'aventure
sur la tendance
vanlife



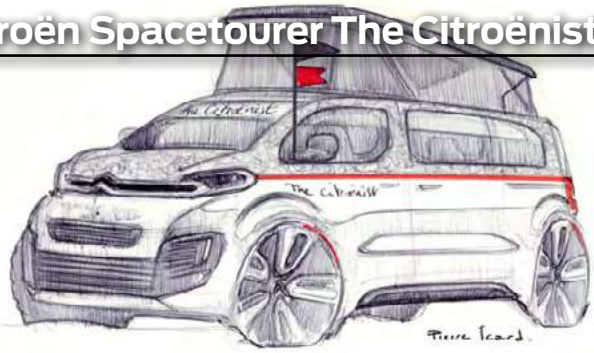
Lorsque l'on évoque l'histoire de Citroën, on pense immédiatement aux grandes traversées, aux expéditions lointaines et à cette capacité unique qu'a la marque aux chevrons de transformer chaque voyage en une expérience de confort absolu. Forte du succès rencontré

par le concept RipCurl quelques saisons plus tôt, la marque ne pouvait pas laisser passer l'opportunité de marquer les esprits lors d'une étape charnière de son existence. C'est ainsi qu'en 2019, alors que Citroën s'apprêtait à célébrer son centenaire, elle a choisi le cadre presti-

gieux du Salon de Genève pour dévoiler le SpaceTourer The Citroënist. Deuxième concept de van aménagé de l'ère moderne pour le constructeur, cet objet de mobilité singulier ne se contentait pas de surfer sur la vague de la «vanlife» alors naissante. Il s'agissait d'une vé-

ritable déclaration d'intention, une célébration de cent ans d'aventure humaine et technologique, matérialisée par un véhicule capable de repousser les frontières entre la vie professionnelle, le quotidien et l'évasion sauvage.

**Concept de van
aménagé pour
célébrer les 10 ans
de la marque**

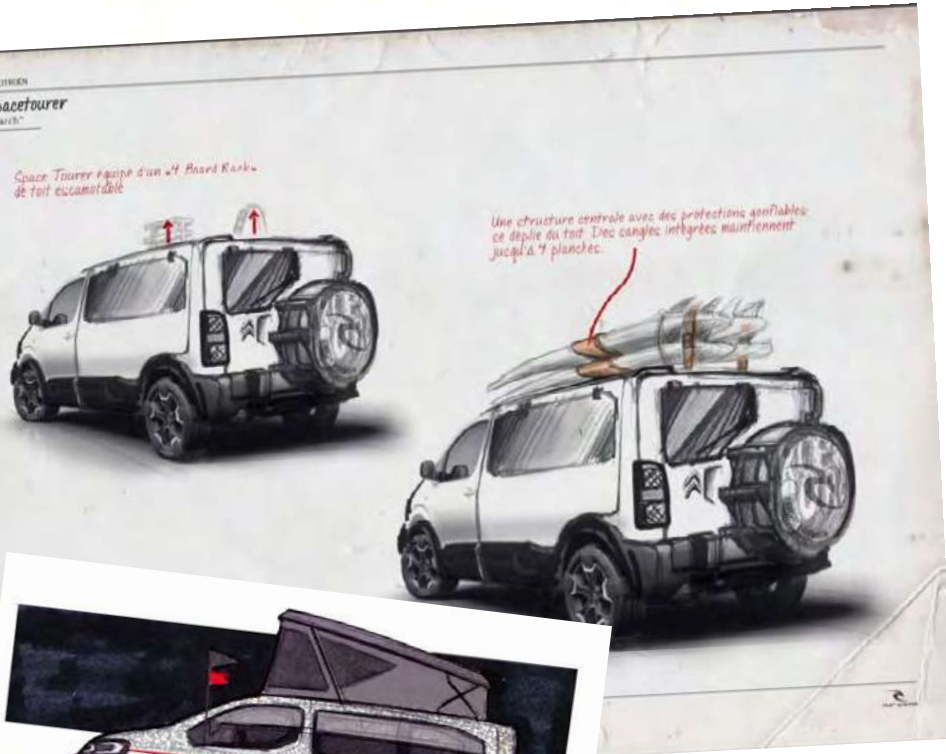


Un hommage vibrant à la communauté et une ambition de conquête

Pour comprendre la genèse du SpaceTourer The Citroënist, il faut d'abord regarder le rétroviseur et analyser la trajectoire fulgurante de Citroën sur le marché des véhicules de loisirs. En 2018, la marque consolidait une deuxième place historique sur le marché européen des camping-cars, affichant la progression la plus spectaculaire de l'industrie avec quatre années consécutives de croissance record. Avec une part de marché dépassant les 10 % en Europe et des immatriculations en hausse de plus de 71 %, Citroën est devenu, en un temps record, le partenaire privilégié des aménageurs et des voyageurs. Dans ce contexte d'euphorie commerciale, le SpaceTourer s'est imposé comme le support idéal pour toutes les transformations. Mais pour son centenaire, Citroën voulait aller plus loin que les chiffres de vente. La marque a souhaité offrir un cadeau à ceux qui font battre son cœur : ses fans.

Le nom même du concept, « The Citroënist », est un clin d'œil direct et affectueux à cette communauté mondiale de passionnés. On le sait, Citroën est la marque automobile la plus collectionnée au monde, et ce nom résonne comme un titre de noblesse pour ceux qui partagent les valeurs d'audace et de confort

des chevrons. En baptisant son concept ainsi, le constructeur a voulu symboliser sa fidélité à son histoire de marque populaire, dédiée à une mobilité accessible et tournée vers l'humain. La philosophie derrière ce projet était simple : proposer un objet d'évasion capable de répondre aux besoins de liberté sans limite, tout en restant ancré dans la modernité d'un monde hyper-connecté. Il ne s'agissait plus seulement de proposer un véhicule pour dormir en forêt, mais de créer un véritable compagnon de vie, un « hub » mobile pour les nomades digitaux, capable de passer de l'aventure au travail avec une fluidité déconcertante. C'est cette dualité, entre l'héritage centenaire et la vision d'un futur libéré des contraintes de bureau, qui définit l'essence même de ce concept.



Citroën Spacetourer The Citroënist



Les dimensions contenues permettent de s'insérer dans les parkings



Une esthétique de baroudeur chic signée par le département couleurs et matières

Sur le plan visuel, le SpaceTourer The Citroënist impose immédiatement sa personnalité. Ses dimensions compactes – 4,95 m de long, 1,92 m de large et une hauteur contenue à 1,99 m – lui permettent de conserver une agilité urbaine indispensable pour un véhicule polyvalent, capable de s'insérer dans tous les parkings souterrains et de se faufiler dans les ruelles étroites des villages de caractère. Mais c'est le travail du département Couleurs et Matières qui donne à ce concept toute sa dimension statutaire. Les designers ont opté pour un traitement extérieur bi-ton sophistiqué : une partie basse d'un blanc lumineux qui apporte de la légèreté visuelle, contrastant avec une partie haute plus sombre, ornée d'un motif spécifique et de vitres latérales sur-teintées. Cette ligne de démarcation horizontale est soulignée par un jonc rouge éclatant, une ponctuation dynamique qui parcourt le flanc du véhicule et lui insuffle une énergie sportive.

Citroën Spacetourer The Citroënist



L'identité «The Citroënist» est fièrement affichée par un sticker grand format sur la porte avant, portant la mention « Est. 1919 », rappelant avec élégance l'année de fondation de la marque par André Citroën. Pour parfaire ce look de voyageur au long cours, le véhicule s'équipe de jantes aluminium de 17 pouces diamantées à cinq branches et de pneus aux flancs décorés de bandes blanches et de touches rouges. Le soin du détail est poussé jusqu'à l'ajout d'un porte-fanion côté conducteur, arborant le logo « The C » et les doubles chevrons, comme pour marquer l'appartenance à un club exclusif de voyageurs. Mais derrière ce style léché se cache une véritable robustesse technique. Doté d'une garde au sol surélevée et, surtout, d'une

transmission intégrale débrayable réalisée par le partenaire historique Automobiles Dangel, ce concept ne craint pas de quitter le bitume. Associé au moteur BlueHDi 150 S&S avec boîte manuelle à six rapports, il promet une motricité sans faille, quelle que soit la saison, transformant chaque chemin de traverse en une invitation à la découverte. Ce soin extrême apporté à l'apparence et aux capacités de franchissement trouve, nous allons le voir, un écho tout aussi passionnant une fois les portes coulissantes ouvertes.



