

CITROËN – 100 ANS D'INGÉNIOSITÉ, DE CRÉATIVITÉ ET D'AVANT-GARDISME

L'histoire de la marque Citroën, c'est celle d'un constructeur visionnaire. André Citroën, son créateur, a révolutionné la chaîne de production automobile Française en s'inspirant du modèle américain : la production en série. C'est ainsi qu'il a contribué à populariser l'automobile en France et en Europe. La marque poursuit aujourd'hui sa destinée en continuant de faire preuve de modernité et d'innovation. Pour sa 44^{ème} édition, le Salon Rétromobile célèbrera les 100 ans d'histoire de ce fleuron de l'automobile française.



Système d'engrenages aux dents en V renversé
Crédits photo : Citroën Communication



Traction Avant A 11 CV
Crédits photo : Citroën Communication



Traction Avant 7 A
Crédits photo : Citroën Communication

Aujourd'hui centenaire, l'aventure Citroën démarre en Pologne où André Citroën, diplômé de l'école Polytechnique, acquiert le brevet d'exploitation d'un système d'engrenages dont les dents sont en forme de V renversé – ce qui inspirera quelques années plus tard le fameux logo Citroën. Son petit atelier parisien connaît rapidement le succès et il compte parmi ses clients : Skoda ou encore les automobiles Mors.

LA GRANDE GUERRE ET LA NAISSANCE DE L'USINE DE JAVEL

Lors de sa mobilisation au sein du régiment d'artillerie pendant la 1^{ère} Guerre Mondiale, André Citroën propose au gouvernement de créer une usine de munitions capable de produire jusqu'à 20 000 obus par jour.

Il ne faudra que 6 semaines pour que l'usine sorte de terre à une adresse désormais bien connue : Quai de Javel. Les résultats sont spectaculaires et grâce à des machines-outils qu'il fait venir des États-Unis, il double très rapidement ses objectifs de production.

LA NAISSANCE D'UNE MARQUE ICONIQUE FRANÇAISE

À l'Armistice, l'usine est naturellement reconvertie en manufacture automobile et en janvier 1919, la marque annonce le lancement de « la première voiture française construite en grande série ». Le modèle 10 HP, sort de l'usine le 4 juin 1919 ! Empreint de modernité, Citroën s'inspire du modèle américain de Ford. La France connaît ainsi une nouvelle révolution industrielle.

La production de masse permet à André Citroën d'abaisser le prix de revient des véhicules. Résultat, il peut vendre ses voitures moins chères et augmenter les salaires. Il contribue ainsi à populariser l'automobile en France. En l'espace de 4 ans, la marque devient le plus grand constructeur européen. Dès 1929, les usines se multiplient en banlieue parisienne et Citroën atteint le cap des 100 000 véhicules produits par an – un exploit pour l'époque !



La Tour Eiffel illuminée pendant 10 ans par Citroën
Crédits photo : Citroën Communication

L'AVANT-GARDISME PUBLICITAIRE COMME MARQUE DE FABRIQUE

Citroën n'est pas qu'un producteur automobile, la marque est également un fabricant de rêves avec des opérations médiatiques inédites !

Des croisières sont organisées dans un premier temps à travers le monde afin de promouvoir la marque à l'étranger. D'abord en Afrique, avec la « traversée du Sahara » (1922-1923) et la « Croisière Noire » (1924-1925), puis en Asie (« la Croisière Jaune » : 1931 - 1932) et enfin au Canada (« La Croisière Blanche » : au milieu des années 30). Pour ces multiples expéditions, ce sont les autochenilles Citroën B2 puis les C4 et C6 qui partent à l'assaut des différents continents.

Après avoir révolutionné le marché automobile, André Citroën amène la publicité dans une nouvelle ère ! Il prend d'assaut la Tour Eiffel pendant près de 10 ans en l'illuminant de son nom à l'aide de 250 000 lampes électriques.

DE LA CRISE ...

La grande dépression de 1929 n'épargne pas Citroën. Le nombre de commandes diminue et il faut rembourser les 147 millions de francs empruntés pour moderniser l'usine de Javel.

Un nouveau modèle révolutionnaire est mis au point en à peine 6 mois par André Lefebvre et dessiné par l'italien Flaminio Bertoni : la Traction Avant. Lancée prématurément en 1934, elle deviendra un incontournable français et inondera les routes de France pendant 23 ans. Cela ne suffira pourtant pas à combler les dettes de la marque. Michelin prend ainsi le contrôle de Citroën en février 1934. Ce changement de direction est marqué par le départ du créateur, écarté l'année suivante. Le nouvel actionnaire entame un large plan de restructuration : les effectifs passent de 25 000 à 11 500 employés et les salaires sont réduits. Cela n'entame pourtant pas la réputation novatrice de la marque qui lance deux véhicules mythiques : le Type H en 1947 et la 2 CV en 1948.



Traction 11 Commerciale en 1939
Crédits photo : Citroën Communication

... VERS LE RENOUVEAU

Suite au plan quinquennal de l'automobile survenant lors de la Libération, Citroën se voit obligé d'abandonner la conception de petites voitures. La marque doit donc une nouvelle fois se réinventer. Issue du projet VGD (véhicule de grande diffusion), la DS, première berline conçue par Citroën, est présentée en 1955. Avec ce modèle, la marque aux chevrons défie toute concurrence. Le constructeur ne s'arrête pas là, avec la sortie en 1970 de la coupé SM, véritable bijou de technologie et de puissance, doté d'un moteur V6 lui permettant d'atteindre 200 km/h.



Salon de Paris en 1956
Crédits Photo : Citroën Communication



Garage Citroën
Crédits Photo : Citroën Communication

A la fin des années 60, Citroën est en proie à une nouvelle crise. Elle est finalement sauvée in-extremis par Peugeot. Le groupe PSA Peugeot Citroën est né mais les années 70-80 ne sont pas pour autant éclatantes et sont marquées par de nombreuses tensions. Très présente, la firme franc-comtoise fait de l'ombre à Citroën. Ce n'est qu'à partir de 1997, avec l'arrivée d'un nouveau leader : Jean-Martin Folz que Citroën retrouve son autonomie d'action. Une nouvelle ligne de modèles DS est conçue, et la marque remporte un fort succès public. De plus, les victoires répétées en compétition de Sébastien Loeb contribuent à rendre à Citroën sa splendeur d'autrefois.