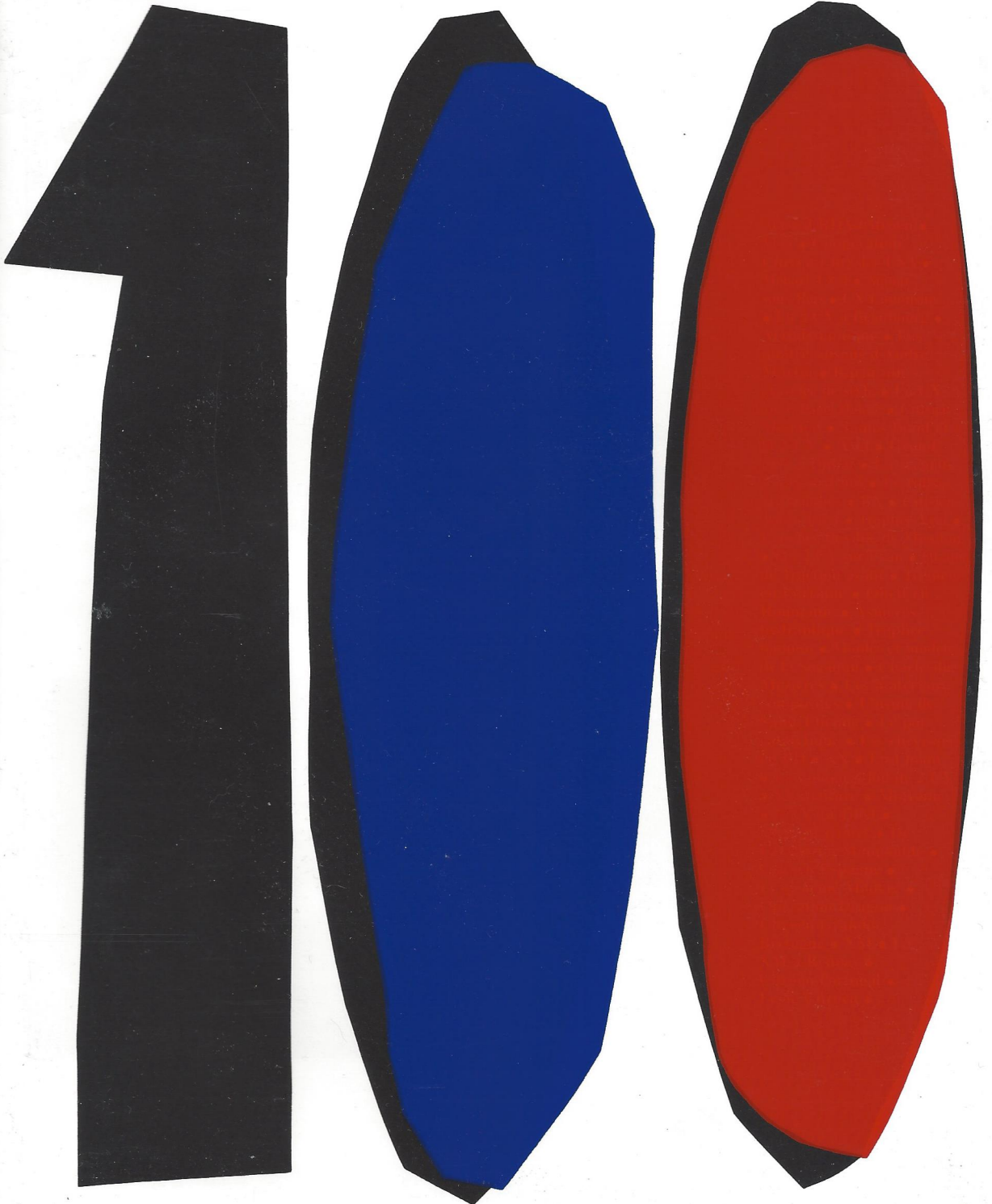


LE DOUBLE

CHEVRON

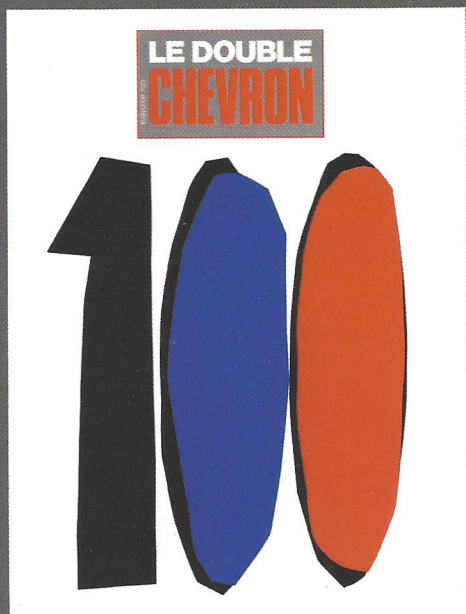
ISSN 0398 7523



LE DOUBLE CHEVRON

Magazine trimestriel édité par la Direction de l'Information et des Relations Publiques Citroën.

Quarterly information bulletin published by the Automobiles Citroën Public Relations Department.



N° 100 / 1989

Nous voici à ce chiffre symbolique, au numéro 100. Plusieurs milliers de pages, des centaines de dossiers, d'articles plus généraux, de brèves aussi, une multitude de photos, d'illustrations, de dessins... Que privilégier sur la couverture en pareille occasion ? Quel thème, quelle illustration ?

A cent numéros, cent sujets-jalons pour un sommaire chronologique, raccourci de l'histoire de la marque.

One hundred – a symbolic figure indeed! For Double Chevron, it represents thousands of pages, a multitude of articles and special features, and a plethora of pictures, drawings and covers. So the burning question became: What should appear on the cover of this momentous issue? Instead of searching for a single theme, we decided to list the key topics covered by the one hundred issues: a sort of potted history of the marque.

RUBRIQUES

4

A SUIVRE...

31 octobre - 20 décembre	4
<i>October 31 - December 20</i>	4

CONJONCTURE

8 mois 1989	28
<i>8 months in 1989</i>	28

ÉCHOS

En France	29
A l'étranger	31
<i>In France</i>	29
<i>Out of France</i>	31

RETROSPECTIVE

La Citroën DS	56
<i>Citroën DS</i>	56
Annonces	58
<i>Citroën Classified</i>	58

EDITORIAL

5

Immarcscible	5
<i>Imperishable</i>	5



ACTUALITES**6****MODÈLES**

Citroën XM Diesel
12 Soupapes 6
Citroën XM Diesel 12V 6

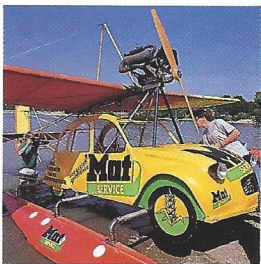
Citroën XM 2L 12
Citroën XM 2L 12

ENTREPRISE

Citroën au Japon 16
*Land of the Rising
Citroën* 16

RENCONTRE

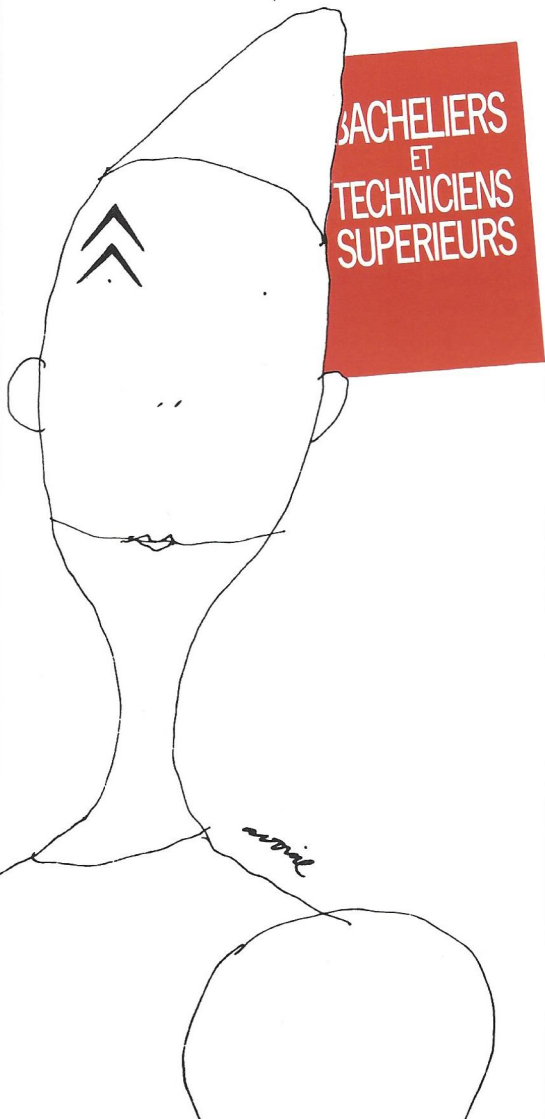
Hymne à la 2 CV 22
*Love Affair
with the 2CV* 22

**EXPRESSION****34**

Traces d'artistes 34
*Ars Longa,
Vita Brevis* 34

DOSSIER**48**

La rentrée
chez Citroën 48
*Back to School
with Citroën* 48



Automobiles Citroën,
F - 92208 Neuilly-sur-Seine Cedex,
tél. (1) 47.48.50.60.

Direction de la publication :
Jean-Paul Cardinal

Direction artistique :

Patrick René

Comité de rédaction :

Bénédicte du Closel,

Catherine Oudoul,

Ruzena Sanak

48 Ont collaboré à ce numéro :

Elisabeth Brunois,

Nathalie Doutreleau

48 Traduction anglaise :

V.O. Traduction, Linguistics

Photos :

B. Asset, P. Béhar, A. Bérenguer,

D. Davoust, S. Foulon, G. Guyot,

C. Lamming, A. Martinez,

P. Philips, J.-P. Suberville

Documents :

Citroën, Delpire

Création :

GENEPI

Édition :

LPF

Imprimé en France

Dépôt légal n° 42778

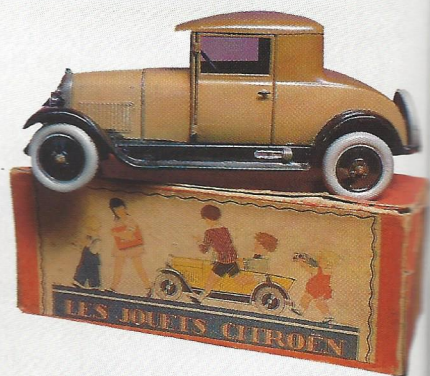
■ **SÉCURITÉ.** Citroën participera le 14 novembre à la journée d'étude «la sécurité routière et la construction automobile» organisée par la Chambre syndicale des constructeurs d'automobiles (CSCA).

■ **SAFETY.** Citroën will take part in the symposium on road safety and the car industry organized by France's carmakers confederation on November 14.



■ **JOUETS.** Le Carrefour des régions d'Europe organise, du 25 novembre 1989 au 3 janvier 1990, une exposition consacrée aux jouets automobiles du début du siècle. La Bretagne est représentée par Citroën qui a fabriqué à partir de 1923 de nombreux jouets, dont le plus célèbre est la «Citroënnette». Aux côtés de Citroën : des modèles construits à Nuremberg (capitale industrielle du jouet), des copies de voitures étrangères fabriquées artisanalement au Portugal...

■ **TOYS.** Carrefour des Régions d'Europe is organizing an exhibition of toy cars from the beginning of the century. The Brittany region of France will be represented by Citroën, which began making a wide range of model cars in 1923, the most famous of which was the Citroënnette. Alongside the Citroën exhibit, visitors will be able to see models from Nuremberg (the world's toymaking capital), handmade cars from Portugal and a host of other fascinating artifacts.



