

Les Echos Série limitée

Brand saga®

by Les Echos Médias

Ligne DS
Ligne d'avenir





Donner la parole aux marques. Qu'elles racontent leurs succès, tel est le projet des *Brand saga*. Citroën en est le premier invité. En un temps record, leurs archives ont été ouvertes, les principaux acteurs ont parlé à cœur ouvert et tous, sans retenue, ont livré leurs espoirs et leurs doutes, parfois même, leurs désespoirs qui précèdent... toute victoire. Résultat, 16 pages de révélations, de confidences, de jugements, qui chacun à leur façon et dans une unanimité rare saluent une épopée hors du commun : rebâtir, alors que personne n'y croyait plus, une marque de luxe automobile hexagonale. Les hommes de Citroën sont allés au bout de leurs convictions. Ils ont eu raison. Que serait aujourd'hui l'industrie automobile française sans la ligne DS ? Songez-y. Bonne lecture d'un numéro que l'on souhaite de tout cœur collector.

Brand saga



Sommaire

C'est notre histoire

4. Jean-Pierre Ploué & Vincent Besson, "DS est notre enfant."

Confidences

7. Regards d'experts sur les Citroën DS3, DS4 et DS5

Révélation

14. Esquisse de la Numéro 9



ÉDITO

Série limitée

Brand saga*

by Les Echos Médias



Brand saga LesEchosmédias
Sur une idée originale de :
sansborne
Conception graphique :
ACE Team
Caroline Zitoun
Christophe Hunsicker
www.ace-team.fr

Rédaction :
sansborne, Clément Férier

Crédits photos :
Citroën Communication

PUBLICITÉ LesEchosmédias
Directeurs généraux :
Cécile Colomb et Hervé Noiret

IMPRESSION :
Label - PPS



Il y a des dates anniversaires que l'on s'empresse de célébrer parce qu'elles font tout simplement plus plaisir que d'autres. La ligne DS fête ses deux ans déjà depuis le lancement de la DS3. Deux ans et 200 000 exemplaires vendus. Des années qui ont donné des ailes : la DS4 et la DS5 ont vu le jour en un temps record. Deux ans qui nous conduisent aujourd'hui à promouvoir la ligne DS jusqu'en Chine. Presque inimaginable il y a précisément... deux ans. D'ailleurs, si l'on est honnête et que l'on veut bien faire l'effort de revenir quelques années en arrière, qui pensait sérieusement alors que l'industrie française puisse redonner vie à des automobiles aussi chics, aussi luxueuses ? Plus qu'un rêve, c'était notre conviction dès 2008 lorsque, en comité de direction, nous donnons notre accord à ce projet jugé par quelques-uns « insensé ». Il est vrai que redonner vie à des automobiles de luxe hexagonal intimidé. Mais n'avons-nous pas en nous tous quelque chose de la DS originelle ? En ce qui me concerne, ce sont des images solennelles du Général de Gaulle dans sa DS noire, un modèle qu'il partage avec Fantômas ! Mais aussi avec Jane Birkin, prise en photo devant un cabriolet Chapron. Incroyable de modernité et d'inspiration pour toutes les équipes. Parce que les équipes de Vincent Besson en charge de la stratégie et celles de Jean-Pierre Ploué du design ont su convaincre dans un élan fédérateur jamais vu dans toute l'entreprise. Une histoire incroyable débutée de surcroît – hasard de la vie économique internationale – en pleine crise. Une histoire déjà riche. Et pourtant elle n'en est qu'à ses débuts. Numéro 9 se profile...

Frédéric Banzet

JEAN-PIERRE PLOUÉ

CRÉATEUR DES LIGNES DS

Fabricant de jeux de l'oie et de moulins à café dans l'Yonne, son grand-père a eu la deuxième DS après le préfet ! Cela ne s'invente pas et Jean-Pierre Ploué s'en souvient avec délectation. Son goût du travail achevé et des belles choses remonte d'ailleurs à cette époque où la France du Général et de Fantômas ne s'interdit aucun rêve. Devenu directeur du design Citroën, Jean-Pierre Ploué ne s'est donc pas interdit de réinventer des DS, tout plein de DS. Récit.