The Citroënist ne craint pas de quitter le bitume grâce à sa garde au sol surélevée et sa transmission Dangel

Citroën Spacetourer The Citroënist



Un sanctuaire de vie et de travail itinérant au confort inégalé

En pénétrant à l'intérieur du SpaceTourer The Citroënist, on découvre un univers qui transcende la notion classique de camping-car pour devenir un véritable lieu de vie et de travail itinérant. Citroën a collaboré avec Pössl, le leader européen du fourgon aménagé, pour transformer l'habitacle en un espace modulaire d'une rare intelligence. Sur la base d'une transformation Campster, le concept accueille jusqu'à quatre personnes dans un confort absolu, fidèle aux préceptes du programme Citroën Advanced Comfort®. La configuration intérieure privilégie l'espace et la convivialité : on y trouve deux sièges à l'avant pivotants et deux sièges à l'arrière installés sur les rangs 2 et 3, permettant de libérer un vaste couloir central. L'harmonie visuelle est totale avec l'extérieur, reprenant le thème bi-ton gris et blanc, rehaussé de surpiqûres et de bandeaux rouges sur les dossiers de sièges au tissu matelassé, évoquant la douceur et le bien-être d'un salon domestique.



Citroën Spacetourer The Citroënist

La grande force de ce concept réside dans sa capacité à se muer en bureau mobile. Citroën a intégré un meuble multimédia ingénieux, doté d'un plan de travail lisse et d'un écran TV escamotable. Grâce à des solutions de connectivité comme le système «Click&Share», les occupants peuvent passer du mode loisirs au mode professionnel en un instant, que ce soit pour préparer un itinéraire sur des cartes numériques ou pour mener une visioconférence face à un paysage sauvage. Une fois le toit relevable déployé — lequel intègre une moustiquaire pour une ventilation optimale — on dégage une hauteur sous plafond qui permet de se tenir debout confortablement durant la journée. La nuit, ce même toit abrite une couchette pour deux personnes, tandis que les aménagements intérieurs, habillés d'un matériau gris wengé élégant, dissimulent de nombreux rangements optimisés. La planche de bord, côté passager, reçoit un traitement spécifique avec un revêtement gris doux au toucher et des sangles rouges rappelant l'univers de la maroquinerie de voyage. Chaque recoin du SpaceTourer a été pensé pour que la technologie (navigation Connect Nav, Mirror Screen, Active Safety Brake) serve l'utilisateur sans jamais entamer la sérénité du voyage, faisant de ce van un outil de liberté totale où le travail ne ressemble plus jamais à une contrainte

Un jalon historique pour le futur de la mobilité citroëniste

Avec le SpaceTourer The Citroënist, Citroën ne s'est pas contenté de présenter un énième prototype de salon ; la marque a posé les jalons d'une nouvelle vision du voyage. En célébrant le succès du SpaceTourer sur le marché des porteurs pour vans aménagés et en marquant le coup d'envoi des festivités de ses cent ans, le constructeur a démontré que son ADN d'innovateur était plus vivant que jamais. Ce concept a su capturer l'esprit d'une époque

où le besoin de déconnexion géographique ne doit plus signifier une rupture avec le monde social et professionnel. Il a prouvé qu'un utilitaire pouvait devenir un objet de désir, capable d'offrir une expérience de conduite sécurisante et une qualité de vie à bord digne des meilleures berlines de la marque.

Rétrospectivement, on réalise que le SpaceTourer The Citroënist a joué un rôle de précurseur essentiel. Il a ouvert la voie au développement du Citroën Holidays, le modèle de série qui permet aujourd'hui aux clients de retrouver cette philosophie de «maison sur roues» directement dans le réseau Citroën. Plus encore, l'idée centrale d'un lieu de vie et de travail modulaire continue de nourrir la réflexion de la marque, comme on a pu le voir récemment avec le concept ELO, qui explore de nouvelles manières d'habiter son véhicule. En restant fidèle à l'esprit d'André Citroën, ce van a rappelé que chez Citroën, la suite dans les idées n'est pas un vain mot, mais une quête perpétuelle vers une mobilité toujours plus humaine, plus libre et résolument optimiste.



Le temps de l'évasion ou
quand le Citroën type
Holidays

**réinvente
la liberté**



À la rentrée 2023, alors que le monde de l'automobile s'apprête à tourner la page de l'été, Citroën crée l'événement en annonçant le lancement imminent d'une nouvelle offre dédiée à l'aventure : le Holidays. Pour marquer les esprits et célébrer cet engagement renforcé dans le monde du voyage nomade, la marque aux chevrons dévoile un véhicule hors du commun, le concept Type Holidays. Ce dernier ne se contente pas de présenter les caractéristiques techniques et les aménagements intérieurs du futur van de série ; il les enveloppe dans un décor spectaculaire qui rend un hommage vibrant au légendaire Type H. Grâce au talent et au savoir-faire du carrossier italien Caselani, Citroën réussit le tour de force de marier l'héritage historique le plus cher aux passionnés avec le confort et la technologie du SpaceTourer moderne. Ce teaser grandeur nature est bien plus qu'une simple démonstration de style ; il est le manifeste d'une marque qui, fidèle à son ADN, place la liberté de mouvement et l'ingéniosité au cœur de ses préoccupations pour répondre aux nouvelles attentes d'une société éprise de grands espaces.

Citroën Type Holidays



Logo démesuré sur la calandre, optiques circulaires, panneaux nervurés : ce kit esthétique joue sur la corde nostalgique



L'art de la métamorphose ou la rencontre entre nostalgie et modernité

Le premier regard porté sur le Citroën Type Holidays provoque une émotion immédiate, un saut dans le temps qui nous ramène aux plus belles heures de l'utilitaire français. La carrosserie de ce concept est une véritable œuvre d'art réalisée par Caselani, un partenaire de longue date qui a su comprendre mieux que quiconque l'importance des lignes iconiques de la marque. En reprenant les panneaux de carrosserie nervurés, évocateurs de la tôle ondulée du mythique Type H, ce kit esthétique joue avec brio sur la corde de la nostalgie sans jamais tomber dans le pastiche désuet. Chaque détail, des optiques circulaires à la calandre proéminente qui arbore fièrement le double chevron, est une réinterprétation magistrale du design originel de Flaminio Bertoni. Pourtant, sous cette robe grise caractéristique, surnommée affectueusement le « Tube » par des générations d'utilisateurs, se cache toute la rigueur et l'efficacité du Citroën SpaceTourer. C'est ici que réside la magie de ce projet : offrir l'apparence d'un véhicule de collection tout en garantissant les prestations

dynamiques, la sécurité et le confort acoustique d'un véhicule contemporain de dernière génération.

Cette silhouette unique ne se contente pas d'être esthétique ; elle incarne une philosophie du voyage où le style devient le prolongement de la personnalité du conducteur. Pour le passionné, rouler en Type Holidays, c'est afficher un attachement profond à l'histoire automobile tout en refusant les compromis sur la fiabilité. Le travail de Caselani sur les volumes permet de conserver les dimensions contenues du SpaceTourer, garantissant ainsi que le véhicule reste sous la barre fatidique des 2 mètres de hauteur. Cette prouesse technique est essentielle pour préserver la polyvalence du van, lui permettant d'accéder aux parkings souterrains et aux zones de stationnement de bord de mer souvent inaccessibles aux camping-cars traditionnels. En mariant ainsi le passé et le présent, Citroën ne propose pas seulement un véhicule, mais une expérience sensorielle complète, où la vue du design néo-rétro prépare l'esprit à une aventure hors du temps, tout en profitant des aides à la conduite et de la motorisation efficace qui font la réputation de la plateforme EMP2.

