

HAUT DE GAMME

2007 A ÉTÉ UNE BONNE ANNÉE POUR CITROËN, LES VOLUMES DE VENTE ONT AUGMENTÉ DE 4% AVEC PRÈS D'UN MILLION ET DEMI DE VÉHICULES VENDUS. LE C4 PICASSO EST LEADER SUR LE MARCHÉ DES MONOSPACES COMPACTS, LE C CROSSER ATTEINT SES OBJECTIFS, UN VUL SUR DIX VENDU EN EUROPE EST UN CITROËN...

Au moment de la mise en place du bonus-malus écologique, la marque aux chevrons peut se vanter de proposer des véhicules attractifs : la moitié de ses modèles émet moins de 140 g de CO₂ au km et le quart moins de 120 ! Pour couronner le tout, **Sébastien Loeb** a gardé sa couronne mondiale au volant d'une C4 et Citroën a retrouvé son showroom historique des Champs-Élysées ! Seule ombre au tableau, sur le segment Premium, Citroën peine à reconquérir son lustre de naguère. Malgré des qualités indéniables, la C6 n'a pas obtenu le succès escompté et ne rivalise pas avec ses concurrentes allemandes par l'absence de motorisations adéquates. On attendait donc avec impatience la nouvelle C5, la voilà et, bonne nouvelle, elle est faite pour vous !

UNE BERLINE CONÇUE POUR LES ENTREPRISES

Au niveau européen, sur le segment M2, à peine 40% des véhicules sont la possession de particuliers. La France reste loin de l'Allemagne et de l'Angleterre, mais dans l'Hexagone, ce sont tout de même 56% des véhicules du segment qui appartiennent à vos entreprises. C'est donc vous que Citroën veut séduire en priorité. Le constructeur a même dressé le portrait-robot de sa cible. Le croiriez-vous ? Vous êtes des esthètes attachés au design, vous voulez une voiture statutaire qui met en avant votre image et celle de votre entreprise. Vous êtes rationnels et vous voulez des équipements adaptés. Enfin, vous êtes des gestionnaires, vous attendez donc des prix attractifs et une bonne valeur résiduelle ! C'est avec ces contraintes en tête

UNE NOUVELLE IMAG



que les ingénieurs de Citroën ont donc conçu leur dernière-née.

UN SEGMENT SOUS INFLUENCE

On savait, depuis le salon de Bruxelles, que la nouvelle C5 allait être vraiment nouvelle. Sa devancière ne manquait pas d'atouts, mais elle péchait sur le terrain de la silhouette. Elle n'en a gardé que le nom et ne conserve en revanche pas d'allure. Les designers sont allés chercher leur inspiration outre-rhin où se trouvent les références sur le segment M2, l'Audi A4 et la Volkswagen Passat.

Première indication, la nouvelle C5 est une berline tricorps et se prive donc du hayon cher à Citroën et aux Français. Le long porte-à-faux avant (1,05 m), le porte-à-faux arrière assez court (0,9 m) et les lignes latérales très sculptées donnent à la C5 une élégance

dynamique toute germanique. Toute germanique non, car la lunette arrière incurvée rappelle la C6, et la chute de toit la CX !

Pour poursuivre dans le jeu des mensurations, sa longueur (4,78 m) et son grand

empattement (2,81 m) lui confèrent une habitabilité honorable. Mais les ambitions esthétiques de la C5 ont conduit les designers à en faire une voiture relativement basse (1,45 m) et, en affinant sa ligne, ils ont dû sacrifier de l'espace (surtout pour les passagers arrière) et de la luminosité. De

ce point de vue là, la C5 est en quelque sorte une anti C4 ! Sans hayon, la nouvelle C5 a aussi perdu du volume au niveau du coffre.

Pour ceux qui cherchent du cubage, il faudra donc attendre le Tourer (la version "break") qui sortira mi-juin et promet un coffre plus grand et logeable que celui, honorable, de la berline.

POUR LA PREMIÈRE FOIS, CITROËN PROPOSE DEUX TYPES DE SUSPENSION