Paris capitale du luxe sauf... pour l'automobile : Jean-Pierre Ploué ne s'y est jamais fait. Après tout, avant-guerre, les Delage et Delahaye n'étaient-elles pas les voitures les plus abouties de leur époque ? Delage, Delahaye, des noms que le directeur du design Citroën de la précédente décennie cite pour justifier l'emploi de chrome sur ses œuvres : « *On en utilise beaucoup. Certains me le reprochent. Qu'importe. À mes yeux, utilisé avec intelligence et équilibre, le chrome magnifie un coup de crayon, assoit un profil et accentue le caractère. Et puis c'est un bijou. Comme un accessoire de mode. Un élément constitutif de l'âme. Vital.* » Vital pour des automobiles qui incarnent le luxe à la française. Expression taboue dans l'industrie automobile hexagonale jusqu'à il y a 2 ans, sauf dans la bouche de Jean-Pierre Ploué. « *Très tôt, notre ambition a été de réhabiliter l'automobile de luxe conçue à Paris ! Une automobile comprise comme telle par le monde entier. Une automobile ne copiant personne si ce n'est l'esprit Citroën ; à commencer par l'originalité et la modernité des lignes.* ». Mais si tout est limpide dans l'esprit de l'artiste, les choses ne le sont pas pour tous. Partenaire de Vincent Besson, en charge de la stratégie, le designer se souvient des années où il a fallu convaincre : « *Nous voulions monter en gamme. Les finances ne nous suivaient pas toujours. Pourtant, nous étions archi-prêts. Dès la première C4, il y a dix ans désormais, j'avais soumis l'idée d'une signature lumineuse logée dans les feux grâce à des LED !* »

Il faudra attendre Christian Streiff, nouveau Président de PSA, en 2007, pour que l'impulsion soit franchement donnée. « *Non seulement, Streiff nous a appuyés, mais il nous a challengés.* » Étonnant retournement de situation qui accélère le rythme et décuple l'imagination. « *Très vite, avec mes équipes, nous avons la volonté de créer non pas une voiture, mais une gamme entière hors du commun.* » Une gamme avec un design-archi dessiné et aux détails « *soignés comme jamais nous n'avions osé le rêver.* ». Le cuir « *bracelet de montre* », les LED (intégrées aux ouïes de la DS3) ou, encore, l'horloge rectangulaire de la DS5 qui signent le luxe des modèles actuels prennent alors vie sur les écrans d'ordinateurs. « *En même temps on travaille les couleurs et matières à l'extrême ; le cuir Habana, couleur évocatrice des cuirs de la DS Pallas de jadis, est ainsi conçu avec un des meilleurs artisans de France.* » Des efforts exaltés lorsque les deux lettres « *DS* » viennent signer les trois automobiles sur lesquelles planchent Jean-Pierre et ses équipes en 2008. « *Une idée de génie, qui allait tellement de soi qu'elle n'a pratiquement pas fait débat. Mieux, elle confortait la légitimité de notre travail et nos convictions sur l'avenir de Citroën.* » Le travail reprend de plus belle. Avec encore davantage de raffinement et de technologie. « *L'intégration de l'hybride sur la DS5 a apporté une touche de modernité complémentaire à la plus grande DS en attendant les suivantes !* » Les suivantes ? Une grande berline, un SUV, une très, très grande berline... Et un revival de la DS originelle ? « *Un jour peut-être ! Je vous le répète, il ne faut rien s'interdire.* »



VINCENT BESSON LE STRATÈGE

Une gamme complète sortant de l'ordinaire. L'aventure DS semble si simple, aujourd'hui qu'elle compte 3 modèles. Mais au début du millénaire, il faut toute la force de persuasion de Vincent Besson. L'homme alors en charge de la stratégie des chevrons déplace des montagnes avec ses équipes. Il raconte pour la première fois cette incroyable aventure « humaine ».