■ **ENSEIGNEMENT.** Citroën est présent sur FR3, le jeudi à 11 h, depuis le 21.09 jusqu'au 30.11, dans le cadre du magazine Canal Enseignement. Produites par le Cedfi, sept émissions abordent les méthodes de travail de Citroën utilisées pour la XM au travers de témoignages de professionnels : marketing, carrosserie, moteur, suspension hydraactive, sécurité, diesel, qualité totale. Deux autres émissions sont plus particulièrement consacrées au sport automobile et aux métiers du commerce. Chaque émission, d'une durée de 15 mn, est illustrée par un film thématique suivi d'un débat animé par le directeur du marketing, un ingénieur Citroën, une journaliste, un professeur et un étudiant. Contact : Relations Publiques Citroën, Relations Enseignement, tél. (1) 47.48.46.20.

■ **EDUCATION.** Citroën goes on the airwaves every Thursday between September 21 and November 30 in the Canal Enseignement slot on France's FR3 public service TV channel. FR3 is screening 7 programmes on the working methods deployed by Citroën for the production of the XM. Each 15-minute programme is illustrated by a film describing the work of a specific sector - marketing, bodywork, engine design, hydraactive suspension, safety, diesel engineering and total quality control. Two further programmes are devoted to motorsports and sales and marketing. The films are followed by a discussion involving the marketing manager, a Citroën engineer, a journalist, a teacher and a student. Contact Citroën Public Relations Department (Relations Enseignement), Neuilly-sur-Seine Cedex, France. Tel: (33.1) 47.48.46.20.



Immarcescible. Vous vous souvenez ? Jacques Wolgensinger, fondateur et longtemps « homme-orchestre » du Double Chevron, en faisait un mot fétiche, un jeu, un clin d'œil au lecteur attentif. Immarcescible. Mot d'apparence élégante et fragile signifiant ce qui ne flétrit pas, ce qui ne vieillit pas. Aujourd'hui, le Double Chevron fête son centième numéro et presque 25 ans de parution continue. Performance pour une revue d'entreprise à périodicité de quatre, puis de cinq numéros par an. Alors peut-il prétendre au qualificatif d'immarcescible ? Sans doute. Mais à condition d'être réceptif à son environnement. A l'origine, le magazine s'adressait aux spécialistes de l'automobile et autres professionnels de l'information. Il servait également de trait d'union entre la marque et les « citroënistes » du monde entier. Mais le lectorat s'est peu à peu modifié. Le Double Chevron aussi. International, il l'était déjà. Pour atteindre sa cible multilinguistique, le Double Chevron paraît depuis son lancement en français, anglais et allemand. Tout public, il le devient. Pour répondre aux attentes de ses lecteurs, ainsi qu'ils l'avaient suggéré lors d'un sondage en 1987, il adopte un style davantage grand public et recherche un équilibre dans le choix des sujets. Généraliste, il se veut. Pour justifier cette vocation, le Double Chevron doit faire régulièrement le point, voire changer. Vision des réalités sociologiques, technologiques, économiques et industrielles au sens large, à travers le prisme d'une entreprise, il est le reflet de son temps.

Jean-Paul Cardinal

Imperishable. Do you remember? Jacques Wolgensinger, the Double Chevron's founder, and for many years its "one-man orchestra", made the term a fetish, a game, a wink at attentive readers. Imperishable. An elegant yet fragile word meaning: that which never withers or ages. Today the Double Chevron is celebrating its 100th issue, and nearly 25 years of continuous publication. Quite a performance for an in-house magazine first appearing four, and then five times a year. Does it still deserve to be called Imperishable? No doubt – on condition it remains open to its environment. Originally the magazine was aimed at automotive specialists and media professionals. It also served to link the make with "Citroënistes" the world over. But the readership slowly changed, and the Double Chevron as well. It was always international (to reach its multilingual audience it was written from the start in French, English and German). Now it will reach the mass market as well. In order to meet reader expectations, as expressed during a 1987 survey, it is adopting a more consumer-oriented style and better balanced subject matter. Double Chevron aims to become comprehensive, and in order to do so, it will periodically be renewing itself and changing. Through its company prism it will be viewing sociological, technical, economic and industrial realities in the very broadest sense, to become a reflection of the times.

WIND
RUST
PROOF



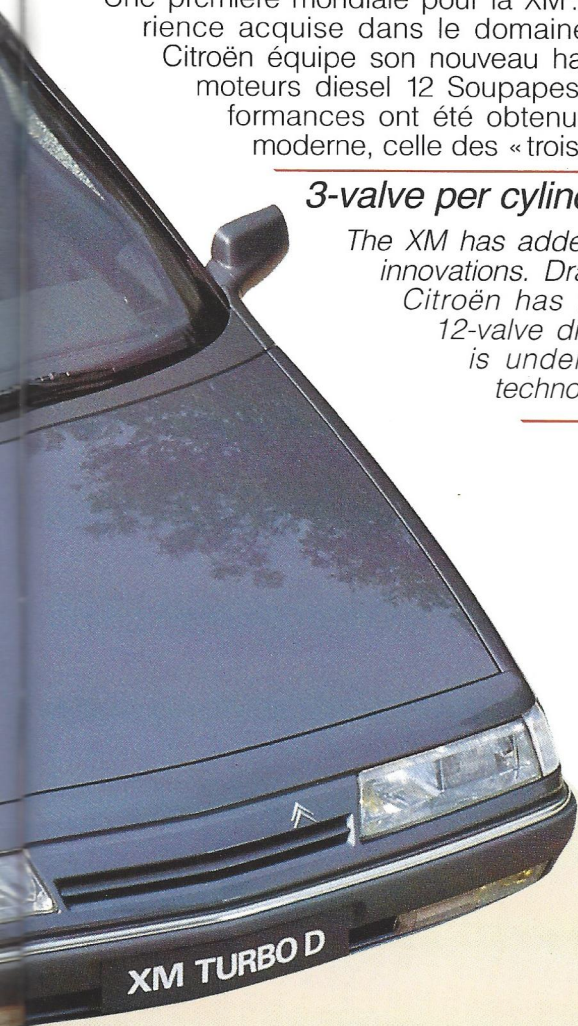
SAU OR LA

Trois soupapes par cylindre

Une première mondiale pour la XM : profitant de l'expérience acquise dans le domaine des moteurs diesel, Citroën équipe son nouveau haut de gamme de deux moteurs diesel 12 Soupapes dont les excellentes performances ont été obtenues grâce à une technologie moderne, celle des « trois soupapes par cylindre ».

3-valve per cylinder

The XM has added another first to its impressive list of innovations. Drawing on its expertise in diesel engines, Citroën has fitted out its new luxury range with two 12-valve diesel powerplants, whose zesty performance is underwritten by new, "three valves per cylinder" technology.



Depuis cet automne, deux moteurs diesel à injection indirecte – dont l'un suralimenté – viennent s'ajouter aux trois motorisations essence de la XM (115, 130 et 170 chevaux). Ces moteurs bénéficient largement des résultats de recherches dans le domaine du « nouveau diesel ».

PERFORMANCES ET DÉPOLLUTION

Les motoristes de Citroën ont adopté une technologie moderne pour la conception du moteur diesel de la XM : c'est la première fois au monde qu'un moteur diesel de série est doté de trois soupapes par cylindre (deux soupapes d'admission, une soupape d'échappement).

Ce procédé permet d'obtenir de remarquables performances : il améliore le remplissage du moteur et favorise ainsi l'augmentation du couple et de la puissance, tout en améliorant la dépollution.

En effet, Citroën a accordé une attention toute particulière aux problèmes de la dépollution de ses nouveaux moteurs : des travaux ont été effectués pour rendre plus faibles les émissions de polluants, y compris les particules. Ces moteurs répondent facilement aux normes européennes (30 g/test de CO et 89 g/test de HC + NOx). Mieux, leurs émissions de particules sont déjà inférieures à 0,8 g/test, alors que la norme européenne exige 1,1 g/test.

PUISSANCE DES MOTEURS

Différents par leur mode d'alimentation, les deux nouveaux diesel diffèrent également par leur cylindrée. La XM D12 est équipée d'un moteur diesel atmosphérique 4 cylindres de

2 138 cm³ développant 83 ch à 4 600 tr/mn, avec un couple de 15 m.kg à 2 000 tr/mn. La XM Turbo D12 est équipée d'un moteur diesel turbo 4 cylindres à échangeur air/air de 2 088 cm³, développant 110 ch à 4 300 tr/mn, avec un couple de

CONSOMMATION (litres aux 100 km) <i>CONSUMPTION</i> (litres per 100 km)	XM D12	XM Turbo D12
à 90 km/h <i>At 90 kmh</i>	5,1	4,9
à 120 km/h <i>At 120 kmh</i>	6,7	6,5
Urbaine <i>Urban cycle</i>	8,0	8,5
Consommation moyenne <i>Average</i>	6,6	6,6





the fruits of recent research into new-generation diesel powerplants.

Since early autumn, two indirect injection diesel engines – one normally aspirated and one supercharged – have been added to the three existing petrol engine options for the XM (115, 130 and 170 bhp). These new engines incorporate

**HIGH ON PERFORMANCE,
LOW ON POLLUTION**

Citroën's engine specialists integrated recent technology

into the design of the XM's diesel powerplants. For the first time ever, a production model diesel engine has been fitted with three valves (two inlet and one exhaust) per cylinder. This new process delivers remarkable performance by improving fuel supply to the engine, thus boosting power and torque and reducing pollution.

Citroën's engineers paid particular attention to the problem of pollution control in the design of the new units. Research was carried out to lower emission of pollutants, including particles. The new engines easily meet European standards (30 g/test of CO and 89 g/test of HC + NO_x). The engines are even cleaner in terms of particle emissions, with 0.8 g/test compared with a European requirement of 1.1 g/test.

PERFORMANCES (charge DIN) PERFORMANCE (DIN)	XM D12		XM Turbo D12
	Séduction	Harmonie	
0 - 400 mètres (sec.)	20,8		18,4
0 - 400 metres (sec.)	38,0		34,0
0 - 1 000 mètres (sec.)	17,6		12,4
0 - 1 000 m (sec.)	173	176	192
0 - 100 km/h (sec.)			
0 - 100 kmh (sec.)			
Vitesse maximale (km/h)			
Top speed (km/h)			



25,3 m.kg à 2 000 tr/mn. Bien entendu, les deux moteurs possèdent trois soupapes par cylindre.

Ces deux motorisations diesel sont proposées chacune en deux finitions : Séduction et Harmonie pour la XM D12, Harmonie et Ambiance pour la XM Turbo D12. Quatre versions diesel viennent s'ajouter aux quatre versions XM essence. (Lire aussi « La Citroën XM 2L » p. 12 à 15).

A LA CONQUÊTE DE L'EUROPE

Avec les D12 et Turbo D12, la XM fait son entrée dans le marché des berlines diesel haut de gamme qui a représenté en Europe, en 1988, 347 587 véhicules, soit 19,1% du total du segment H. Dans certains pays, ce pourcentage est encore plus élevé : citons le cas de l'Italie et de la Belgique (40%), de la France (37%), du Portugal (26%), des Pays-

Bas (25%)... C'est dire l'intérêt que présente le diesel pour Citroën : il permet d'élargir la pénétration de la XM sur le marché haut de gamme européen.

Sur ce marché européen très porteur, la marque française apporte avec la XM Diesel une réponse aux attentes actuelles d'une clientèle croissante de grands rouleurs, souvent plus jeune que celle des utilisateurs de voitures essence du même segment. En effet, les bonnes performances, l'agrément de conduite, les qualités routières et le confort - où la suspension hydropneumatique joue un rôle primordial - situent les XM Diesel à Soupapes parmi les meilleures voitures diesel haut de gamme.

DES PRIX RAISONNABLES

En France, il en coûtera aux acheteurs 129 882 francs TTC



pour la XM D12 Séduction et 138 671 francs TTC pour la XM D 12 Harmonie. Les XM Turbo D12 Harmonie et XM Turbo D12 Ambiance, commercialisées à la fin de novembre 1989, seront vendues respectivement au prix de 154 296 francs TTC et 179 687 francs TTC.





H segment. In some countries, that percentage is even higher – in Italy and Belgium (40%), France (37%), Portugal (26%) and the Netherlands (25%). Citroën's new diesel models will allow the marque to deepen the penetration of the XM in the European luxury car market.