Citroën Type Holidays

Un sanctuaire de confort pour l'aventure au quotidien

Passer de l'extérieur spectaculaire à l'intérieur du Citroën Type Holidays, c'est entrer dans un monde où l'optimisation de l'espace est élevée au rang d'art de vivre. Pour transformer le SpaceTourer en un véritable van aménagé capable d'accueillir quatre personnes dans des conditions optimales, Citroën s'est tourné vers l'un des meilleurs spécialistes du secteur : l'aménageur slovène Bravia Mobil. Le résultat est une cellule de vie incroyablement ingénieuse qui répond point par point aux exigences de la « vanlife » moderne sans sacrifier le confort domestique. L'élément central de cet aménagement est sans nul doute le toit relevable, une pièce d'ingénierie qui permet non seulement de se tenir debout à l'intérieur une fois à l'arrêt, offrant une sensation d'espace incomparable, mais qui abrite également un large couchage pour deux personnes. Ce lit haut, véritable cocon perché, permet de contempler les paysages au réveil tout en restant protégé des éléments, illustrant parfaitement cet esprit de liberté que Citroën cherche à promouvoir.



Le toit relevé permet d'aménager un lit pour contempler la nuit.



Citroën Type Holidays



Une kitchenette aménagée permet une autonomie en pleine nature.

L'intelligence de la conception se poursuit au niveau de l'espace de vie principal où la modularité règne en maître. La banquette du deuxième rang, confortable et sécurisante pour les trajets routiers, se déploie en quelques mouvements pour former un second lit deux places, faisant de ce van le compagnon idéal pour les familles ou les groupes d'amis. Plus astucieux encore, cette banquette est totalement amovible, ce qui permet de libérer un volume de chargement conséquent pour transporter du matériel de sport ou des objets encombrants en dehors des périodes de vacances. Pour parfaire cette expérience de « glamping », le Type Holidays est équipé d'une kitchenette complète comprenant un coin cuisson, un évier fonctionnel et un réfrigérateur performant, permettant une autonomie totale en pleine nature. Les sièges avant pivotants permettent de

créer un véritable salon autour de la table escamotable, offrant un espace de convivialité pour les repas ou le travail nomade. Enfin, pour garantir que l'aventure puisse se poursuivre quelle que soit la saison, un système de chauffage Webasto a été intégré, assurant

une température douce même lors des nuits fraîches en montagne ou en bord de mer. Chaque détail, des armoires de rangement aux finitions soignées, témoigne d'une volonté de rendre le voyage aussi serein qu'exaltant.





Un teaser stratégique au cœur d'un marché en pleine effervescence

La présentation du Type Holidays au Caravan Salon de Düsseldorf fin août 2023 n'est pas le fruit du hasard, mais l'aboutissement d'une stratégie mûrement réfléchie. Ce salon, considéré comme le temple international du véhicule de loisirs, était le cadre idéal pour ce que Citroën définit comme un « teaser » grandeur nature. En dévoilant ce concept à une audience d'experts et de passionnés, la marque a envoyé un signal fort : l'arrivée imminente du Holidays directement au sein de son réseau de distribution. Jusqu'alors, Citroën était principalement connu dans cet univers comme le deuxième fournisseur européen de bases de camping-cars pour les constructeurs spécialisés, notamment grâce à la robustesse et à l'ergonomie du SpaceTourer. Avec le Type Holidays, la marque décide de franchir une étape supplémentaire en s'adressant directement au client final avec une solution clé en main. Ce choix stratégique s'inscrit dans un contexte où la « vanlife » est passée de pratique marginale à véritable phénomène de société, représentant désormais plus de la moitié des ventes de véhicules de loisirs en Europe, soit environ 90 000 unités neuves par an.

Cet engouement massif pour les vans aménagés s'explique par une recherche de liberté sans contrainte, particulièrement chez les jeunes générations, mais aussi chez les familles désireuses de maîtriser leur budget tout en multipliant les escapades improvisées. Le Type Holidays préfigure ainsi une offre qui sera vendue et entretenue par les concessionnaires Citroën, simplifiant ainsi le parcours d'achat pour le client. Avant d'en arriver là, la marque avait déjà tâté le terrain avec plusieurs concepts-cars marquants tels que le Hyphen, le Rip Curl ou encore The Citroënist. Chacun de ces exercices de style a permis d'affiner la compréhension des



Idéal pour une Vanlife, le type Holidays est l'aboutissement de plusieurs exercices de style.

besoins des usagers et de tester des solutions d'aménagement innovantes. Aujourd'hui, avec la dynamique positive du marché et l'image de marque chaleureuse dont elle bénéficie, Citroën transforme l'essai. Le Type Holidays sert donc de trait d'union entre cet héritage de fournisseur de confiance et l'ambition de devenir un acteur majeur et direct du véhicule de loisirs, offrant une alternative pleine de caractère face à une concurrence souvent plus austère. Chaque détail, des armoires de rangement aux finitions soignées, témoigne d'une volonté de rendre le voyage aussi serein qu'exaltant.



Conclusion

Le Citroën Type Holidays s'impose comme le troisième concept de van aménagé de l'histoire récente de la marque, mais il occupe une place singulière dans cette lignée. Si les précédents concepts étaient des explorations stylistiques ou des collaborations ponctuelles, celui-ci a été conçu comme un véritable teaser, un avant-goût savoureux de ce que sera le Holidays de série présentée quelques mois plus tard. Il réussit à capturer l'essence même de ce qui fait battre le cœur des Citroënistes : cette capacité unique à ne pas se prendre au sérieux tout en étant techniquement irréprochable. En choisissant le look Caselani pour annoncer son retour en force sur le marché des camper vans, Citroën rappelle que le voyage est autant une affaire de destination que de style et d'émotion. Ce véhicule est une promesse tenue, celle d'une aventure accessible, confortable et profondément humaine. Pour comprendre comment cette vision s'est concrétisée et quel chemin les ingénieurs et designers ont parcouru pour passer de l'icône du passé au produit de demain, je vous invite à présent à découvrir la genèse de ce projet passionnant dans les pages suivantes.

Citroën Type Holidays

Tout savoir sur la nouvelle série spéciale du van aménagé

L'icône Type H renaît au cœur de la gamme Van Life

Présenté initialement en 2023, le Citroën Holidays a marqué un tournant stratégique majeur pour la marque aux chevrons. En devenant le premier van aménagé directement proposé au sein de son catalogue, Citroën a répondu à une demande croissante pour la «Van Life» en offrant une solution clé en main. Ce modèle permet aux clients de bénéficier d'un gain de temps précieux, tant pour l'achat que pour l'entretien, puisque l'ensemble du véhicule et de ses équipements est géré via le réseau de distribution classique de la marque. Aujourd'hui, Citroën franchit une nouvelle étape en animant cette gamme avec une série spéciale particulièrement évocatrice : le Type Holidays. Cette version fait écho au riche héritage de la marque et prouve que modernité et nostalgie peuvent faire route commune.



Un matériau
original étudié
avec Décathlon

Citroën Type Holidays

Un design qui célèbre l'héritage du mythique Type H

Le premier regard porté sur cette série spéciale Type Holidays ne laisse planer aucun doute sur ses intentions. Citroën puise avec brio dans son passé pour offrir une personnalité unique à son van. Le nom lui-même est un hommage direct au Type H, l'utilitaire légendaire qui a sillonné les routes européennes pendant des décennies avec sa silhouette si reconnaissable. Si le modèle actuel conserve les lignes fluides et aérodynamiques du SpaceTourer qui lui sert de base, il adopte des codes esthétiques forts pour souligner cette parenté historique.

Le travail stylistique se concentre sur les flancs du véhicule. On y retrouve des décors adhésifs spécifiques qui reprennent les célèbres stries sur la tôle, signature visuelle indissociable du Type H original. Ces stickers, appliqués avec précision, créent un effet de relief et une texture qui transforment la perception du véhicule. Ce choix permet d'offrir un look néo-rétro affirmé sans compromettre les qualités intrinsèques de la carrosserie moderne. C'est une célébration graphique d'un héritage qui continue de faire rêver les passionnés de liberté et d'aventure.



Les célèbres stries
sont de retour

Disponibilité et caractéristiques techniques de la série spéciale

La série spéciale Type Holidays s'apprête à faire son entrée sur le marché français dès le 1er avril prochain. Après ce lancement initial, elle sera progressivement déployée dans toute l'Europe, renforçant ainsi la présence de Citroën sur le segment très concurrentiel des véhicules de loisirs. Cette animation de gamme est essentielle pour maintenir l'intérêt autour du modèle Holidays tout en proposant une alternative de caractère aux versions plus conventionnelles.