« Peu de moyens, mais le plein d'idées, d'humilité et d'énergie ». Vincent Besson résume ainsi le récit de presque dix ans « d'aventure DS. » Une aventure qui n'est pas née d'une fulgurance traversant l'esprit en se rasant, mais de pièces d'un puzzle que l'intelligence, les circonstances et, parfois la chance – il en faut – ont assemblées au mieux. Tout commence réellement en 2004. « A

l'époque, nous planchions sur le remplacement des C2 (3 portes) et C3 (5 portes) », confie le stratège. Deux petites automobiles. Deux sœurs. Mais très différentes dans leurs styles et leurs carrières. Déjouant les pronostics, la C2 se vend en effet surtout dans ses versions les plus dotées en équipements (gage de marges inattendues), tandis que la C3 est préférée dans ses livrées d'entrée de gamme (gage de gros volume). L'idée germe alors de concevoir des remplaçantes aux différences accentuées : « Notamment de produire une 3 portes encore plus chic que la version à 5 portes, et vendue plus chère pour augmenter les revenus. » Après tout logique...

Mais pas pour tous : « Les investissements nécessaires à ce changement de cap dépassent les sommes habituelles allouées à un tel projet – sans parler du positionnement résolument haut de gamme... jugé « hérétique » pour un constructeur généraliste. Vincent Besson et ses équipes redoublent d'efforts, affinent leurs études, passent des heures à débattre... Jean-Pierre Ploué, l'artiste, n'est jamais loin non plus. « Il nous poussait ! N'arrêtait pas de dessiner des voitures sublimes. » Toujours trop pour les finances... « Il a fallu jouer les diplomates », insiste Vincent Besson.

Et puis Christian Streiff est arrivé à la tête de PSA Peugeot Citroën. « En une réunion, il nous a donné son feu vert et a même exigé que nous allions plus loin dans nos propositions de renouvellement de modèles à haute valeur ajoutée ! »

Le monde à l'envers et une bouffée d'oxygène, relayée par Gilles Michel. L'ancien directeur général de Citroën accompagne alors la réflexion des remplaçantes des... C4 et C4 Coupés.



« En 2007, nous avions donc dans nos cartons une petite voiture chic inédite et validée comme telle – nom de code A55 – et une conviction : la remplaçante de la C4 Coupé (qui avait fait une belle carrière commerciale sur un marché difficile) devait être particulièrement soignée. » Les équipes imaginent alors un modèle un peu plus haut qu'à l'habitude, mais compact et super lookée. Sans doute

un peu trop. Les réactions en interne sont de nouveaux « réductantes. » Mais les études montrent que dans ce segment des coupés, les places arrière Pullman ne sont pas essentielles. Le design tient bon et maintient des portes arrière quasi invisibles. La DS4 est née mais, n'a toujours pas de nom. « En parallèle, nous planchions sur une alliée de la seconde C5, insiste Vincent Besson. Le concept SportLounge (exposé à Francfort 2005) était notre source d'inspiration. » Mais ici encore les obstacles ne manquent pas. Le style est fort. Très fort. Trop fort... Comment justifier sa présence au côté d'une nouvelle C5 déjà charismatique ? « L'idée de rassembler ces trois produits hors du commun au sein d'une même famille nous est alors apparue comme une évidence en 2008. » Nouveau problème. Il leur faut un nom... « Un vendredi matin, Jean-Marc Savigné, directeur de la publicité, débarque dans mon bureau.