In this high growth European market, the XM diesels provide

POWER AND FINISH

The new diesels are different from earlier models not only in the method of fuel supply but also in capacity. The XM D12 is powered by a normally aspirated 4-cylinder 2138 cm³ engine developing 83 bhp at 4600 rpm with torque of 15



m/kg. The XM Turbo D12 is equipped with a turbocharged 4-cylinder 2088 cm³ unit with an air/air exchanger that delivers 110 bhp at 4300 rpm with torque of 25.3 m/kg at 2000 rpm. Both engines feature three valves per cylinder.

For the French market, the two new versions will offer two levels of finish: Séduction and Harmonie for the XM D12 and Harmonie and Ambiance for the XM Turbo D12. These four new versions take the range strength to eight (see Citroën XM 2L on pp. 12 to 15).

a response to the growing demands of high mileage drivers, who are often younger than the petrol car drivers in the same segment. With sprightly performance, excellent driveability, luxury comfort and sure-footed roadholding – greatly enhanced by the hydroactive suspension system – the XM 12V diesels rank among the frontrunners in the luxury diesel saloon stakes.

LUXURY AT AFFORDABLE PRICES

In France, the XM D12 Séduction will cost FF 129,882 while the price tag for the XM D12 Harmonie is FF 138,671. Available from late November 1989, the XM Turbo D12 Harmonie and XM D12 Ambiance will sell for FF 154,296 and FF 179,687 respectively. All prices include French VAT.

SET TO CONQUER EUROPE

With the D12 and Turbo D12, the XM has made its entrance into the high-end diesel saloon market, which in Europe accounted for 347,587 vehicles in 1988, i.e., 19.1% of the total





A

S U

D



A R I A T I O N

J R L E T H E M E

E L A X M

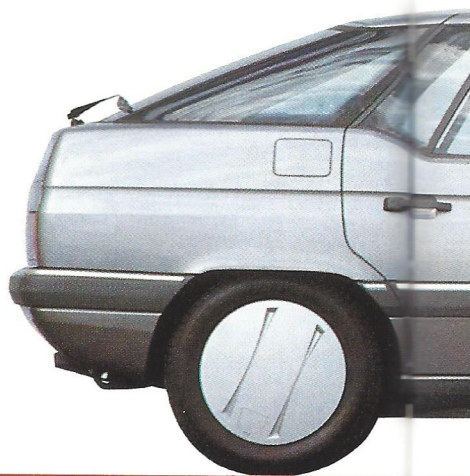


La Citroën XM 2L

Pour assurer une pleine réussite du lancement de la XM à l'exportation – prévu dès le mois d'octobre en commençant par la RFA, la Suisse, l'Autriche et la Grande Bretagne – Citroën étoffe son haut de gamme au moyen de trois nouvelles motorisations : deux moteurs diesel (lire p. 6 à 11) et un nouveau moteur 2 litres à essence.

Citroën XM 2L

To buttress the export success of the XM – scheduled for launch in West Germany, Switzerland, Austria and Britain this October – Citroën has added two diesel engine options (see pages 6 to 11) and a 2-litre petrol option to its exclusive range.



Depuis le mois de septembre, une nouvelle version de la Citroën XM contribue à l'équilibre de la gamme XM et lui permet ainsi d'atteindre une clientèle plus large et plus diversifiée. Avec la Citroën XM 2L, la gamme XM comprend désormais quatre versions essence : au moment du lancement, seules les versions 2 litres à injection (130 ch) et moteur V6 injection (170 ch) étaient disponibles.

La XM 2L est dotée d'un nouveau moteur 2 litres, à 4 cylindres en ligne, disposé transversalement, de 1 998 cm³, développant 115 ch à 5 800 tr/mn avec un couple de 17,4 m.kg à 2 250 tr/mn.

La gamme XM (8 versions) The XM Range (8 versions)

	Modèles Model	Finition Level of finish (French market)		
		Séduction	Harmonie	Ambiance
E S S E N C E	P E T R O L	XM 2L	■	
		XM Injection		■
		XM V6		■
D I E S E L		XM D12	■	■
		XM Turbo D12	■	■

ALIMENTÉ PAR CARBURATEUR

Avec une architecture proche de celle du moteur 2 litres à injection de XM, le moteur XU10 2C s'en différencie néanmoins par son mode d'alimentation. Celle-ci s'effectue à partir d'un réservoir de 80 litres, par l'intermédiaire d'une pompe mécanique et d'un carburateur Solex double corps (34-34 Z1) à ouverture des papillons différenciée, avec chauffage du circuit de ralenti par thermitance et starter automatique.

Les 115 ch du moteur et son

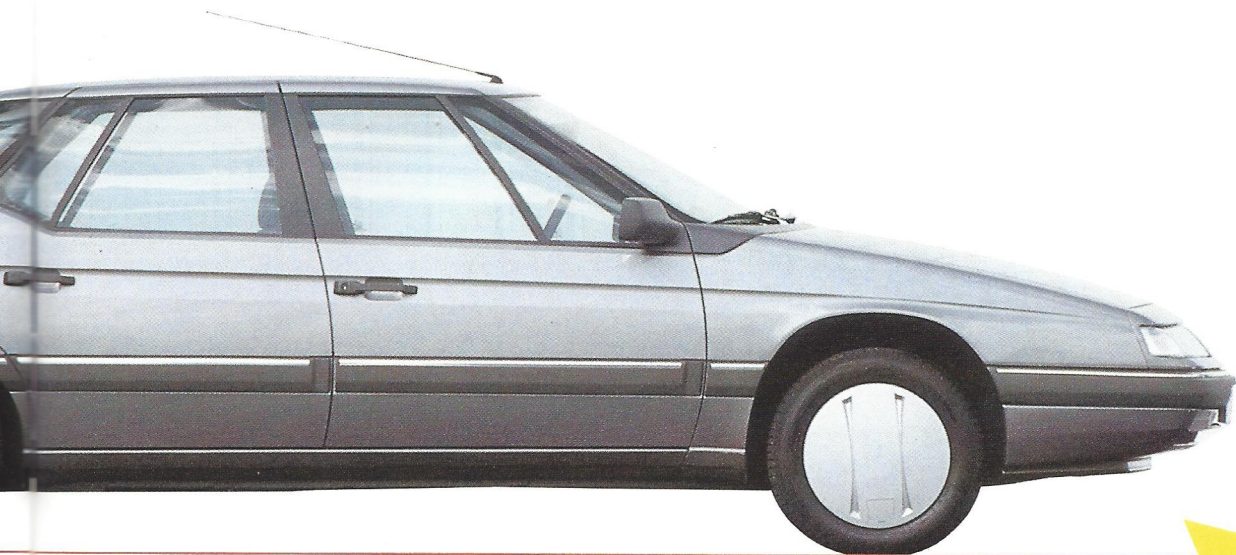
couple efficace à tous les régimes permettent d'intéressantes performances, tout en obtenant une consommation d'essence raisonnable (6,3 l à 90 km/h, 7,9 l à 120 km/h et 10,7 l en consommation urbaine).

EFFICACE ET AGRÉABLE

Le haut de gamme Citroën XM 2L est doté d'une direction assistée, d'un freinage assisté haute pression à quatre disques, ventilés à l'avant, et de la suspension hydraulique à hauteur constante. La suspen-

sion hydraactive peut être montée en option ainsi que le système antiblocage de roues.

La XM 2L se différencie des autres versions XM seulement par quelques détails : à l'extérieur, par les enjoliveurs de roues spécifiques et par l'absence du becquet arrière – ces modifications n'entraînent en rien la ligne pure et esthétique du modèle ; à l'intérieur, un tissu en velours, proposé en trois harmonies, habille les sièges et les panneaux de portes mettant en valeur l'espace et le confort de la voiture. Le prix de vente de la Citroën XM 2L en finition Séduction est de 117 187 francs TTC.



In September, a new version of the XM will enable the marque to balance out its range and reach a broader and more varied customer base. With the arrival of the XM 2L, the XM range now comprises four petrol driven versions. When the car was launched, customers were limited to either a 130 bhp 2-litre injection powerplant or a 170 bhp V6 injection unit.

The XM 2L is powered by a new, transverse mounted two-litre engine with four in-line cylinders. The 1998 cm³ unit develops 115 bhp at 5,800 rpm with torque of 17.4 mlkg at 2250 rpm.

CARBURETTOR FUEL FEED

The design of the new XU10 2C engine differs from that of the XM's two-litre injection plant in its method of fuel supply. The unit is fed from an eighty-litre tank by a mechanical pump and a Solex dual barrel carburettor (34-34 Z1) with graduated valve opening and automatic choke. The idle supply circuit is heated by a temperature sending unit.

The torque of the 115 bhp unit is effective over the full range of engine speeds and delivers sparkling performance and reasonable fuel consumption:

45 mpg at 55 mph, 36.5 mpg at 74 mph and 26.6 mpg around town (i.e., 6.3 l per 100 kmh at 90 kmh, 7.9 l at 120 kmh and 10.7 l).



HANDSOME AND EMINENTLY DRIVEABLE

The top-range Citroën XM 2L is fitted with power steering,

high pressure four-disc power brakes and self-levelling hydraulic suspension. Hydractive suspension and ABS can be fitted as options.

The minor differences that set the XM 2L apart from the rest of the range include specially designed hubcaps, while the absence of a rear spoiler in no way detracts from the car's clean and stylish lines. Inside the passenger compartment, the seats and door panels are covered in velvet (three colours available), which highlights the roominess and comfort of the car. The French price of the Citroën XM 2L Sédution is FF 117,187 (excl. VAT).



トヨタの歴史



トヨタの歴史は、1937年に創業されたトヨタ自動車株式会社の歴史である。創業当初は、織物機械の製造に専ら従事していたが、戦時体制下で織物機械の需要が減少したため、戦後には自動車産業へと転じた。1946年にトヨタ自動車株式会社が設立され、1947年に最初の乗用車「トヨタ・AA」を開発した。1955年には「トヨタ・クラウン」を開発し、1960年代には「トヨタ・ランドクルーザー」を開発し、1970年代には「トヨタ・プリウス」を開発した。1980年代には「トヨタ・ハイブリッド」を開発し、1990年代には「トヨタ・プリウス」を開発した。2000年代には「トヨタ・プリウス」を開発し、2010年代には「トヨタ・プリウス」を開発した。



連載 第8回

スズキさんの休息と遍歴

かたき 詩乃

ドラゴンの馬車

MAESTRO 矢作俊彦

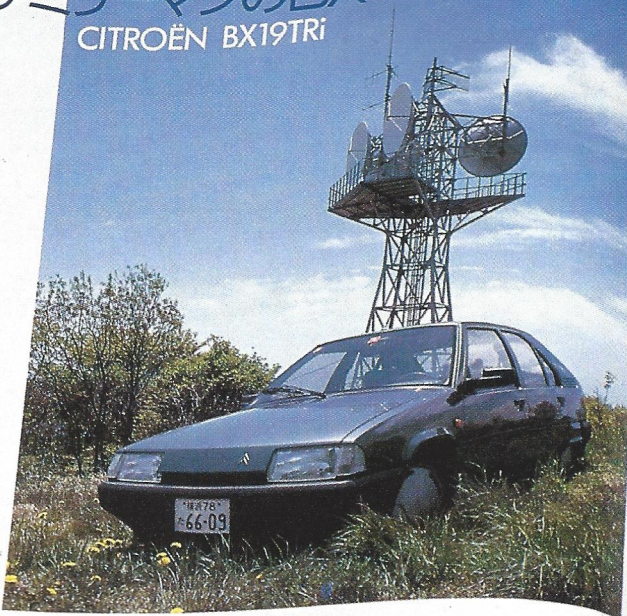
大日本珈琲振興会

珈琲のときは
シラワセのミ

第八章 つづき

「トヨタ」の歴史は、1937年に創業されたトヨタ自動車株式会社の歴史である。創業当初は、織物機械の製造に専ら従事していたが、戦時体制下で織物機械の需要が減少したため、戦後には自動車産業へと転じた。1946年にトヨタ自動車株式会社が設立され、1947年に最初の乗用車「トヨタ・AA」を開発した。1955年には「トヨタ・クラウン」を開発し、1960年代には「トヨタ・ランドクルーザー」を開発し、1970年代には「トヨタ・プリウス」を開発した。1980年代には「トヨタ・ハイブリッド」を開発し、1990年代には「トヨタ・プリウス」を開発した。2000年代には「トヨタ・プリウス」を開発し、2010年代には「トヨタ・プリウス」を開発した。