Techniquement, cette série spéciale ne fait aucun compromis sur la

performance et le confort de conduite. Elle est basée sur la finition haut de gamme Holidays Pack Max. Sous le capot, on retrouve le puissant moteur Diesel 180 ch, idéal pour aborder les longs trajets et les routes de montagne avec sérénité, même avec le véhicule chargé. Ce bloc moteur est exclusivement associé à une boîte de vitesse automatique à huit rapports, garantissant une fluidité de conduite optimale. Côté esthétique extérieure, la sobriété est de mise pour laisser les stickers s'exprimer : le Type Holidays est exclusivement disponible avec la teinte Blanc Kaolin. Ce blanc pur souligne le contraste avec les éléments graphiques et rappelle la vocation utilitaire noble de ses ancêtres.

Citroën Type Holidays

Une boucle bouclée : du concept à la réalité de série

L'arrivée du Type Holidays en concession marque une étape symbolique forte pour Citroën. En effet, cette série rappelle immédiatement le concept-car Citroën Type Holidays présenté en septembre 2023, qui avait servi d'annonce au lancement officiel de la gamme. À l'époque, ce concept reposait sur une transformation de carrosserie complète réalisée par le carrossier italien Caselani, qui avait magnifiquement réinterprété les formes du Type H sur une base moderne.

Avec cette nouvelle série spéciale de série, la boucle est bouclée. Bien que la carrosserie ne soit pas physiquement modifiée par des panneaux en fibre de verre comme sur la version de l'artisan italien, l'esprit demeure intact. Citroën propose ici une version plus accessible et industrialisée de ce rêve nostalgique. En reprenant, par le biais de ses décors adhésifs, les codes esthétiques du concept original, la marque propose une synthèse entre l'exclusivité du design Caselani et la praticité d'un véhicule de grande série. C'est une manière habile de démocratiser un style «vintage» tout en garantissant la fiabilité et les standards de production d'un grand constructeur.



Rendez-vous au Camper Van Week-End pour découvrir cette nouveauté

Pour les amateurs de liberté, l'attente sera de courte durée. La série spéciale Citroën Type Holidays sera officiellement disponible dès le 1er avril prochain, avec un tarif débutant à ...€. Ce positionnement tarifaire place le véhicule au cœur du marché des vans haut de gamme, tout en offrant une exclusivité visuelle forte.

Pour ceux qui souhaitent découvrir le véhicule «en vrai»,

Citroën a choisi un cadre idéal. Le Citroën Type Holidays sera l'une des vedettes du prochain Camper Van Week-End, qui se tiendra du 24 au 26 avril 2026 à Brissac (49). Cet événement, reconnu comme le plus grand rassemblement consacré aux vans aménagés en France, est l'occasion parfaite pour apprécier le rendu des décors adhésifs inspirés du Type H et pour explorer l'aménagement intérieur complet de ce van qui promet déjà de devenir un futur collector pour les passionnés de la marque.

Citroën Holidays

Essai complet du Citroën Holidays

Depuis le début de la décennie, le paysage automobile international traverse une profonde mutation structurelle, portée par une redéfinition globale de nos rapports au voyage, au temps et à l'espace. Nous assistons au triomphe incontesté de la « vanlife », cette philosophie de vie qui privilégie l'itinérance spontanée, le retour à une forme de sobriété luxueuse et la possibilité de s'endormir face à un paysage renouvelé chaque soir. Dans ce contexte dynamique où la demande pour les véhicules de loisirs ne cesse de battre des records, Citroën a toujours joué un rôle de premier plan, mais un rôle qui restait jusqu'alors confiné dans l'ombre des ateliers spécialisés. La firme française se hissait ainsi fièrement sur la deuxième marche du podium européen des constructeurs de bases techniques destinées aux aménageurs indépendants. Le SpaceTourer et le Jumper faisaient le bonheur des artisans du secteur, qui louaient la robustesse des châssis et l'efficacité des motorisations, mais la marque ne signait pas l'œuvre de son propre nom.



Un matériau
original étudié
avec Décathlon

Essai complet Citroën Holidays



Tout change radicalement avec l'introduction sur le marché du Citroën Holidays. Dévoilé en 2024, ce modèle stratégique matérialise la toute première incursion officielle et directe du constructeur au double chevron dans le segment hautement concurrentiel des vans aménagés dits « usine ». L'enjeu est d'importance, car au sein de la tentaculaire galaxie Stellantis, Citroën a reçu le privilège exclusif d'être l'unique marque grand public à commercialiser une telle offre directement dans son réseau de concessionnaires. Cette décision industrielle majeure

souligne la légitimité historique d'une marque qui a toujours placé le confort, la modularité et l'art de vivre au centre de ses préoccupations conceptuelles. Face aux ténors historiques du marché, la proposition française doit faire valoir ses arguments avec force et précision. Dès lors, que vaut réellement ce salon roulant lorsqu'il est confronté aux exigences de la vie nomade et aux contraintes de la route quotidienne ? C'est ce que nous avons voulu déterminer à travers cet essai approfondi.

Un van plutôt en élégance

Sur le plan purement esthétique et stylistique, les designers de l'équipe française n'ont pas cherché à rompre de manière brutale avec les lignes directrices qui caractérisent le Citroën SpaceTourer dont ce modèle dérive directement. Le Citroën Holidays assume pleinement sa silhouette monocorps et ses volumes géométriques, affichant un profil qui pourrait de prime abord sembler massif, mais qui se trouve magnifié par un indéniable effort d'élégance et de modernisation. Cette distinction visuelle repose en grande partie sur l'adoption de la toute nouvelle identité stylistique de la marque, caractérisée par une face avant entièrement restructurée, beaucoup plus verticale et affirmée. Au centre de cette proue redessinée trône fièrement le nouveau logo ovale aux chevrons, qui confère au véhicule une personnalité singulière et une prestance indiscutable sur la route. Pour lier intimement ce véhicule de loisirs au reste de la gamme contemporaine, on note l'intégration judicieuse des fameux « color clips », qui prennent ici la forme de stickers appliqués avec soin, apportant une touche de gaieté et de personnalisation bienvenue.

Essai complet Citroën Holidays

Les dimensions extérieures de ce grand voyageur méritent une analyse attentive, car elles dictent en grande partie son comportement pratique au quotidien. Avec une longueur totale qui frôle la barre des 5 mètres, le Holidays en impose et promet d'emblée une habitabilité de premier ordre pour ses occupants. Cependant, c'est au niveau de sa hauteur que les ingénieurs ont réalisé le choix technique le plus pertinent de sa conception : en maintenant scrupuleusement la garde au toit sous la limite critique des 2 mètres, le van français décroche un sésame économique absolument gigantesque. Sur le réseau autoroutier, le Citroën Holidays est considéré comme une simple voiture de tourisme pour le calcul des tarifs de péage, ce qui le classe en catégorie 1. Cet avantage financier majeur le distingue avantageusement de bon nombre de ses concurrents surélevés qui basculent en catégorie 2, alourdissant considérablement le budget des vacances sur les longs trajets. De surcroît, cette hauteur maîtrisée lui permet de s'affranchir des barrières de limitation d'accès qui protègent l'entrée des plus beaux sites naturels ou des parkings souterrains des centres urbains. Toutefois, l'œil exercé du journaliste spécialisé ne peut s'empêcher de relever quelques détails de finition qui apparaissent en décalage avec le positionnement tarifaire du véhicule. Il est ainsi particulièrement fâcheux de constater que les badges distinctifs portant l'appellation officielle « Holidays » ne sont en réalité que de simples stickers adhésifs apposés sur la carrosserie. Pour un compagnon de route dont le prix de vente final dépasse allègrement le seuil des 50 000 euros, une telle économie de bouts de chandelle manque cruellement de noblesse et de durabilité, même si l'on admettra volontiers qu'il n'y a là rien de rédhibitoire pour l'expérience globale de vie à bord.