Il retourne une feuille. J'y lis "DS". Deux lettres que nous nous étions interdites collectivement ; le poids de l'héritage... Le lundi, je dis oui ! Et deux semaines plus tard, tout le monde accepte, dans un élan unanime. »

Unanime car les enquêtes de validation rappellent que les générations actuelles rapprochent davantage les deux lettres d'une célèbre console de jeux que de la voiture du Général et de Fantômas. Le risque de forfaiture est écarté, d'autant que les fans de la DS de 1955 applaudissent à

tout rompre devant les trois DS pressenties ! Une consécration pour toutes les équipes. La suite, on la connaît : il y a deux ans presque jour pour jour, la DS3 entamait sa carrière ayant jusqu'aux honneurs de CNN.

UNE LIGNE, TROIS MODÈLES, DIX CRITIQUES !

On aurait pu, avec forces détails, expliquer combien DS3, DS4 et DS5 « sortent de l'ordinaire ». On aurait pu.... mais on a préféré l'œil critique de la presse automobile. Pas toujours tendre et pourtant unanime pour saluer ce « succès hexagonal ». Recueil de confidences rares, passionnées et exclusives de professionnels avisés autour de leurs DS favorites.





CITROËN DS3 UNE PÉPITE FRANÇAISE

Elle a été la toute première DS du 21^{ème} siècle. Aujourd'hui, son succès commercial dépasse largement l'Hexagone, plus de 100 000 exemplaires se sont déjà vendus en Europe. Il faut dire que l'adorable auto sait entretenir le désir, l'irlandaise Orla Kiely a dernièrement signé une série limitée pour le marché anglais, tandis que la version cabriolet est attendue pour la rentrée au Mondial de l'Automobile de Paris. Sans évoquer la finition Ultraprestige en passe de devenir culte. La DS3 est la préférée de trois spécialistes de la presse automobile.



ALEXANDRE GUILLET

*Rédacteur en chef
du Journal de l'auto*



« Ce qui m'a le plus frappé dans l'aventure DS, c'est l'angle d'attaque stratégique. À la genèse, il y a une véritable audace, totalement décomplexée, enfin débarrassée de la retenue inconsciente qui avait engendré, naguère, des copies d'allemandes. C'est une histoire d'hommes. Il faut citer Christian Streiff, qui a su entretenir l'impulsion. Il faut aussi saluer Jean-Pierre Ploué et Vincent Besson, pour leur travail de longue haleine sur l'ADN de la marque, qui a permis cette naissance en tout équilibre et, ce qui est sans doute le plus remarquable, en toute logique. Si je devais retenir un modèle dans la ligne DS ? La DS3, car elle a su transformer des calvinistes en fashionistas ! Le style DS, c'est à la fois une captation de l'air du temps et une idiosyncrasie durable. » www.journalauto.com



« Pour moi, la renaissance des DS commence à... la Fondation Cartier. Contrairement à l'habitude qui veut qu'un constructeur automobile présente ses nouveautés dans des hôtels impersonnels, Citroën nous avait conviés, en plein Paris, dans le "temple dédié à la création contemporaine" pour nous dévoiler la... DS3. Gonflé, presque prétentieux, ont pensé certains. Mais après quelques tours de volant, il a fallu se rendre à l'évidence, la DS3 était un petit prodige. Elle m'a évoqué immédiatement la renaissance d'une France qui avance, celle des Delahaye, des Bugatti, des Citroën d'antan. Une époque où le luxe français existait aussi sur la route, en dehors des seules bijouteries et de la mode. Et puis il y a cette tenue de route, ce confort, cette homogénéité ; la DS3 n'est pas seulement belle, elle est la plus passionnante à vivre de son segment. La mienne serait noir laquée, la plus pure possible ; je ne comprends pas qu'on puisse l'aimer orange avec des décalcomanies partout ! » www.tf1.fr