ファミリーマンのBX CITROËN BX19TRI



外觀上の変更はない。BXがデビューしたのは1982年だが、このことで、そのファミリーマンの顔も変わるようになっている。完成されたものが登場

パリの、あたりきき



ツインカム16バルブやGTのオートマチック版、右ハンドル仕様など矢張り早にニューモデルを追加しているシトロエンBXに、新しいバージョン、19TRIが加わった。これは既存の19TRSに代わるモデルで、1904ccのエンジンに大きな変化はないが、19TRSのキャブレターに代えてポッシュのインジェクション燃料噴射を備えて100HPを発生する。このパワーは19TRSと変わらないが、発生回転が5600rpmから6000rpmに高くなり、また3000rpmの発生回転は変わらないものの、トルクは15.8mkkgから14.8mkkgへとドロップしている。すなわち、細部のチューンに差はあるが、ブジョー205GTの100HPモデルに搭載されていたものと基本的に同じユニットである。またBXブレークは、これまでキャブレター仕様の19TRSから燃料噴射の19TRIへと切り替わったが、同じTRIでも、こちらは19GTI・4ATと共通の120HP/6000rpm、15.6mkkg/3000rpmユニットが搭載される。TRI各モデルはともにZF製の4段オートマチックのみで、車両本体価格は19TRIが308万円、19TRIブレークが330万円である。

■スムーズになったエンジン

インジェクションになったからといって特に大きく変わることはない。まず感じるその恩恵は、コールドスタートが容易になったことである。キャブレターでも特にむずがっていたわけではないが、ときに目覚めが悪く、暖まるまではスムーズに欠けることがあったと記憶している。それがまったくフェルブルーフになった。4段オートマチックのセレクターを“A”レンジに入れ、スロットルを踏み込む。インジェクションの恩恵で、エンジンはスムーズさを増し、人の気もななく回転を上げるが、その一方で概念としては、インジェクションを機にエンジンのキャブが高速連射に変形になり、伸びは向上したが、低速域から中速域にかけてのトルクが弱くなり、低速からの一瞬のパンチが効かなくなってしまった。スベック上では最大トルクを1nkg失ったにすぎないが、その最大トルクに至るまでのカーブが緩んでしまったからと考えられる。これはあくまで旧型と比較した場合の話であり、決して乗りにくくなったというわけではない。

Citroën consolide sa présence au Japon par un réseau de distribution commun avec Mazda

L'accord passé entre Citroën et Mazda en décembre 1988 recouvre, depuis juillet 1989, une réalité tangible. Eunos, le nouveau réseau de distribution Mazda-Citroën au Japon, doit permettre à la marque aux chevrons d'atteindre son objectif de vente de 30 000 véhicules à court terme.

Citroën consolidates its presence in Japan through a joint distribution agreement with Mazda

The agreement signed between Citroën and Mazda in December 1988 led to the creation of a joint distribution network in Japan in July 1989. Know as Eunos, the new venture should enable the marque to achieve its short-term sales objective of 30,000 vehicles per year.

«Beaucoup de bonnes choses et de plaisir» telle est la traduction littérale du nom Eunos que Mazda et Citroën viennent de donner à leur nouveau réseau de distribution commun inauguré le 20 juillet 1989 à Tokyo. Parallèlement aux automobiles Citroën, Eunos distribuera un roadster sous sa propre marque. Il s'agit d'un modèle haut de gamme fabriqué par Mazda qui se distinguera par une personnalité marquée et le plaisir de conduite qu'il procure. Ces mêmes caractéristiques se retrouvent dans le positionnement de Citroën, d'où une valorisation réciproque des modèles des deux marques. La marque aux chevrons s'est fixé à court terme un objectif de vente de 30 000 véhicules par an.

LE PREMIER CONSTRUCTEUR FRANÇAIS

Célébrée avec faste dans les salons du Prince Hôtel de Tokyo, la cérémonie d'inauguration du réseau a rassemblé un nombre impressionnant de personnalités du monde politique et économique.

Une affluence d'autant plus intéressante que la marque aux chevrons est déjà connue au Japon dans les milieux aisés. En 1988, Citroën se place en tête des constructeurs français avec 3 000 ventes, la BX représentant à elle seule plus de 80 % des ventes. La marque est présente au Japon depuis 1969 et a enregistré une évolution régulière et encourageante, malgré un léger recul lors de la crise pétrolière de 1980.

Les implantations de véhicules étrangers sur le marché japonais, bien qu'encore marginales (moins de 4%), connaissent actuellement un développement considérable. Elles sont passées de 68 357 véhicules en 1986 à près du double (133 583) en 1988. Sur ce marché dont la législation vient de s'assouplir, les constructeurs allemands se taillent la part du

lion avec quelque 70 % des importations contre 5 % pour les français.

VINGT ANNÉES D'EXPÉRIENCE

Dès la libéralisation des lois japonaises sur l'importation des véhicules en octobre 1965, Citroën met à l'étude un projet d'exportation de ses modèles vers le Japon. Celui-ci se concrétise en 1969 lorsque la marque passe des accords de coopération avec Seibu Motor Sales qui devient son importateur exclusif et distribue ses véhicules (GS, GSA, CX, 2 CV puis BX et AX). Seibu Motor Sales est une filiale du très important groupe Season qui possède notamment des grands magasins, des restaurants, des compagnies d'assurance, des stations essence, des usines agro-alimentaires, etc.

Parallèlement aux modèles Citroën, Seibu Motor Sales commercialise des Peugeot et des Saab. La société Seibu envisage actuellement de créer des «show-rooms» unique-ment Citroën, et d'augmenter le nombre de ses points de vente pour l'arrivée de la XM.

Exportation de technologie

Citroën poursuit avec des industriels japonais une politique de coopération reposant sur la cession de licence de fabrication de composants automobiles. Des accords ont été passés avec NSK, Nissan et Mitsubishi pour les joints homocinétiques, avec la société NOK pour les accumulateurs de pression pour systèmes hydrauliques, et avec de nombreux fournisseurs automobiles pour les cales hydro-élastiques de support moteur.

Visite d'une usine Mazda

L'usine terminale Mazda d'Hiroshima, où est notamment assemblé le roadster

SEIBU

アークティック

視線の熱さに、耐えきれるか。

CITROËN

1500i 1500RS 1600RS 1600i

西武自動車販売株式会社

TEL: 03-3451-3451

Eunos, surprend le visiteur européen par sa robotisation relativement faible et le niveau de qualité élevé de ses produits. Une organisation simplifiée des tâches (aucune d'entre elles ne dépasse la minute), une réduction extrême de la hiérarchie compensée par la responsabilisation des collaborateurs de l'entreprise, un souci constant de propreté et de qualité permettent d'atteindre un niveau de retouche inférieur à 1%. Cette démarche qualité n'exclue pas une recherche d'amélioration de la rentabilité et les rythmes de travail des ouvriers japonais ont de quoi étonner un Européen.



BX

● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)
● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)	● 1.6L (1000cc)

Exporting technology

Citroën is pursuing a policy of cooperation with Japanese industry built on the transfer of manufacturing licences for automotive components. Agreements have been signed with NSK, Nissan and Mitsubishi for the production of constant velocity joints; with NOK for pressure accumulators for hydraulic systems; and with a number of other component makers for hydro-elastic engine support guides.

A tour of a Mazda plant

European visitors to Mazda's final assembly plant at Hiroshima, where the Eunos roadster is produced, are inevitably surprised by the relatively low level of robotization and the high quality of the products the facility turns out. The rate of reworking is lower than 1% due to simplified organization of tasks (none lasts more than one minute); a highly streamlined chain of command and greater individual responsibility; and constant attention to cleanliness and quality. This quality oriented approach does not preclude a continual search for profitability, and Europeans are taken aback at the pace Japanese workers

LEADING FRENCH CARMAKER

Celebrated in sumptuous style at the Prince Hotel in Tokyo, the official inauguration of the network was attended by an impressive array of personalities from the worlds of politics and business.

The high-powered crowd was especially gratifying for Citroën since the marque is already known in well heeled circles in Japan. In 1988, Citroën headed the list of French carmakers, with sales of some 3,000 vehicles: the BX alone accounted for over 80% of total sales. The marque has been present in Japan since 1969 and has consistently posted regular and encouraging growth, despite a minor slump during the 1980 oil crisis.

Although still low in terms of volume (less than 4%), the foreign car market is currently experiencing considerable growth in Japan. Sales of foreign vehicles virtually doubled from 68,357 units in 1986 to 133,583 in 1988. With the easing of import restrictions, the German manufacturers are taking the lion's share of the

market, with some 70% of imports compared with 5% for French carmakers.

TWENTY YEARS' EXPERIENCE

When the Japanese laws on import quotas were liberalized in 1965, Citroën immediately began to elaborate plans to export its car to that country. The project finally took shape in 1969 when the marque signed cooperation agreements with Seibu Motor Sales, which became its exclusive importer, distributing the GS, the GSA, the CX and the 2 CV; followed by the BX and AX. Seibu Motor Sales is a subsidiary of the giant Season group, whose interests include department stores, restaurants, insurance companies, petrol stations and food processing plants.

Alongside Citroën models, Seibu Motor Sales also handled marketing for Peugeot and Saab. Seibu is planning to set up Citroën-exclusive showrooms and to increase the number of its sales outlets in preparation for the arrival of the XM.

"Many good things and much pleasure" is the literal translation of Eunos – the name that Citroën and Mazda have given to their joint distribution network, inaugurated on July 20, 1989 in Tokyo. Alongside Citroën's cars, Eunos will also distribute a roadster under its own name. This Mazda built top-range car will be instantly recognizable by its distinctive personality and high level of driveability. These same traits will characterize Citroën's positioning in the Japanese market and will enhance the reputation of the models of both marques. Citroën has set itself a short-term sales target of 30,000 cars per year.

Profil de l'acheteur de voitures importées

Une étude menée par l'Association japonaise des importateurs automobiles sur le profil de l'acheteur de modèles étrangers révèle que l'utilisateur de voitures importées a environ 39 ans et un revenu annuel de 12 000 000 de yens (environ 600 000 FF).

Le marché est composé de 43,3% de salariés, 31,5% de personnes exerçant une profession libérale et de 10,2% d'entrepreneurs. 60% des acheteurs possèdent leur logement.

73,4% des conducteurs de véhicules importés considèrent leur voiture comme un moyen d'expression de leur personnalité. Ils apprécient particulièrement les performances des véhicules importés et leur maniabilité et conduisent par plaisir. En revanche, pour 50,2% des acheteurs de véhicules japonais la voiture est un outil et ils sont particulièrement sensibles à la consommation d'essence. Les utilisateurs de voitures importées ont une très bonne image des véhicules étrangers sur le plan de l'esthétique, du style, du plaisir de conduite, de la maniabilité, de la sécurité, de la solidité, et perçoivent ces modèles comme indémodables. C'est une cible stable et fidélisée, puisque 94% des possesseurs de véhicules importés entendent renouveler leur achat de véhicules étrangers et estiment que c'est une tendance moderne. Cependant, beaucoup considèrent que le système de taxes japonais et les assurances sont décourageants pour l'acheteur éventuel. Malgré tout, 40% des consommateurs japonais envisagent d'acheter un véhicule importé et 15% pensent concrétiser ce projet dans un futur proche.