Citroën Holidays : dimensions

Longueur totale	Près de 5,00 mètres
Hauteur totale	Un tout petit peu moins de 2,00 mètres
Avantage péage	Classification en catégorie 1 (tarif voiture)
Accessibilité	Accès garanti à la majorité des parkings

Essai complet Citroën Holidays



La métamorphose intérieure : un salon roulant astucieux

C'est en faisant coulisser la large porte latérale que l'on pénètre au cœur de ce qui constitue la véritable raison d'être du Citroën Holidays. L'espace de vie arrière a subi une métamorphose totale, orchestrée avec un sens aigu de l'optimisation spatiale et de la rigueur ergonomique. La partie gauche de l'habitacle est intégralement investie par un bloc de mobilier d'une grande sobriété, qui intègre avec brio tous les éléments requis pour assurer une autonomie complète en pleine nature. On y découvre ainsi un mini-réfrigérateur à compression d'une contenance idéale pour préserver la fraîcheur des aliments, un bac d'évier compact en acier inoxydable pour la vaisselle, ainsi qu'une plaque de cuisson à deux feux alimentée par une bouteille de gaz parfaitement sécurisée. Cet agencement linéaire a l'immense mérite de dégager la partie droite de la cabine au profit d'une banquette coulissante conçue pour accueillir deux passagers. Cette assise préserve un confort des plus honnêtes lors des longs trajets routiers et présente la formidable faculté de se transformer, via une manipulation enfantine et rapide, en un couchage d'appoint à

deux places particulièrement plat et accueillant.

À l'arrière du véhicule, l'ouverture du hayon monumental révèle un coffre volumineux qui abrite non seulement des rangements complémentaires fort bien pensés, mais également le dispositif technique nécessaire au fonctionnement d'une douche extérieure. Cette attention délicate garantit des retours de plage ou des fins de randonnée des plus sereines, permettant aux quatre occupants de se rincer à l'eau claire avant de réintégrer l'espace confiné de l'habitacle. L'intelligence conceptuelle de cet intérieur s'exprime également à travers la présence d'une table amovible astucieuse autour de laquelle la vie de famille peut s'organiser en toute décontraction. Grâce à la fonction pivotante des deux sièges avant, qui se retournent à 180 degrés en un tour de main, l'intérieur du Holidays se mue instantanément en un véritable salon convivial où l'on peut s'installer pour dîner ou partager un jeu de société. Cette modularité franchit un cap supplémentaire puisque la table peut être extraite du véhicule pour être installée à l'extérieur, offrant ainsi une extension naturelle vers le plein air dès que le climat s'y prête.

Essai complet Citroën Holidays

Le conseil du journaliste :

Prenez le temps de décomposer les mouvements du toit relevable lors des premières utilisations. La cinématique est rigoureuse et demande un alignement précis des toiles pour éviter tout pincement lors du verrouillage final.



Pratique, astucieux et généreux, le Citroën Holidays regorge d'espaces de rangement dissimulés qui maximisent le bien-être des passagers au quotidien. L'habitacle, déjà vaste par nature, gagne une dimension spectaculaire lorsque l'on procède au déploiement du toit relevable. Une fois cette structure surélevée, la hauteur intérieure permet à un adulte de se tenir parfaitement debout dans la zone

de vie, ce qui transfigure radicalement l'expérience à bord en éliminant toute sensation de confinement. De plus, ce toit articulé abrite un second couchage double de très bonne facture, doté d'un sommier qui garantit des nuits reposantes sous les étoiles. La toile périphérique intègre de grandes fenêtres ouvrantes équipées de moustiquaires, qui inondent l'espace d'une lumière naturelle éclatante

tout en assurant une ventilation optimale durant les chaudes nuits d'été. Il convient toutefois de mentionner que les premières tentatives d'ouverture et de fermeture de ce pavillon mobile peuvent sembler quelque peu fastidieuses pour les néophytes, car elles réclament de respecter une séquence précise d'opérations manuelles. Fort heureusement, une fois le mode d'emploi assimilé, la cinématique apparaît comme parfaitement logique et s'exécute avec une grande facilité. En dehors de ce court temps d'adaptation, toutes les étapes nécessaires à la transformation du Holidays, du mode routier au mode loisirs, brillent par leur simplicité d'utilisation et leur rapidité d'exécution.

Sur la route : un van qui n'en est pas un

Prendre le volant d'un véhicule dont le poids à vide frôle les deux tonnes et demie en raison des aménagements intérieurs pourrait légitimement susciter quelques craintes légitimes quant au plaisir de conduite

et à l'agilité dynamique. Fort heureusement, les premiers tours de roue dissipent instantanément ces doutes, car le Citroën Holidays fait preuve d'un comportement routier qui le rapproche indéniablement du monde des berlines et des grands monospaces civils. Le train avant se montre précis, la direction assistée fait preuve d'une grande douceur dans son calibrage et la position de conduite surélevée offre une clarté de vision panoramique qui permet d'anticiper les mouvements du trafic environnant avec une sérénité absolue. Sur les grands axes routiers, le véhicule affiche une stabilité impériale, insensible aux vents latéraux malgré sa surface de carrosserie importante. Cette sérénité de conduite est par ailleurs consolidée par la présence d'une caméra de recul à haute définition, incluse dans la dotation de notre version d'essai équipée du Pack Max, un outil précieux qui permet d'insérer le véhicule dans n'importe quel emplacement de stationnement sans craindre le moindre frottement.

Essai complet Citroën Holidays

Pourtant, dès que le tracé routier se densifie et que l'on pénètre au cœur des agglomérations, la réalité physique du véhicule finit inévitablement par se rappeler au bon souvenir du conducteur. En dépit d'un rayon de braquage extrêmement bien étudié et d'une maniabilité intrinsèque que l'on se doit de saluer, les dimensions extérieures globales du Holidays s'avèrent parfois un peu gênantes dans le tissu urbain dense. Négocier une ruelle étroite, croiser un bus de transport en commun ou s'insérer dans un parking souterrain étroit réclame une vigilance de tous les instants et une gestion millimétrée des espaces latéraux. C'est précisément dans ces conditions d'utilisation exigeantes que l'on en vient à regretter amèrement un manque d'équipement flagrant de la part du constructeur aux chevrons. À un tarif de vente aussi coquet, il est tout à fait regrettable et incompréhensible de ne pas disposer d'une caméra de surveillance à l'avant du véhicule. Cette lacune technique empêche le déploiement d'une vision périphérique à 360 degrés, un équipement qui s'avère pourtant crucial et cruellement dommageable au vu du gabarit imposant et de la destinée avant-tout exploratrice de ce Holidays.



Citroën Holidays 2.0 BlueHDi 180

Moteur	2.0 HDi 180 chevaux
Transmission	Boîte automatique EAT8
Agrément	Relances vigoureuses sur route
Bémol	Gestion sonore sur les 3 premiers rapports

Sous le capot, le Citroën Holidays fait confiance au bloc moteur diesel 2.0 BlueHDi développant une puissance confortable de 180 chevaux, une mécanique noble qui sied à merveille à la vocation de grand voyageur de l'engin. Ce moteur distille des performances extrêmement honnêtes et ne donne jamais l'impression de peiner à la tâche, permettant d'aborder les rampes autoroutières ou les routes de montagne avec une belle assurance, même lorsque le véhicule voyage à pleine charge. Ce bloc mécanique

est associé d'office à la boîte de vitesses automatique EAT8 à huit rapports, une transmission réputée pour sa douceur mais qui souffre ici d'une programmation électronique parfois déconcertante. En effet, lors des phases de démarrage et d'accélération en ville, la boîte a la fâcheuse tendance à maintenir les trois premiers rapports trop longtemps, ce qui fait hurler le moteur dans les tours de manière totalement artificielle. Ce phénomène auditif passager peut laisser supposer que le Holidays est un véhicule bruyant au quotidien,

Essai complet Citroën Holidays

alors qu'il n'en est rien dès que l'on s'extrait du trafic urbain. Une fois la troisième vitesse verrouillée, les rapports supérieurs s'enchaînent avec une fluidité absolue et le moteur retrouve un silence de fonctionnement impérial, transformant les voyages sur nationales ou autoroutes en de longs fleuves tranquilles. Le confort acoustique est alors remarquable, parfaitement secondé par le travail des suspensions souples qui filtrent les irrégularités de la chaussée avec cette brio caractéristique de la marque.