JEAN-PIERRE GAGICK

*Journaliste et animateur
d'AutoMoto TF1*

JACQUES CHEVALIER

*Fondateur du site
Auto-Addict pour Le Point*



« Chez Citroën, le meilleur a longtemps côtoyé le n'importe quoi. Le summum est atteint avec la roumaine Axel dans les années 80, pratiquement jamais distribuée... Et puis soudain, à l'orée du XXI^e siècle, la grâce a semblé frapper. Une politique à long terme a été définie, une ligne de style homogène a été imposée par Jean-Pierre Ploué et des règles de qualité calquées sur les belles allemandes ont été décrétées. L'aboutissement a pris forme avec la ligne DS où je distingue surtout la DS3. Elle symbolise le changement et, malgré sa petite taille, elle recèle l'indicible, la fierté d'avoir une Citroën dans son garage. »

www.lepoint.fr/art-de-vivre/auto-addict



CITROËN DS4

DIVINITÉ MÉCANIQUE

Surtout ne pas faire comme les autres ! Mission accomplie. La silhouette évoque un coupé. La stature s'inspire de l'univers SUV et le tout, sur moins de 4,27 m, incarne à merveille « la berline compacte chic » de la famille DS. Une berline étincelante dont la puissance ultime est désormais portée à 256 ch (pour seulement 155 g de CO₂/km !), sous la signature « Racing. »
Gentlemen start your engines ! Ils sont trois experts à chérir la DS4.



SYLVAIN REISSER

Redacteur en chef
Le figaro



« Fin 2008, sans en préciser l'objet si ce n'est qu'elle souhaite nous mettre dans la confiance et recueillir nos commentaires, la marque me convie, avec quelques confrères, à son bureau de style de Vélizy. DS3, DS4 et DS5 sont là, sous nos yeux. Franchement, les participants de la séance sont ébahis. DS3 emporte l'adhésion unanime. On sait déjà qu'elle va marcher, peut-être même faire un tabac. DS5 n'arrivera que fin 2011, mais on perçoit déjà qu'à travers sa silhouette métissée, Jean-Pierre Ploué et Vincent Besson tiennent une alternative à la berline statutaire



qui fera son chemin. Je suis plus mitigé avec DS4, présentée face à la VW Scirocco. Maintenant que ces trois déesses sont sur nos routes, je peux dire que DS4 est sans doute ma préférée, surtout dans le coloris framboise ou marron. J'adhère à l'audace de Citroën d'essayer de sortir la berline compacte de son carcan sérieux et stéréotypé. Quant au nom DS ? Il ne fait même plus débat. Bravo aux chevrons qui ont su oser et prendre des risques. » www.lefigaro.fr



« Pour moi, la gamme DS contemporaine est une double réussite. D'abord d'un point de vue marketing : Citroën a su exploiter ces deux lettres mythiques au travers de modèles qui, à défaut d'être aussi avant-gardistes que la DS de 1955, répondent aux besoins sociologiques des automobilistes contemporains, lesquels sont nombreux à vouloir posséder une voiture différente. Ensuite, les produits en eux-mêmes : ils sont frais, de qualité, accessibles, de ligne frétilante et d'esprit joyeux. De vrais antidépresseurs automobiles ! La DS4, synthèse étonnante de plusieurs genres automobiles, est le modèle le plus caméléon de la gamme. Mais j'attends avec impatience la DS3 découvrable, qui poussera le côté fun de la DS3 à son paroxysme. » www.largus.fr