UNE LÉGISLATION PLUS FAVORABLE

A partir de 1988, la législation japonaise évolue. Les taxes sur les moteurs de plus de 2 000 cm³ sont allégées, les formalités d'homologation simplifiées, et Citroën cherche un deuxième partenaire japonais. Les implantations limitées de Seibu Motor Sales ne sont en effet pas suffisantes pour étendre la pénétration du constructeur français sur le marché japonais. En décembre 1988, en collaboration avec Seibu Motor Sales, Citroën passe un accord avec Mazda pour l'importation et la distribution de ses véhicules français au Japon. En avril 1989, le groupe Mazda Japon crée le réseau de distribution Eunos. Il a l'originalité de distribuer simultanément des véhicules Eunos - spécialisés dans le haut de gamme - et Citroën. Dès septembre 1989, un premier groupe de cinquante points de vente ouvre au Japon. La structure logistique du réseau Eunos - préparation des véhicules, pièces de rechange, etc. - est assurée par Mazda, et les véhicules Citroën arrivent de France déjà conformes aux normes japonaises, alors qu'auparavant, ils étaient modifiés sur place. Pour alimenter ce nouveau réseau, 2 000 BX aux normes japonaises viennent d'être expédiées par l'usine de Rennes-La Janais.

Les ventes, par l'intermédiaire du nouveau réseau Eunos et Seibu Motor Sales, devraient

s'élever à environ 8 000 véhicules en 1989, 10 000 à 12 000 véhicules en 1990, avec un objectif à court terme de 30 000 véhicules par an. Courant 1990, l'implantation commerciale d'Eunos devrait représenter environ 150 points de vente.

UNE PRÉSENCE PHYSIQUE CONSTANTE

Afin de coordonner l'action des deux réseaux Eunos et Seibu Motor Sales, Citroën a entrepris de créer une « joint-venture », Citroën-Japon, société à capital majoritaire Citroën et à participation égale pour Eunos et Seibu Motor Sales. Cette société doit assurer la liaison permanente entre Citroën France et les deux importateurs-distributeurs et suivre, coordonner et conseiller l'activité commerciale des deux réseaux.

Une cellule d'assistance de trois représentants permanents, détachés à Tokyo, vient d'être créée par Citroën. Elle est chargée de veiller aux problèmes de qualité. Pour les Japonais qualité signifie « parfaite finition de tout ce qui se voit » et non pas l'absence d'incidents techniques, qui est considérée comme acquise et allant de soi. Un spécialiste de l'après-vente est chargé de traiter sur place les problèmes éventuels et d'assister les importateurs dans la préparation des véhicules et la formation de leurs collaborateurs.



プレゼンテーションゾーンイメージイラスト



SLACKENING RESTRICTIONS

Japanese legislation began to change in 1988. The tax on cars powered by engines over 2,000 cm³ has been lowered and certification formalities have been simplified. Citroën is currently looking around for a second Japanese partner. Seibu Motor Sales' facilities are limited and are insufficient to enable the marque to increase its penetration of the Japanese market. Citroën and Seibu signed an agreement with Mazda in December 1988 for the importation and distribution of the French marque's vehicles in Japan. In April 1988, the Mazda group set up the Eunos distribution network. Eunos is original in that it will distribute its own top-range cars alongside Citroën vehicles. In September 1989, a first group of fifty sales outlets will open in Japan. Mazda handles the logistics for the Eunos network (vehicle preparation, spare parts, etc.) Citroën cars conform to Japanese standards before they leave the factories in France, whereas beforehand they were certified after arrival in the country. 2,000 Japanese-standard BXs were recently shipped from the Rennes-La Janais plant in France to supply the new network. Sales through Eunos and Seibu Motor Sales should reach some

8,000 units in 1989, rising to 12,000 in 1990. The short-term sales objective is 30,000 vehicles per year. During 1990, Eunos sales and marketing network should comprise some 150 outlets.

CONSTANT ON-SITE PRESENCE

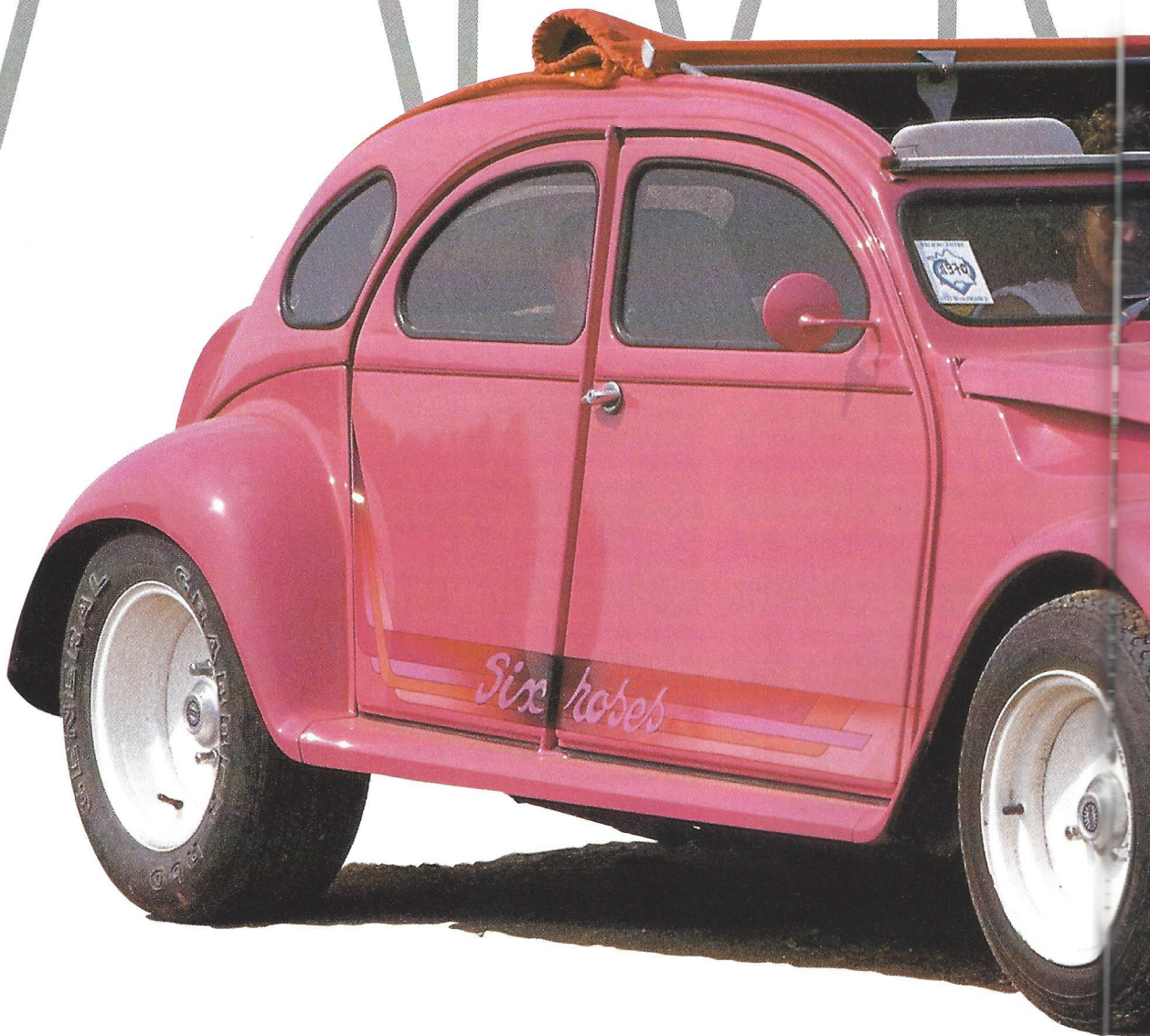
To coordinate the activities of the Eunos and Seibu networks, Citroën set up a joint venture, styled Citroën-Japon. The marque is the majority shareholder, and the remainder of the capital is equally divided between Eunos and Seibu. The company will act as a permanent link between Citroën France and the two importers-distributors. The new venture will monitor, coordinate and act as an advisor for the marketing activities of both networks. Citroën has also assigned a support team of three permanent representatives to Tokyo with a mandate to tackle problems of quality. For the Japanese, quality means "a perfect finish to everything you see" rather than the absence of technical defects, which they consider so essential that it is taken for granted. An after-sales specialist is responsible for dealing with problems on the spot and for assisting importers with vehicle preparation and staff training.

Portrait of a foreign car buyer

A study conducted by the Japanese Automobile Importers Association revealed that the typical foreign car buyer is aged around 39 with an annual salary of Y 12,000,000 (FF 600,000). 43.3% of the market is composed of salaried workers, 31.5% members of the professions and 10.2% entrepreneurs. 60% of the buyers are homeowners.

73.4% of imported car drivers consider their vehicles as an extension of their personalities. They particularly appreciate the performance and handling of imports and drive for pleasure. By contrast, 50.2% of buyers of Japanese cars consider their cars as a means of transport and are particularly sensitive to fuel consumption. Drivers of foreign cars think highly of imported vehicles in terms of style, driving pleasure, handling, safety and sturdiness. They also feel that their vehicles will never go out of style. These consumers form a stable and brand-loyal target group since 94% of imported car owners intend to continue buying foreign vehicles, deeming this to be a modern trend. However, many consider that the Japanese tax system and insurance premiums are dissuasive for the potential buyer. Despite these drawbacks, 40% of Japanese consumers envisage buying an imported car and 15% say that they intend to make their purchase in the near future.

Toy



jours

OUR



Quand les fans de 2 CV se rassemblent

La 2 CV au cœur de l'événement. C'était en juillet dernier, du 21 au 25, à Orléans, lors de la 8^e Rencontre mondiale des amis de la 2 CV. Des milliers d'admirateurs du monde entier se sont réunis pour clamer leur amour pour Elle.

2CV lovers of the world unite!

Forty years on, the 2CV continues to make news and attract admirers. Between July 21 and 25, thousands of enthusiasts from all over the world flocked to the city of Orléans for the 8th World Meeting of the Friends of the 2CV: yet another chapter in this singular love story that is so typically French.

La 2 CV. Tout le monde connaît cette voiture qui ne ressemble à aucune autre : plus qu'une voiture, c'est une Star, qui comme telle suscite des passions. Ses adorateurs, si nombreux de par le monde, se réunissent en clubs ou associations, se rencontrent régu-

lièrement pour vivre au grand jour leur passion commune. Ils sont de tous âges, de toutes catégories socio-professionnelles... Leur passion pour la 2 CV les transforme en collectionneurs, grands voyageurs, carrossiers inventifs, pilotes...

LA VIE DE CLUB

Plus de 250 clubs sont dénombrés actuellement un peu partout dans le monde. Parfois il en existe plusieurs dans un même pays, comme en RFA par exemple (50) ou en Suisse (30) et en France (10). Le premier club français voit le jour à Orléans en 1952.

La mission d'un club est d'organiser des rencontres entre ses membres, des manifestations diverses, des réunions avec échanges d'idées, de pièces... Mais chaque club travaille seul, indépendamment des autres.

L'UNION FAIT LA FORCE

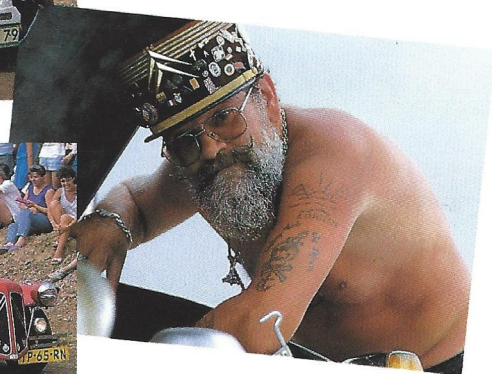
Pour donner plus de cohérence aux manifestations organisées, plus de poids à leurs demandes de soutien, auprès d'Automobiles Citroën notamment, des présidents de clubs ont l'idée de créer un club national dans chaque pays. Ils n'ont pas été suivis par tous, loin s'en faut. En France, par exemple, l'Association des 2 CV Clubs de France, créée en 1987, fonctionne comme tout club et édite régulièrement le calendrier national des réunions.

**8^{ème}
RENCONTRE MONDIALE
DES AMIS DE LA 2CV**

**21 AU 25 JUILLET
ORLEANS. FRANCE**

PLAISANCE
DECO
503842 88





parts: collectors, globetrotters, resourceful coachbuilders or racing drivers.