Cependant, au milieu de ce tableau dynamique globalement flatteur, notre plus vif regret concerne la conception des sièges avant qui équipent la cabine de conduite. Nous avons trouvé ces derniers beaucoup trop fermes et rigides lors des longues étapes routières, et nous aurions tellement aimé retrouver à leur bord le

moelleux incomparable et la technologie d'assise des sièges Advanced Comfort qui font la gloire du reste de la gamme automobile Citroën. Leur absence est ici préjudiciable au confort postural à long terme, même si l'on doit reconnaître que la souplesse remarquable des amortisseurs parvient à compenser en grande partie cette fermeté d'assise pour maintenir un niveau de confort global tout à fait satisfaisant pour la famille.

Consommation : le bilan énergétique au banc d'essai

L'analyse des postes de dépenses liés au carburant constitue un facteur de choix déterminant pour les familles qui envisagent l'acquisition d'un tel véhicule de loisirs, destiné par essence à parcourir des milliers de kilomètres à travers l'Europe. À ce titre, le bilan énergétique du Citroën Holidays mérite une attention



toute particulière, tant les écarts peuvent s'avérer prononcés en fonction des environnements routiers traversés au cours de notre période d'essai.

L'efficacité remarquable sur les grands axes

Dès que l'on engage le véhicule sur l'autoroute et que l'on stabilise la vitesse réglementaire à l'aide du régulateur de vitesse, le grand van français fait la démonstration de toute son efficacité aérodynamique et mécanique. La consommation se stabilise alors à une valeur moyenne de 7,6 litres aux 100 kilomètres, un résultat qui constitue une excellente performance pour un véhicule présentant une telle prise au vent et un tel poids sur la balance. En y regardant de plus près, ce score permet au Holidays de signer une belle victoire technique face à ses rivaux directs, en affichant de 2 à 3 centilitres de moins que la concurrence à motorisation et charge équivalentes, une économie qui prend tout son sens lors des grandes traversées transcontinentales.

Essai complet Citroën Holidays

La sobriété absolue sur le réseau secondaire

C'est sur les routes nationales et départementales, là où le rythme se fait plus fluide et plus apaisé, que le bloc 2.0 BlueHDi exprime la plénitude de son talent énergétique. En adoptant une conduite coulée et anticipative, en profitant de l'excellent couple moteur pour laisser filer le véhicule sur sa lancée, les chiffres de consommation descendent à des niveaux particulièrement bas, s'établissant dans une fourchette comprise entre 6,5 et 6,8 litres aux 100 kilomètres. Cette sobriété de premier ordre transforme le Holidays en un véritable chameau des routes, espaçant les passages fastidieux à la pompe à essence et maximisant ainsi l'autonomie globale avant de devoir ravitailler.



Le lourd tribut de la circulation urbaine

En revanche, le tableau énergétique se ternit de manière spectaculaire dès lors que le véhicule est contraint d'évoluer au sein des encombrements des grands centres urbains. Les arrêts fréquents, les démarrages successifs en première vitesse et la nécessité de relancer en permanence la masse imposante du véhicule font s'envoler les chiffres de consommation vers des sommets préoccupants, avec des moyennes qui oscillent invariablement entre 10 et 12 litres aux 100 kilomètres. C'est beaucoup, assurément, et cela confirme s'il en était besoin que la ville n'est définitivement pas le terrain de prédilection de ce véhicule, incitant le conducteur à privilégier les grands espaces et les itinéraires d'évasion pour préserver son budget de fonctionnement.

Technologie embarquée et ambiance de bord

Dans le domaine crucial des technologies d'infodivertissement et des aides à la conduite, le Citroën Holidays réalise un sans-faute remarquable en se présentant doté des équipements les plus modernes issus de la banque d'organes du groupe Stellantis. Le conducteur fait face à un combiné d'instrumentation entièrement numérique de 10 pouces dont la clarté d'affichage et la richesse des informations méritent de chaleureuses éloges, les données restant parfaitement lisibles y compris sous l'impact d'une lumière solaire directe. Cet écran est complété en parfaite symétrie par une seconde dalle tactile centrale de 10 pouces également, dévolue au système multimédia. Ce dispositif brille par la qualité graphique de ses menus, la réactivité de son interface tactile et intègre surtout la toute dernière évolution logicielle de la marque, enrichie de manière spectaculaire par l'apport de l'assistant vocal doté de l'intelligence artificielle ChatGPT.

- Combiné numérique : Écran de 10 pouces haute définition face au conducteur.
- Écran central : Dalle tactile de 10 pouces avec interface Stellantis de dernière génération.
- Intelligence artificielle : Intégration de ChatGPT pour une interaction en langage naturel.
- Connectivité : Compatibilité Apple CarPlay et Android Auto sans fil de série.

Essai complet Citroën Holidays

L'intégration d'une telle technologie conversationnelle peut prôner le scepticisme sur une citadine traditionnelle, mais elle prend tout son sens et révèle sa pertinence absolue à bord d'un van aménagé par essence destiné à l'aventure familiale et à la découverte de nouveaux horizons. Grâce à la reconnaissance vocale en langage naturel, il devient tout à fait possible et ludique de dialoguer avec son véhicule tout en roulant, pour lui demander des précisions historiques sur la ville que l'on s'apprête à traverser, d'obtenir la liste des monuments incontournables à visiter dans les environs, ou encore d'en apprendre davantage sur les spécialités culinaires et la gastronomie locale de la région d'accueil. Cette fonctionnalité transforme l'assistant de bord en un véritable guide de voyage interactif, une attention particulièrement appréciable qui séduira à coup sûr les enfants et enrichira les longs trajets monotones.

Ambiance intérieure : le bilan

Points positifs	Finition impeccable assemblage rigoureux étiquettes «Rouge André» exclusives.
Points négatifs	Omniprésence de plastiques dur manque de teintes claires et de tissus chaleureux.

Si le Holidays se montre donc particulièrement bien pourvu sur le plan technologique pur, on peut légitimement regretter que la marque aux chevrons n'ait pas consenti à des efforts de différenciation stylistique plus marqués pour distinguer la planche de bord de ce van de celle du SpaceTourer utilitaire. L'observateur attentif constatera ainsi la présence massive de plastiques durs sur l'intégralité de la planche de bord et des contre-portes. Non pas que ces matériaux soient mal assemblés, bien au contraire, la finition se montre impeccable, exempte de tout reproche et aucun grincement parasite ne vient perturber la marche du véhicule. Cependant, pour un véhicule à vocation purement familiale et dévolu aux loisirs, le Holidays aurait grandement gagné à se parer d'une atmosphère intérieure un peu plus chaleureuse et feutrée. L'adoption de teintes plus claires pour habiller la partie conduite ou l'intégration d'inserts en tissu sur les panneaux de porte auraient permis de rompre la monotonie de cet univers sombre et plastique, un choix regrettable qui tranche avec les efforts consentis par ailleurs. Saluons toutefois le joli clin d'œil historique opéré sur la banquette arrière, qui se voit ornée de deux petites étiquettes en tissu portant les inscriptions « Holidays » et « Everyday », brodées dans cette teinte Rouge André emblématique qui fait écho aux détails de personnalisation des nouvelles C3 et C3 Aircross.



Essai complet Citroën Holidays

L'invitation au voyage signée Citroën

Au moment de rendre les clés du Citroën Holidays au terme d'une période d'essai particulièrement intense, le bilan global s'impose de lui-même avec la force de l'évidence : la marque française signe ici une véritable réussite conceptuelle, livrant un produit fini d'une grande maturité qui saura séduire les adeptes de liberté. Pratique, intelligent et extrêmement agréable à vivre au quotidien, ce van aménagé possède la formidable faculté de se transformer en une véritable pièce de vie de manière simple, rapide et totalement intuitive. Ses dimensions généreuses, si elles réclament une attention légitime, ne sauraient constituer un frein absolu à ses déplacements quotidiens, y compris lors des incursions inévitables au cœur des centres urbains grâce à une maniabilité de haut vol et à une visibilité périphérique remarquable, idéalement secondée par l'apport d'une caméra de recul haute définition dont l'utilité n'est plus à démontrer lors des manœuvres de stationnement délicates. De surcroît, son confort de marche royal s'avère particulièrement appréciable sur les longs trajets autoroutiers, et si l'on peut déplorer la fermeté excessive des sièges avant qui manquent de ce moelleux typiquement Citroën que nous affectionnons tant, la grande souplesse des suspensions accomplit des miracles pour préserver les vertèbres des passagers face aux dégradations du bitume. Le Holidays se montre ainsi tout aussi convaincant en dynamique qu'il ne l'est à l'étape, transmué en un salon lumineux, spacieux et astucieux.