DIDIER LAURENT

Directeur des
rédactions de L'argus

GRÉGORY GALIFFI

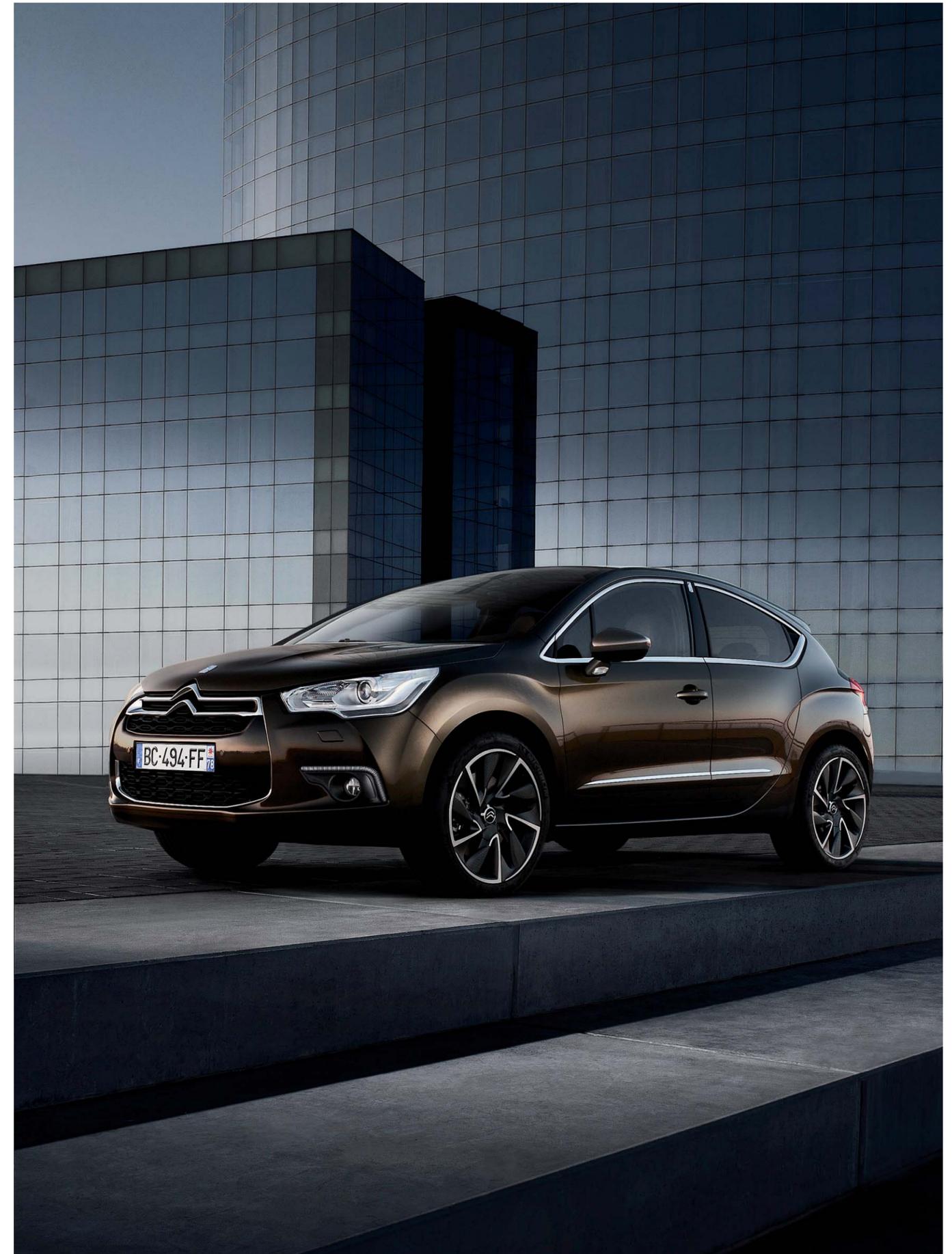
Journaliste/Présentateur
Direct 8



« Lorsque j'ai vu la DS3 pour la toute première fois, j'ai trouvé que le nom ne collait pas. Ce n'était pas la DS des années 50. Puis j'ai conduit la DS3. J'ai adoré. Puis les jours ont passé. Et la DS4 a été dévoilée, puis la DS5. Résultat, tout le monde a oublié le débat sur le nom pour ne retenir que le succès formidable de cette lignée. Tant mieux, car le travail impressionne. Cela n'a l'air de rien, mais, même les jantes sur les DS fascinent. Je n'en connais pas de plus délicates et sculptées.