CLUB TIES

There are currently over 250 clubs throughout the world, with some countries boasting more than one: West Germany has fifty, Switzerland thirty and France ten. The first 2CV club was set up in France in 1952. The role of the clubs is to organize get-togethers, special events, "swap meets" and other happenings. Each club operates alone and is independent of the others.



STRENGTH IN NUMBERS

Everyone recognizes the 2CV – a car unlike any other. In fact, the Duck is more than just a car: she is a celebrity and arouses the same fervent admiration as any film star. The countless Duck devotees throughout the world band together in clubs and associations to live out their mutual passion. They come from all backgrounds and walks of life, and their devotion moves them, Walter Mitty-like, to play a number of

To give greater standardization to organized events and more weight to requests for support – especially from Automobiles Citroën – the Chairmen of the various societies decided to create one national club for each country. Unfortunately, the idea met with less than unanimous approval. In 1987, the well organized French club was able to set up the Association des 2CV Clubs de France, which operates like any other club and which regularly publishes a national calendar of events.

UNE BIENNALE À LA GLOIRE DE LA 2 CV

En 1975, à l'initiative de quelques clubs, la première Rencontre mondiale des amis de la 2 CV a eu lieu en Finlande. Depuis, devenue bisannuelle, elle s'est déroulée en Suisse, au Danemark, en Belgique, en RFA, en Grande-Bretagne, au Portugal.

Le futur pays organisateur est choisi par les participants lors d'un vote, en fonction des programmes proposés. En 1987, la France, en concurrence avec les Pays-Bas, est sélectionnée. L'Association des 2 CV Clubs de France dispose alors de deux ans pour organiser une fête inoubliable dans le cœur et l'esprit de tous les participants (choix du lieu, peaufinage du programme...).

ORLÉANS À L'HEURE DE LA 2 CV

Du 21 au 25 juillet, la Rencontre a complètement transformé l'aspect de la ville d'Orléans qui a vécu ces quelques jours sous le signe de la 2 CV. Environ 1 700 voitures étaient attendues, il en vint 2 123 exactement, de tous les pays d'Europe proches ou éloignés : Finlande, Grèce, Belgique, Hongrie, Tchécoslovaquie, Italie... Abandonnant, à leur grand regret, leur voiture chez eux pour quelques jours, les participants du Japon, des USA, de Macao ou d'Australie sont venus seuls. Au total, près de 4 500 participants et 30 000 visiteurs pour cette manifestation, gratuite, suivie de près par la presse, la télévision et la radio.

La 2 CV était omniprésente, protéiforme. Parfois difficile à reconnaître. 2 CV anciennes, 2 CV « customisées », 2 CV transformées en camping-car, 2 CV de tous les jours...

Au programme, une première mondiale dans une Rencon-

tre : une course de 2 CV Cross. Suivie des démonstrations plus « habituelles » de 2 CV nautiques : la voiture de Monsieur tout le monde posée sur un radeau, les deux roues avant étant remplacées par des roues à aube. Ou encore de la 2 CV montgolfière : nacelle remplacée par la 2 CV, avec passagers à bord. Sans oublier les prouesses de la 2 CVhydra-vion, une caisse équipée de

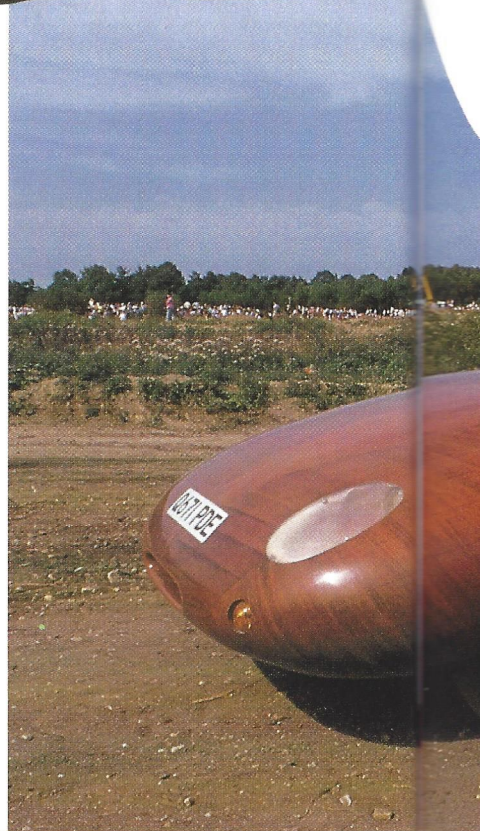
régions du centre de la France : la Touraine, le Massif central, la Sologne et la Bourgogne. A noter cependant que les participants ont visité plus volontiers les casses de voitures et autres brocanteurs que les sites historiques.

Prochains rendez-vous : la Suisse en 1991 et la Finlande en 1993. Affaire à suivre.



flotteurs et d'ailer, et d'un moteur d'ULM. Projection de films d'amateurs sur les rallyes de 2 CV en 1952. Divers jeux : reconnaissance de pièces... Concours d'économie de carburant : le réservoir est débranché et remplacé par un flacon de 0,2 litre d'essence (résultat : 1,7 l aux 100 km pour la 2 CV proto et 3,2 l aux 100 km pour un modèle de série). Marché aux puces et aux pièces de rechange... Tirage au sort de la 2 CV offerte par la direction régionale Ile-de-France d'Automobile Citroën et gagnée par un Hollandais.

Pour prolonger les moments sympathiques de cette manifestation, l'Association des 2 CV Clubs de France a proposé aux participants un voyage touristique à travers les





TWO-YEARLY CELEBRATION

At the suggestion of a number of clubs, the first World Meeting of the Friends of the 2CV was organized in Finland in 1975. Since then, the biennial event has been hosted by Switzerland, Denmark, Belgium, West Germany, Britain and Portugal.

At the end of each World Meeting, the participants vote for the country that will play host to the following event. The decision is based on the programmes that the countries put forward. In 1987, France was chosen over the Netherlands as the venue for the 1989 biennial. The Association des 2CV Clubs de France had two years to

handle the preparations (choice of venue, detailed programming, etc.) for a happening that would forever remain imprinted in the hearts and minds of the participants.

ORLEANS: 2CV CITY

The historic city of Orléans was totally transformed by the World Meeting, as Joan of Arc made way for the 2CV. Between July 21 and 25, 2,123 cars (the organizers expected 1,700!) from all over Europe converged on the city from countries as far apart as Finland, Greece, Belgium, Hungary, Czechoslovakia and Italy. Much to their chagrin, 2CV lovers from Japan, the USA, Macao and Australia had to

leave their cars at home and travel by more expeditions means. A total of more than 4,500 club members and 30,000 visitors attended the free event, which received extensive media coverage.

The 2CV was to be found everywhere, in a bewildering array of disguises – vintage 2CVs, custom 2CVs, camper 2CVs, run-of-the mill 2CVs... the parade was endless.

The programme included a world premier – a 2CV rally cross. This was followed by the more traditional demonstrations such as the nautical 2CV race, where an ordinary 2CV is secured to a raft and the front wheels replaced by paddle wheels. For the hot-air balloon event, a 2CV filled with passengers took the place of the nacelle. Another remarkable sight was the seaplane version of the Duck, complete with wings, floats and a microlight engine. In a less strenuous vein, the event featured amateur film of the 1952 2CV rallies and a Citroën-ized version of Kim's Game, in which competitors were required to identify different parts of the vehicle. For the fuel economy competition, the fuel tank was disconnected and replaced with a flask containing 0.2 litres of petrol (top scores: 168 mpg [1.71l/100 km] for a prototype 2CV and 89 mpg [3.2l/100 km] for a production model). Other events included a flea market, a spare part swap meet and a draw for a 2CV donated by the Paris area regional management board of Automobiles Citroën (the lucky winner came from Holland).

The atmosphere was genial and friendly, and the Association des 2CV Clubs de France decided to prolong the enjoyment by offering a tour through the beautiful regions of Central France – Touraine, Massif Central, Sologne and Burgundy. It was noticeable that the tourists displayed as much interest in the breakers yards and bric-a-brac shops as they did in the historical monuments.

The next venues are Switzerland (1991) and Finland (1993). The love affair continues...



CONJONCTURE

EXPORTATION : + 6,1 %

De janvier à août 1989, Citroën a exporté 322 430 véhicules (VP + VU), dont 297 997 véhicules particuliers. Cela représente une augmentation de 6,1 % par rapport à la même période en 1988 et 57,5 % de la production.

EXPORTS UP BY 6.1%

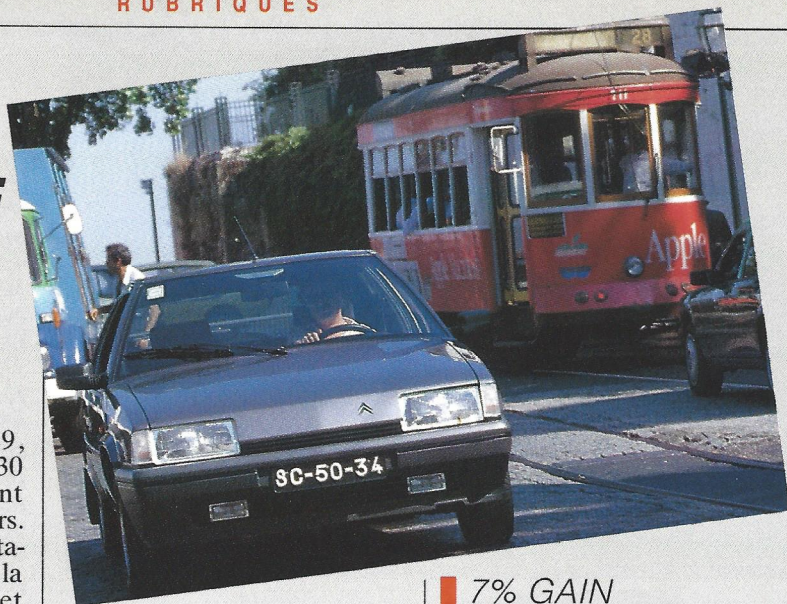
Between January and August 1989, Citroën exported a total of 322,430 vehicles, including 297,997 passenger cars. That figure accounts for 57.5% of output and represents a 6.1% increase over the same period in 1988.

4,77 % DE PÉNÉTRATION EN EUROPE

De janvier à août 1989, Citroën a immatriculé en Europe (17 pays) 459 280 véhicules particuliers - dont 182 190 en France -, soit une progression de 5 points. Ce résultat porte la pénétration de la marque à 4,77 % en Europe. Parallèlement à la progression notable des immatriculations en Irlande (+ 56 %), le développement du parc automobile Citroën en Europe du Sud se poursuit : + 33 % en Grèce, + 20 % au Portugal, + 11 % en Espagne, + 9 % en Italie. La Suède enregistre également une progression de 9 %. Viennent ensuite l'Autriche et la Belgique avec + 5 % d'augmentation.

4.77% PENETRATION IN EUROPE

459,280 Citroën passenger cars were registered between



January and August in the 17 countries that form the marque's European market. France alone accounted for 182,190 units - a five point rise over the preceding year. Citroën's market penetration has now reached 4.77%. Alongside a strong growth in new registrations in Ireland (56%), Citroën continues to expand its southern European market, with increases of 33% in Greece, 20% in Portugal, 11% in Spain and 9% in Italy. Sweden also posted a 9% increase, while Austria and Belgium each gained five percentage points.

+ 7 % DE PROGRESSION SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Au cours des huit premiers mois de 1989, Citroën a immatriculé 238 182 véhicules (VP + VU) en France, soit 13,04 % de pénétration et une augmentation de 7 % par rapport à la même période en 1988. Les véhicules particuliers seuls occupent 11,99 % du marché. La plus belle progression (6,17 % de pénétration) est réalisée par l'AX, avec + 17,8 %. Notons que l'AX Diesel représente 27,6 % des immatriculations. La BX se maintient à près de 5 % du marché français, avec 57,6 % des ventes effectuées dans les versions Diesel. Trois mois après sa sortie, la XM occupe déjà 1,7 % de part de marché, avec seulement trois versions essence.