L'excellence de son bilan énergétique, caractérisé par une consommation de carburant parfaitement maîtrisée sur route et autoroute, participe activement à positionner le Holidays comme le véhicule familial idéal pour les voyages au long cours, garantissant que le budget des vacances ne sera pas intégralement englouti par les dépenses à la pompe. Cet



avantage économique se voit renforcé de manière spectaculaire par ses choix de dimensions verticales qui lui ouvrent les portes des parkings souterrains et lui permettent de bénéficier du tarif voiture de catégorie 1 aux barrières de péage autoroutier, un atout financier non négligeable pour préserver le pouvoir d'achat de la famille. Tous ces arguments prennent un relief d'autant plus saisissant que le Citroën Holidays s'affiche à un tarif de

vente débutant à partir de 53 000 euros, un positionnement commercial particulièrement agressif et étudié qui le rend nettement plus accessible financièrement que la majorité de ses concurrents directs à dotation d'équipement équivalente, marquant ainsi un excellent point en sa faveur.

Pour conclure cet essai sur une note plus personnelle, j'avoue sans ambages avoir éprouvé une certaine pointe d'appréhension

Essai complet Citroën Holidays

et d'anxiété légitime au moment de prendre possession du Citroën Holidays pour la première fois. N'étant pas un habitué de la conduite de ces grands gabarits routiers, je redoutais que l'expérience ne s'avère fastidieuse ou stressante au cœur du trafic moderne. Pourtant, je dois confesser avoir été subjugué par la facilité déconcertante de sa prise en main : à peine cinq petites minutes d'évolution en milieu urbain m'ont suffi pour assimiler le gabarit du véhicule, appréhender ses contours et me sentir parfaitement en confiance, le reste de notre essai de quinze jours s'étant déroulé avec la même aisance et la même décontraction qu'au volant d'une simple voiture de tourisme de grande diffusion. Au terme de ce compagnonnage routier, au cours duquel j'ai pu m'offrir le luxe inestimable d'une excursion sauvage pour passer une nuit mémorable à la belle étoile en pleine nature, j'en ressors totalement convaincu et séduit par la proposition

française. Le Citroën Holidays répond avec pertinence et brio aux exigences fondamentales d'une famille moderne, se montrant aussi rigoureux dans ses prestations dynamiques sur la route qu'il se révèle douillet et fonctionnel lors des haltes improvisées où il se transforme en lieu de vie en un clin d'œil. Certes, tout n'est pas parfait à son bord, nous avons formulé des griefs légitimes concernant la fermeté des assises avant ou l'austérité plastique de la planche de bord, mais force est de constater que la concurrence ne fait pas mieux sur ces points précis tout en exigeant des tarifs d'achat bien supérieurs. En ce qui me concerne, le verdict est sans appel et l'envie est tenace : je reprendrais bien volontiers une dose régulière de Citroën Holidays pour mes prochains voyages.



« Avec 1 enfant maxi. Utile pour 2 adultes et pour bouger presque tous les week-ends »

Gaëtan R.

Vous avez la parole

« C'est un très beau véhicule pour un couple en quête de repos dans la nature. Très simple, mais c'est un peu la mode du moment. Vivement de bons moments, le plus simplement possible. Juste dommage pour le poids maxi d'utilisation du dortoir de toit »

Florent et Émilie R.



« Très beau véhicule, parfait pour une famille de 4. Les enfants vont adorer »

Elisa K, 11 ans

« Très beau véhicule pour des week-ends en famille »

Famille De B.

« Beau véhicule pour des périples de quelques jours. Encombrement quasi identique à une voiture, passe-partout. Pour partir à 2 avec la remorque moto, au top ! »



Baptiste et Laetitia E.

« Pratique pour se déplacer comme avec un véhicule normal (< 2m de hauteur). Aménagements de bonne facture, rangements un peu limités (vêtements, vaisselle, draps, oreillers...). Donc OK pour 2 personnes ou deux adultes avec enfants en bas âge, mais pas à 4 personnes adultes. Idéal pour les week-ends en amoureux. Excellents weekends en perspective ! Excellentes finitions ! »



Famille Mickaël et Aurélie H.

L'histoire de l'AX

40 ans



Dans le panthéon de la marque aux chevrons, certaines silhouettes semblent écraser la mémoire collective par leur simple évocation. La 2 CV, avec son ascétisme génial et sa longévité biblique, demeure sans conteste la plus mythique des petites Citroën, celle qui a mis la France sur roues et dont l'aura dépasse les frontières de l'automobile. Pourtant, réduire l'histoire des citadines de la marque à cette seule icône serait une erreur historiquement majeure. Il ne faut pas occulter celles qui, dans l'ombre des géantes, ont su porter le flambeau de l'innovation avec une audace parfois plus discrète, mais tout aussi radicale.

La révolution silencieuse d'un poids plume : l'incroyable épopée de la Citroën AX

Parmi elles, la Citroën AX occupe une place singulière. Bien que moins rustique dans son approche que son illustre aînée, elle n'en a pas été moins révolutionnaire, poussant la quête de l'efficacité et de la légèreté à un niveau jamais atteint par la concurrence

de l'époque. En cette année 2026, alors que le monde automobile redécouvre péniblement les vertus de la sobriété, il est temps de rendre hommage à cette petite Citroën qui fête ses 40 ans et qui, sous ses airs de citadine sans prétention, cachait un chef-d'œuvre d'ingénierie. fabriquées à partir d'un feutre recyclé obtenu par le broyage des chutes de tissus et de matériaux issus de la construction du concept Oli. Rien ne se perd, tout se transforme en une nouvelle utilité esthétique.

L'histoire de l'AX



genèse d'un projet radical

du programme Eco 2000

au projet S9



le second choc pétrolier, réclame des voitures économes, aérodynamiques et surtout capables de rivaliser avec les nouvelles références que sont la Renault Supercinq, la Peugeot 205 ou la Fiat Uno. C'est dans ce contexte de contrainte absolue que naît le projet S9.

L'AX n'aurait jamais été ce qu'elle est sans les travaux précurseurs du programme ECO 2000. Ce programme expérimental de l'État français, auquel Citroën a activement participé, visait à concevoir une voiture capable de ne consommer que 2 litres aux 100 km. Les prototypes de cette étude, comme le SL3, affichaient des Cx record de 0.22 et un poids plume de 450 kg. Si l'AX de série ne pouvait décemment pas être aussi extrême pour des raisons de confort et de sécurité, elle a hérité directement de cette

philosophie «scientifique» de la sobriété. Les ingénieurs du projet S9 se sont livrés à une véritable chasse aux sorcières contre le moindre gramme superflu. Cette obsession a conduit à des solutions techniques alors inédites dans la grande série. On a utilisé des aciers à haute limite élastique avec des épaisseurs variables, permettant de renforcer les zones critiques tout en affinant le reste de la structure. Plus étonnant encore, le hayon arrière a été conçu entièrement en matériaux composites (plastique thermoformé), une première pour une voiture de cette catégorie, permettant de gagner un poids précieux tout en autorisant des formes complexes impossibles à réaliser en acier à l'époque.

L'histoire de l'AX commence bien avant sa présentation officielle au salon de Paris 1986.

Pour comprendre l'ADN de cette voiture, il faut se replonger dans l'ambiance tourmentée des années 70 et du début des années 80. PSA, après le rachat de Chrysler Europe (Talbot), traverse une zone de fortes turbulences financières. Chez Citroën, la situation est urgente : il faut remplacer la Visa, qui peine à convaincre par son style décalé, et la LNA. Le marché européen, marqué par



L'histoire de l'AX

L'anecdote qui illustre le mieux cet état d'esprit est celle des vis de fixation. On raconte que les ingénieurs ont calculé la longueur exacte de chaque vis utilisée sur le châssis pour couper le surplus qui dépassait inutilement de l'écrou. Chaque millimètre de filetage économisé multiplié par le nombre de vis permettait de gagner quelques grammes. Ce souci du détail a permis à la version d'entrée de gamme, l'AX 10 E, d'afficher un poids incroyable de 640 kg sur la balance. Le design, quant à lui, a fait l'objet de vifs débats. Suite au rachat de Chrysler Europe, les équipes de style de Talbot ont également planché sur des propositions. Certaines maquettes étaient très anguleuses, presque brutales, avec des surfaces vitrées réduites pour limiter le poids du verre et l'usage de l'acier. Finalement, c'est une ligne plus fluide et consensuelle qui sera retenue, permettant d'atteindre un Cx de 0,31, une valeur d'exception pour une voiture de 3,50 mètres. L'AX était née d'une équation mathématique : le poids minimal multiplié par une pénétration dans l'air maximale.