De vraies merveilles. Comme la DS4R, ma préférée. Tout simplement parce que j'aime les berlines compactes sportives depuis toujours, et que cette « Racing » est de surcroît rabaisée. Une subtilité qui lui confère encore davantage de charme. » www.direct8.fr



CITROËN DS5 DÉESSE D'INNOVATION

Pour Jacques Séguéla, elle a « le plus beau cul de la planète automobile ». Pour Jeremy Clarkson – du cultissime show britannique *Top Gear* –, « elle ne vole pas le titre de Best family car 2011 ». Et pour tous, cet objet à la silhouette si délicieusement inclassable incarne la renaissance du panache hexagonal sur quatre roues ! Juste retour des choses. Après tout, son luxe inouï et sa motorisation Hybrid4 diesel n'ont-ils pas déjà marqué l'histoire de l'ingénierie pour toujours ? Disponible en cinq puissances, la DS5 est la préférée de quatre spécialistes de la presse automobile.



RENAUD
ROUBAUDI

Fondateur de POA
(Petites Observations Automobiles)



« J'ai eu la chance de posséder une Citroën SM à moteur Maserati, sans doute l'un de mes plus beaux souvenirs automobiles. Sublimement belle et originale, cette SM était pour moi l'équivalent du Concorde sur la route, symbole de la France des Trentes Glorieuses. Avec la nouvelle DS5, je retrouve cette audace, ce style si particulier qui ne copie personne, et je me réjouis de cette interprétation moderne du luxe à la française. J'aime que la DS5 assume fièrement ses différences face aux berlines allemandes, et j'aimerais en posséder une, noir laqué, avec l'intérieur en cuir bracelet rouge, pour rejoindre le Sud de l'Italie le temps d'un long, très long voyage en amoureux. »

<http://renaudroubaudi.blogspot.com>



« On pourrait voir la ligne DS comme un habile coup stratégique permettant à Citroën, constructeur généraliste, de vendre des modèles plus chers... que des Citroën. Ce serait dommage car le travail impressionne ! En particulier la DS5, qui, sur ce point, est à mon avis celle qui incarne le mieux ce que doit être le haut de gamme français : décalé, avec un style engagé ; technologique, avec une motorisation hybride ; et raffiné avec une présentation qui soigne les détails. En cela, c'est également à mon sens la plus DS de toutes les DS actuelles. D'ailleurs, la mienne serait une Citroën DS5 THP 200 Blanc nacré intérieur Pack cuir club fauve Jantesalliage 19" Cairns diamantées. » www.autojournal.fr



MATHIEU
CHEVALIER

Rédacteur en chef de
L'Autojournal

PASCAL
BOULANGER

Rédacteur en chef adjoint
TF1/LC1



« La DS3 et la DS4 m'avaient fait forte impression, mais la DS5 est pour moi hors norme. J'ai eu la chance de la découvrir en exclusivité, avant même sa présentation, lors d'un reportage sur ses ultimes tests de validation. Sa carrosserie était alors soigneusement camouflée, mais on sentait déjà sa force de caractère. Et puis il y a eu sa présentation officielle à Shanghai, ses cuirs bracelet de montre, ses boiseries de macassar, ses coutures à point « perlé », son sabre étincelant sur le capot... Je pensais ce raffinement disparu à tout jamais. » <http://lci.tf1.fr>



« Mon premier contact avec une DS, c'était au volant d'une DS3, un soir, par hasard. Cela devait durer le tour du pâté de maison, j'ai roulé une heure. Sentiment rarissime d'être instantanément au volant d'une automobile qui vous donne un plaisir de rouler intense. Je n'ai pas voulu la rendre ! Second rendez-vous, la cohérence de la DS5. Un cas d'école. Personnalisable, plutôt bien équipée, bien réalisée, laissant une véritable impression de luxe qui, de surcroît, ne copie personne dans son style, la DS5 réussit à faire oublier les allemandes concurrentes et donne même envie de dépenser 30 000 à 40 000 € ; un sentiment qu'aucune autre française n'avait inspiré depuis belle lurette. Et puis il y a ce souci des détails. La sélection des cuirs, le choix des inserts... On voit enfin où passe son argent. Restent encore de petits manques. J'aimerais une caméra de recul qui détaille la trajectoire de l'auto, un afficheur tête haute plus gratifiant... Le moteur THP 200 fait passer l'éponge. Je suis motard, j'aime son mordant, ses sensations. Ce serait ma DS. »