7% GAIN IN FRENCH MARKET

Citroën racked up French sales of 238,182 units for the first eight months of 1989, giving the marque a 13.04% market penetration and a 7% gain over the same period in 1988. Passenger cars alone account for 11.99% of the market. The AX staged the most spectacular increase - 17.8% - taking the supermini's penetration rate to 6.17%. The AX Diesel accounts for 27.6% of new registrations, while the BX holds on to its 5% share of the French market (57.6% of the BXs sold were diesels). Three months after its launch, the luxury XM has already garnered 1.7% of the market, with just three petrol versions.

PRODUCTION : + 8,3 %

Au cours des 8 premiers mois de l'année 1989, Citroën a produit 560 980 véhicules (VP + VU), dont 479 720 véhicules particuliers, soit une augmentation de 8,3 % par rapport à la même période de 1988.

PRODUCTION INCREASES BY 8.3%

During the first eight months of 1989, Citroën produced 560,980 vehicles (479,720 passenger cars), boosting output by 8.3% compared with the preceding year.

échos

CARTE ROUGE : UTILISATION « TOTAL »

NEUILLY. Désormais les clients Citroën pourront régler leurs achats de carburants et autres produits pétroliers avec la Carte Rouge, dans les 3 000 stations-service Total. Ceci grâce à la convention de partenariat signée entre Automobiles Citroën, Crédipar et Total France. La Carte Rouge Citroën, lancée au « Mondial de l'automobile » en octobre 1988, est une carte privative de paiement, destinée à régler toutes les prestations de service dans le réseau et chez de nombreux partenaires. Fin 1989, plus de 100 000 clients seront titulaires de cette carte.

GOING INTO THE RED?

NEUILLY. Citroën drivers can now pay for their petrol and oil with the Carte Rouge charge card at any one of Total's 3,000 service stations in France. This convenient innovation is the fruit of an agreement between Automobiles Citroën, Crédipar and Total France. Launched at the Mon-



**AYEZ
LE RÉFLEXE
CARTE ROUGE**

CARTE ROUGE

- Prêt d'un véhicule de remplacement **CITROËN AX**.
- Remise de 15% sur les accessoires.
- Remise de 10% sur les locations de voitures **CITER**.
- Remise automatique de 5% sur votre contrat "Tonic".
- Facilités de paiement.

La CARTE ROUGE est proposée aux possesseurs d'un véhicule neuf CITROËN. Chacun des services est défini par la Convention CARTE ROUGE que vous pouvez obtenir sur simple demande dans ce point de vente.
* Sous réserve de l'agrément de la banque CREDIPAR, le partenaire financier de CITROËN.

dial de l'Automobile in October 1988, Citroën's Carte Rouge - or Red Card - is a private charge card that will be used to settle bills for all types of services provided by the network and other affiliates. By late 1989, over 100,000 customers will be in possession of the card.

12 au 20 août. Les modèles suivants étaient exposés : BX 4x4, BX GTI 4x4, C 25 4x4, BX Évasion 4x4 et 4x4 Teilhol.

CITROËN 4 x 4 ON DISPLAY

VAL D'ISÈRE. Citroën took part in the 6th International 4x4 and Off-Road Vehicle Show held in the ski resort of Val d'Isère from August 12 to 20. The marque displayed the BX 4x4, the BX GTI 4x4, the C 25 4x4, the BX Évasion 4x4 and the 4x4 Teilhol.

LES CITROËN 4 x 4 FONT SALON

VAL D'ISÈRE. Citroën a participé au 6^e Salon international du 4x4 et du tout-terrain qui s'est déroulé au Val d'Isère, du



NOUVELLE « IMAGE » POUR L'AX ET LA BX

NEULLY. Pour la rentrée de septembre, Citroën a commercialisé deux nouvelles séries spéciales AX et BX « Image », couleur gris silex.

L'AX Image est disponible en versions 3 portes (3 000 exemplaires) et 5 portes (2 000 exemplaires), sur la base d'une AX 11 TGE boîte 4 vitesses. Elle se distingue extérieurement par sa couleur spécifique, des vitres teintées, une calandre chromée, un essuie-glace arrière, un rétroviseur extérieur droit et un filet latéral. A l'intérieur, l'harmonie générale est noire. Son prix : 54 800 F pour la version 3 portes et 57 200 F pour la version 5 portes. Aucun équipement optionnel n'est prévu. Sur la base d'une BX 15 TGE (moteur XU5 1 580 cm³), la BX Image est commercialisée en 2 500 exemplaires. Ses boucliers sont peints couleur caisse (gris silex) avec jonc inox, son aileron arrière et ses baguettes latérales proviennent de la BX GTI, et son antenne noire de la BX Évasion. La calandre est chromée, les enjoliveurs de roues gris perle, les vitres teintées. Elle arbore un rétroviseur extérieur droit, un filet décor et les logos Image. A l'intérieur, harmonie noire, sièges de BX GTI, volant de BX 16 Soupapes, lève-glaces électriques et condamnation centralisée des portières. Aucun équipement optionnel n'est prévu. La BX Image est vendue 85 800 F.

A NEW "IMAGE" FOR THE AX AND BX

NEULLY. Citroën is bringing two new special series to market in September - the AX and BX "Image".

The AX Image is available in 3-door (3,000 units) and 5-door (2,000 units) versions



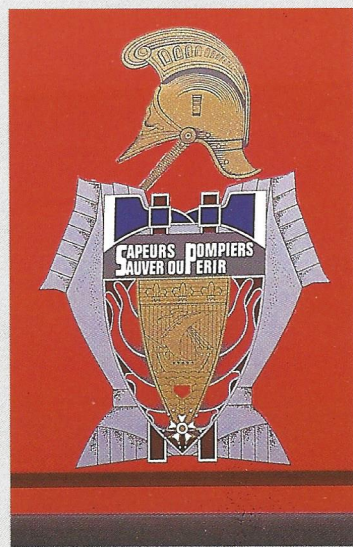
based on the AX 11 TGE with a four-speed gearbox. The Image features flint-grey paintwork, tinted windows, chrome front grill, rear windscreen wiper, twin wing mirrors and lateral striping. The interior is fitted out in black. In France, the 3-door version retails for FF 54,800 and the 5-door for 57,200. No options are available.

The BX Image range comprises 2,500 examples based on the BX 15 TGE (XU5 1580 cm³ engine). The body and scuff mouldings are colour-coordinated in flint grey with stainless steel banding. The rear wing and side strips are imported from the BX GTi and the black radio aerial from the BX Évasion. The BX Image also boasts a chrome front grill, pearl grey hubcaps, tinted windows, twin wing mirrors, decorative striping and "Image" logos. The black interior is equipped with BX GTi seats, a BX 16V steering wheel, electric windows and central locking. No options are available. The French price for the BX Image is FF 85,800.

JARDINIERS ET POMPIERS EN CITROËN

PARIS. La ville de Paris renouvelle son parc BX en prenant livraison de 14 BX D et 6 BX Évasion D pour son ser-

vice « Sécurité des parcs et jardins ». D'ici fin 1989, Citroën livrera 40 BX. Quant aux sapeurs pompiers, ils ont pris possession de 12 AX 10 E 3 portes en juillet dernier. Ils envisagent de renouveler progressivement leur parc automobile.



AX AND BX ABOUT TOWN

PARIS. The Paris city council is renewing its BX fleet, taking delivery of fourteen BX Ds and six BX Évasion Ds for its Parks and Gardens department. Between now and the end of the year, Citroën will deliver a total of forty BXs.

The city's fire brigade acquired twelve 3-door AX 10 Es in July and is considering a gradual renewal of its vehicle fleet.



RECORD MONDIAL D'ÉCONOMIE POUR L'AX DIESEL

LONDRES (Grande-Bretagne). 2,51 l de gazole aux 100 km à 47,8 km/h de moyenne pour l'AX Diesel. Cette performance lui a permis, le 14 août dernier, de pulvériser le record du monde d'économie de carburant pour un véhicule de production. Le précédent était détenu par une Daihatsu Charade avec 2,65 l aux 100 km. Les prouesses de l'AX Diesel ne s'arrêtent pourtant pas là. Quelques jours auparavant, elle a parcouru les quelque 1700 km séparant l'Espagne de l'Angleterre, en consommant 45,4 litres. Ce résultat a été homologué par le RAC.

AX DIESEL TOPS WORLD ECONOMY RANKING

LONDON (Britain). The Citroën AX Diesel smashed the 110 mpg (2.51l/100 km) bar-

rier to take the world fuel economy record for production vehicles on August 14, 1989.

The previous record of 106.1 mpg (2.65l/100 km) was held by a Daihatsu Charade.

Just a few days earlier, the AX Diesel covered the 1,700 km between Britain and Spain on just 10 gallons (45.5l) of fuel.

The record-breaking attempt was scrutineered by the RAC.

LA XM AUX ENCHÈRES

DUBLIN (Irlande). Le 2 septembre dernier, Christie's de Londres a animé une vente aux enchères, organisée par le Comité de bienfaisance Trinity 400. La vedette était le nouveau véhicule haut de gamme Citroën : la XM, offerte par le représentant de la marque en Irlande, Gallic Distributors Ltd. L'argent de la vente a été immédiatement remis au comité organisateur. L'origina-

lité de cette vente aux enchères est que l'acheteur acquiert non pas le véhicule, mais le droit de l'utiliser une année durant. S'il le désire, il pourra acheter la Citroën XM à la fin de cette période.

UNDER THE HAMMER

DUBLIN (Ireland). The auctioneers Christie's of London conducted a sale organized by the Trinity 400 Committee. The star of the show was Citroën's new top-range XM, donated by Gallic Distributors Ltd, holder of the Citroën franchise in Ireland. The auction was unusual in that the highest bidder did not win the car itself but the right to use it for one year, with a purchase option at the end of that period.

LE TOUT TOKYO AUTOUR DE CITROËN ET MAZDA

TOKYO (Japon). La cérémonie d'inauguration du nouveau réseau de distribution japonais Mazda-Citroën a non seulement rassemblé, dans les salons du Prince Hôtel de Tokyo, Bernard Roché, Directeur Général d'Automobiles Citroën, entouré de son équipe dirigeante, et MM. Yamamoto (chairman de Mazda), Furuta (président de Mazda) et Motooka (président d'Eunos), mais aussi un grand nombre d'autres personnalités du monde économique et politique. Côté japonais, pas moins de cinq cents journalistes, une centaine de hauts fonctionnaires et hommes politiques, autant de banquiers, assureurs et universitaires et environ trois cents publicitaires s'étaient rendus à l'invitation des industriels japonais. La France, quant à elle, a salué l'importance de l'événement en envoyant en délégation officielle Roger Fauroux, ministre de l'Industrie, aux côtés de l'ambassadeur de France.

CITROËN AND MAZDA STEAL THE SHOW

TOKYO (Japan). The ceremony marking the inauguration of the new Citroën-Mazda distribution network for Japan was attended by Bernard Roche, Managing Director of Automobiles Citroën and his management team; Mr Yamamoto and Mr Furuta (the Chairman and the President of Mazda); Mr Motooka (Chairman of Eunos); and a bevy of Japanese managers. The gala event, held at the Prince Hotel in Tokyo, also attracted personalities from the worlds of politics and business. No fewer than five hundred Japanese journalists; a hundred senior civil servants and politicians; a similar number of bankers, insurers and academics; and some three hundred advertising specialists responded to the invitation of the Japanese car firms. France underscored the significance of the event by sending an official delegation headed by Roger Fauroux, the Minister of Industry, who accompanied France's ambassador to Japan.

cle qui se jouait en plein air. Avant l'opéra, ils purent admirer des bateleurs, cracheurs de feu, danseurs, jongleurs, acrobates..., frémir pendant le tirage au sort du gagnant (une gagnante en l'occurrence) de l'AX Diesel, assister à la projection de courts-métrages Citroën issus des archives de la filiale.