Une carrière sous le signe de l'efficacité : de la conquête européenne aux terres malaisiennes



Lancée en trois portes à l'automne 1986, puis en cinq portes un an plus tard, l'AX va rapidement s'imposer comme une actrice majeure du marché. Sa carrière est le reflet d'une voiture qui a su évoluer pour corriger ses péchés de jeunesse. La Phase 1 (1986-1991) est celle de la pureté originelle mais aussi d'une certaine fragilité perçue. L'intérieur, avec son tableau de bord très géométrique, presque «cubiste», et ses plastiques fins,



LA PHASE 2 ARRONDIRA LES ANGLES

servait la légèreté mais déconcertait une clientèle habituée au sérieux de la concurrence allemande ou à la solidité de la Peugeot 205. Les portes, si légères qu'elles sonnaient creux à la fermeture, alimentaient les moqueries sur une prétendue «voiture en carton». Pourtant, les chiffres de vente prouvaient le contraire. L'AX plaisait par sa vivacité, son habitabilité surprenante grâce à des parois de portières affinées au maximum, et



surtout son appétit d'oiseau.

Le tournant majeur intervient en juillet 1991 avec le restylage de la Phase 2. Citroën écoute les critiques et monte en gamme. L'extérieur s'adoucit avec des clignotants blancs et des boucliers plus enveloppants, mais c'est surtout à l'intérieur que la métamorphose est spectaculaire. Le tableau de bord change radicalement pour adopter des formes plus rondes et des plastiques de bien meilleure facture. L'insonorisation est renforcée, et la structure est rigidifiée. L'AX prend quelques kilos dans l'opération, mais



L'histoire de l'AX



elle gagne une maturité qui lui permettra de tenir tête à la nouvelle génération de citadines des années 90. C'est également à cette période que l'AX montre l'étendue de sa polyvalence. Elle est fabriquée principalement à l'usine d'Aulnay-sous-Bois en France et à Vigo en Espagne, mais son destin sera bien plus lointain. Peu de gens savent que l'AX a connu une véritable seconde vie en Malaisie. À la fin des années 90, le constructeur national Proton cherche un modèle économique pour motoriser le pays. Un accord est passé avec Citroën pour produire l'AX sous licence. Rebaptisée Proton Tiara, elle sera produite entre 1996 et 2000, arborant une calandre spécifique et des finitions adaptées au marché local. Au total, ce sont près de 2 425 138 exemplaires qui sortiront

des chaînes de montage jusqu'en 1998, date de sa retraite définitive (bien qu'elle ait cohabité avec sa remplaçante, la Saxo, dès 1996). Ce succès ne repose pas seulement sur un prix attractif, mais sur une offre moteur particulièrement intelligente. L'AX a inauguré la célèbre famille des moteurs TU, des blocs en aluminium modernes, légers et d'une fiabilité exemplaire. Mais c'est en diesel que l'AX a véritablement choqué le monde automobile. En 1989, une AX 14 D établit un record de consommation homologué à 2,7 litres aux 100 km sur un parcours autoroutier. Capable de parcourir plus de 1 000 km avec un petit plein de 43 litres, elle devenait la reine de l'économie, une prouesse qui, quarante ans plus tard, reste une référence absolue en matière d'efficacité thermique.

Des mythes et des hommes :

de la muraille de chine aux monstres de la surproduction

Si l'AX est une voiture de raison, elle a su, par le génie du marketing de Jacques Séguéla et l'audace des ingénieurs sportifs, se forger une image de passionnée. On ne peut évoquer l'AX sans revoir les images incroyables de sa campagne de lancement. «La révolutionnaire», comme elle fut baptisée, a été mise en scène traversant la Grande Muraille de Chine, sautant au-dessus des créneaux dans une démonstration de légèreté et d'agilité qui a marqué toute une génération. Ce coup d'éclat publicitaire fut prolongé par l'opération Dragon en 1988, où 140 jeunes parcoururent 4 500 km à travers la Chine en AX rouges. L'objectif était limpide : prouver que cette voiture, que l'on disait fragile, pouvait encaisser les pires pistes du monde.

Côté sport, l'AX a également su faire taire les sceptiques. En 1987, l'AX Sport déboule avec son moteur 1.3 litre préparé par Danielson, gavé par deux carburateurs Solex double corps. Avec 95 chevaux pour seulement 715 kg, c'était une véritable «bombe» mécanique, dépouillée de tout artifice de confort pour privilégier le rapport poids/puissance. Elle est devenue l'arme absolue en rallye amateur et en course de côte, là où son train avant incisif faisait merveille. Plus tard, l'AX GTi apportera l'injection et plus de civilité, sans rien perdre de son caractère volcanique. Mais le sommet de la



L'histoire de l'AX



folie mécanique fut atteint avec l'AX Superproduction. Ce monstre de compétition, qui ne conservait de l'AX que la silhouette, développait près de 380 chevaux grâce à un turbo colossal et une transmission intégrale, pour un poids plume de 800 kg. Pilotée par des légendes comme Jean-Pierre Jarier, elle reste l'une des Citroën de course les plus radicales de l'histoire.

L'AX, c'était aussi l'art des séries spéciales et

des versions inattendues. Qui ne se souvient pas de l'AX K-Way avec ses couleurs vives, de l'AX Hollywood aux tons acidulés ou de l'AX Exclusive, véritable premium de poche avec ses sièges en cuir et sa climatisation ? Citroën a même exploré des voies très audacieuses comme l'AX 4x4, dotée d'une transmission intégrale enclenchable signée Steyr-Puch, ou encore l'AX électrique lancée en 1993. Bien avant la révolution actuelle, Citroën proposait déjà une citadine à batteries NiCd capable

de parcourir 100 km en ville, une pionnière injustement oubliée. Enfin, le carrossier Heuliez a même tenté de transformer la petite puce en cabriolet avec l'AX BB. Ce prototype élégant, destiné à rivaliser avec la 205 CJ, ne sera malheureusement jamais produit en série pour ne pas concurrencer sa cousine sochaliennaise. Autant de facettes qui démontrent que l'AX n'était pas qu'une simple voiture économique, mais un laboratoire d'idées permanentes.



L'AX C'EST AUSSI L'ART DES SÉRIES SPÉCIALES

Quarante ans de légèreté l'héritage d'une visionnaire mal aimée

Alors que la Citroën AX souffle cette année ses quarante bougies, le regard porté sur elle change. Certes, elle a beaucoup été moquée à ses débuts pour sa légèreté excessive, pour ses plastiques qui vibraient ou pour sa sensation de fragilité face aux poids lourds de la route. Mais avec le recul, quel tour de force ! L'AX reste une voiture qui laisse d'excellents souvenirs à des millions de conducteurs, qu'ils soient anciens étudiants l'ayant adorée pour son coût d'entretien dérisoire ou pilotes amateurs l'ayant vénérée pour ses versions sportives.

Finalement, l'AX avait des décennies d'avance. À une époque où l'on ne parlait pas encore de dérèglement climatique ou de ressources limitées, elle avait déjà compris que le véritable luxe et la vraie modernité résidaient dans la lutte contre le gaspillage de matière et d'énergie. Son travail acharné sur la légèreté lui a permis d'offrir des performances et une sobriété que bien des voitures modernes, encombrées de centaines de kilos de batteries et d'équipements de confort, pourraient lui envier. Elle n'était pas « en carton », elle était optimisée au gramme près, pensée comme un outil de liberté accessible à tous. Aujourd'hui, alors qu'elle entre de plain-pied dans le monde de la collection, l'AX nous rappelle que chez Citroën, la révolution n'a pas toujours besoin de suspensions hydrauliques pour être magistrale. Elle a simplement besoin d'un peu de plastique, de beaucoup d'intelligence et d'une foi inébranlable dans la légèreté de l'être automobile. Joyeux anniversaire, petite révolutionnaire



Être
Citroëniste