CHRISTOPHE
BOULAIN

Rédacteur en Chef
d'Auto Moto



NUMÉRO 9

NUMÉRO D'AVENIR

Un numéro. Comme celui d'un parfum. Un parfum de futur. Celui d'une grande DS à la carrière internationale... C'est Numéro 9. Trois DS en découleront. Révélation exclusive sur les enjeux d'un concept orchestré par Thierry Metroz, directeur du style Citroën.

VOTRE DÉFINITION DE NUMÉRO 9 ?

Une grande et belle voiture de luxe... parisienne. On l'oublie, mais Citroën est le seul constructeur automobile parisien ; les ateliers étaient jadis quai de Javel et le siège n'a jamais quitté la capitale. Naturellement, je m'en amuse. Mais évoquer la mode parisienne, dans ce qu'elle a de plus merveilleux, universel et précieux, a bel et bien été notre priorité avec Numéro 9. Surtout depuis que la Chine, notre nouveau marché pour DS, ne nous quitte plus du regard.

C'EST AUSSI UNE GRANDE AUTOMOBILE...

Une voiture passionnante à conduire, et à vivre depuis les places arrière. Numéro 9 est en effet une automobile conçue autour du second rang. En Asie, les voitures de luxe s'apprécient depuis les places passagers. Toutefois, Numéro 9 est une vraie DS, dans sa stature, son dynamisme, son élégance, son charisme spontané et son originalité. Elle ne copie rien de connu.



QUAND LA VERRA-T-ON DANS LA RUE ?

Ce sont d'abord ses détails qui prendront vie. Comme sa peinture qu'on pourra aussi s'offrir sur la DS5 ; un noir profond aux reflets pourpre et aubergine d'une incroyable délicatesse, presque chuchoté ; on l'a d'ailleurs baptisé Whisper ! Comme le traitement de ses chromes, aux tonalités champagne inédites. Comme, enfin, la trame DS dégradée recouvrant le toit... Et puis, il y a ses accessoires, ses ambiances, une expression du regard qui inspireront aussi le futur de toute la ligne DS. Quant à Numéro 9, ce n'est pas un, mais trois modèles qui seront directement tirés de ses lignes. Tous connaîtront un destin international. On y travaille d'arrache-pied en Chine. Un marché beaucoup plus avisé qu'on ne l'imagine, qui va toujours de l'avant, ne s'interdit rien et, contrairement à une idée reçue, déteste les copies et ne vénère plus autant que cela les « pures limousines » ! Un regard sur le luxe automobile qui donne... des ailes.





HYBRIDE & DIESEL

CHANGEZ D'ÉPOQUE



CITROËN DS5 HYBRID4

Des lignes hors du commun, des performances technologiques inédites et une élégance rare, Citroën DS5 est conçue pour repousser les limites de l'expérience automobile. Pour preuve, sa remarquable technologie Full Hybrid Diesel de 200 ch⁽¹⁾, quatre roues motrices, crée l'exploit d'émettre seulement 99 g⁽²⁾ de CO₂/km. Basculez dans un monde nouveau avec Citroën DS5.

Modèle présenté : Citroën DS5 Hybrid4 Airdream Sport Chic avec options. Consommations mixtes (norme CEE 99-100) et émissions de CO₂ de Citroën DS5 Hybrid4 : de 3,8 à 4,1 l/100 km et de 99 à 107 g/km. (1) La puissance de 200 ch est disponible en mode sport, en cumulant la puissance des deux motorisations. (2) Avec Citroën DS5 Hybrid4 Airdream So Chic jantes 17". Full Hybrid = Totalement hybride.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