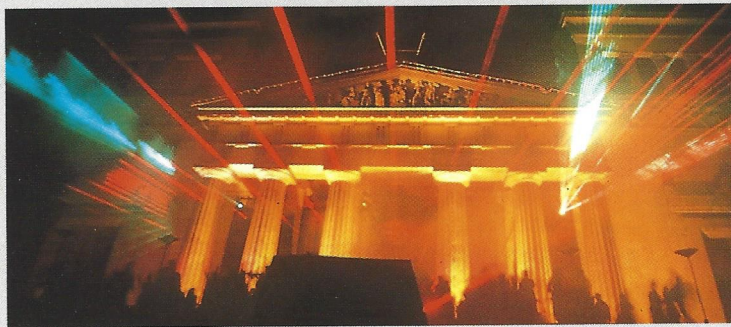
PATRON OF THE ARTS

MUNICH (W. Germany). Citroën Cologne successfully sponsored Walter Haupt's opera "Marat", which was staged in the Königsplatz in Munich on July 14, 1989 to mark the bicentenary of the French Revolution. 48 hours before the performance, all 40,000 tickets had been sold.

The attendance far exceeded the expectations of the organizers, with a crowd of over 70,000 thronging to the open-air event. After the show, the opera-goers were treated to a display of skills by acrobats, fire-eaters, dancers, jugglers and tumblers. Later, a draw was held to choose the lucky winner of the star prize - an AX Diesel - and the evening concluded with a series of Citroën shorts from the subsidiary's film archives.

LA BX DIESEL EN TÊTE

SLOUGH (Grande-Bretagne). Sur le marché britannique du Diesel en pleine expansion, Citroën Grande-Bretagne occupe la première place, avec 8 000 BX vendues pour les 6 premiers mois de l'année, soit une part de marché national de 13%. Le total des ventes de Diesel représente plus de 61 000 immatriculations, soit 5,11% du marché véhicules neufs.



CITROËN SPONSORISE « MARAT »

MUNICH (RFA). Citroën Cologne a sponsorisé, avec succès, l'opéra «Marat» composé par Walter Haupt et présenté à Munich, sur la Königs-

platz, le 14 juillet 1989, en commémoration du bicentenaire de la Révolution Française. 48 heures avant la représentation, les 40 000 billets d'entrée étaient vendus. La participation des spectateurs a dépassé toutes les attentes des organisateurs. Près de 70 000 spectateurs se pressaient dans les rues pour assister au specta-

BX DIESEL ROARS AHEAD IN UK

SLOUGH (Britain). Citroën UK has taken top place in Britain's booming diesel market, selling 8,000 BXs in the first six months of the year to take 13% of the national market. Total diesel sales account for 61,000 units, the equivalent of 5.11% of the new car market.

3 200 CITROËN ANCIENNES RÉUNIES

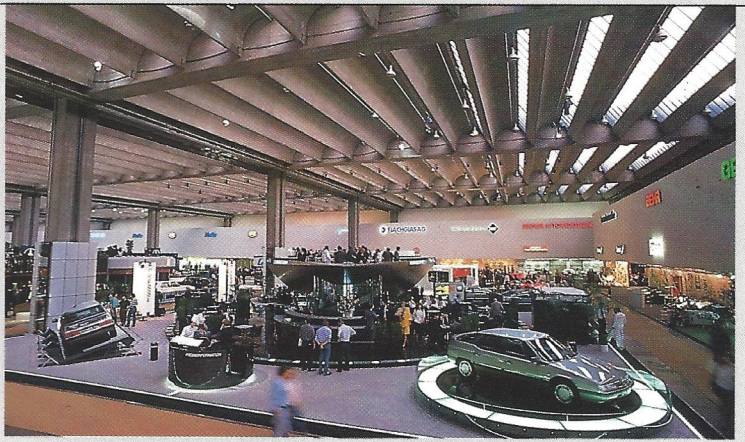
FLEVOLAND (Pays-Bas). La 8^e Rencontre internationale des amateurs de véhicules anciens Citroën (ICCCR) a connu un vif succès les 1^{er}, 2 et



3 septembre (voir Double Chevron 99, page 2). 3 200 voitures étaient au rendez-vous quand les organisateurs en attendaient 2 000. Cette manifestation a permis à plus de 5 000 fans d'évoquer le sujet qui leur est cher : Citroën. Et de multiplier divers échanges : documentation, voiture, pièces de rechange, idées... Prochains pays organisateurs : Danemark et Suède. Quant au lieu, il reste à définir.

3,200 SENIOR CITROËNS GET TOGETHER

FLEVOLAND (Netherlands). The eighth International Citroën Car Club Rally (ICCCR), held on September 2



and 3 (see DC99, p.2), was a resounding success. Instead of the 2,000 vehicles expected by the organizers, 3,200 cars turned out for the event. Five thousand fans took the opportunity to talk about their favourite subject – Citroën – and to exchange ideas, documentation, spare parts, etc. The countries organizing the next Rally are Denmark and Sweden. No date has yet been announced.

LA XM A FRANKFORT

FRANKFORT (RFA). Sur le stand Citroën du Salon de l'automobile de Francfort (du 14 au 24 septembre), tout gravitait autour du nouveau modèle haut de gamme de la marque : la XM. Les visiteurs ont pu admirer non seulement la XM, mais également le stand tournant d'exposition qui lui servait d'écrin. A la fois cœur et point de mire du stand, le pavillon en forme de cône asymétrique incliné symbolise le mouvement vers l'avenir. Il est composé de 150 tonnes d'acier, de verre et de granit ; ses paramètres statiques ont été calculés par ordinateur. L'ensemble est animé d'un mouvement de rotation qui permet notamment une bonne vision des séquences filmées présentées sur écran géant. Outre les six XM exposées, le public a pu découvrir les atouts des véhicules, grâce à deux maquettes. La première, dite « technologique », permettait de visualiser l'ensemble mécanique de la XM (élément de la liaison au sol et groupe moto-propulseur V6 avec catalyseur) et de

mieux comprendre le concept «suspension hydractive». La seconde maquette «de confort» dévoilait l'intérieur de la XM en mettant en avant tous les éléments qui concourent à l'agrément et au bien-être que l'on y ressent.

THE XM IN FRANKFURT

FRANKFORT (W. Germany). Citroën's new top-range XM "turned out" to be the centre of attention on the marque's stand at the Frankfurt Motor Show (September 14-20). The car was displayed on a revolving platform, which amply set off its stylish lines. The focal point of the stand was a computer-designed cone – 150 tonnes of steel, glass and granite – thrusting forward to symbolize movement towards the future. The podium was designed to rotate, allowing for an excellent view of special film sequences projected onto a giant screen.

In addition to the six XMs on display, two scale models helped to illustrate the various features of the car. The "technology" model demonstrated the mechanical assemblies – the running gear, V6 engine, gear-box, exhaust and catalytic convertor – and provided a concrete illustration of the hydractive suspension system.

The second model revealed the interior of the XM, highlighting the systems and fitments that ensure the luxury ride comfort of the new car.

ART A U

La rubrique Expression du Double Chevron numéro 100 est dédiée à ceux qui ont, directement ou indirectement, participé à la construction de l'image de ce magazine : des créateurs célèbres, des artistes moins connus, voire inconnus du grand public. Tous ont apporté leur contribution au façonnement de la revue, l'ont imprégnée d'un caractère, lui ont imprimé un style.

Sur les douze pages qui vont suivre, défileront les images les plus fortes, les plus originales aussi, témoins de la vie, des événements les plus importants de la marque. Tableau d'honneur forcément incomplet, arbitraire peut-être, subjectif sans doute. Mais il propose une deuxième lecture en parallèle : celle de l'évolution des courants artistiques sur une période de près d'un quart de siècle, grâce à un voyage à travers le temps signé « Citroën ».

The Expression section of this 100th issue of Double Chevron is dedicated to all the artists who have contributed directly or indirectly to the image of our magazine, adding their distinctive strokes to the canvas of Double Chevron's style and personality. Some are famous, others virtually unknown outside professional circles.

In the following twelve pages, we have reproduced the most striking and original pictures illustrating the landmark events in the life of the marque. This role of honour is obviously incomplete, probably arbitrary and doubtless subjective, but it also has a leitmotiv: changing artistic trends over almost a quarter of a century, reflected by Citroën.

ET F I L

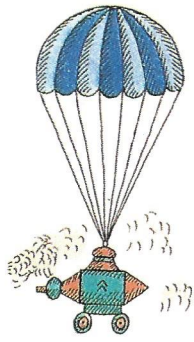
AUTOMOBILE

D U T E M P S

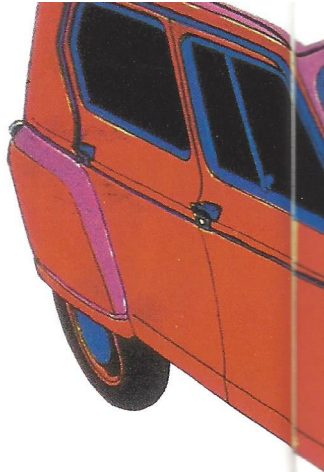
J.F. Archer • Arno • Y. Artus-Bertrand • B. Asset
• Avoine • C. Azoulay • Baron Brumaire •
J.F. Bauret • Beck • J.L. Benazet • A. Béren-
guier • M. Birot • P. Blumberg • F. Bomprezzi
• J.P. Bonnin • X. Brillat • César • J. Chas-
saing-Cuvillier • S. Compoint • F. David •
D. Davoust • de Kerleroux • J. de Mailly •
R. de Seynes • Delpire • Desclozeaux •
L.M. Désert • M. Desmarteau • F. Dielmann •
Dingo • P. Dreux • D. Duhai • P. Dumont •
Ecole Camondo • Ecole Vaugirard • J. Evain •
R. Follet • S. Foulon • A. François • Franquin
• M. Fraudreau • Gauthier-Fleuri • P. Gendrot
• Génépi • P. Gillon • J.P. Goude •
H. Gruyaert • M. Haas • J.O. Héron • K. Ima-
mura • A. Julliard • P. Kailhenn • G. Karnay •
Klasen • R. Klein • W. Klein • N. Knight •
L. Lacoste • Lamanda • J.M. Leligny • J.P. Lihou
• C. Mahaux • A. Martin • A. Martinez • Masson
• Millecamps • Milon • Moebius • M. Monestier
• S. Moon • J. Mounicq • C. Nivelet • Olivier •
A. Peche • E. Perrin • P. Pétré • Peyo • Popo-
vitch • M. Quarez • I. Quidet • Rancillac •
M. Riboud • J. Rolandey • A. Rougé • J. Roussel
• Sanders • Savignac • Schlosser • R. Schwarz
• D.J. Sparrow • Stämpfli • T. Sugiyama •
P. Terret • G. Têteau • P. Vann • Vasarely •
Vetikko • L. Wallin • P. Yaconno • Yacovleff •••



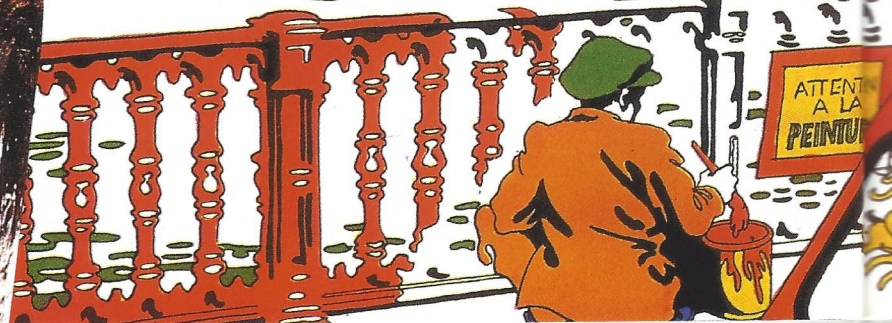
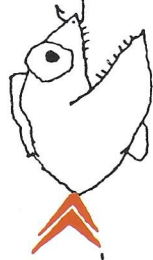
C. Azoulay



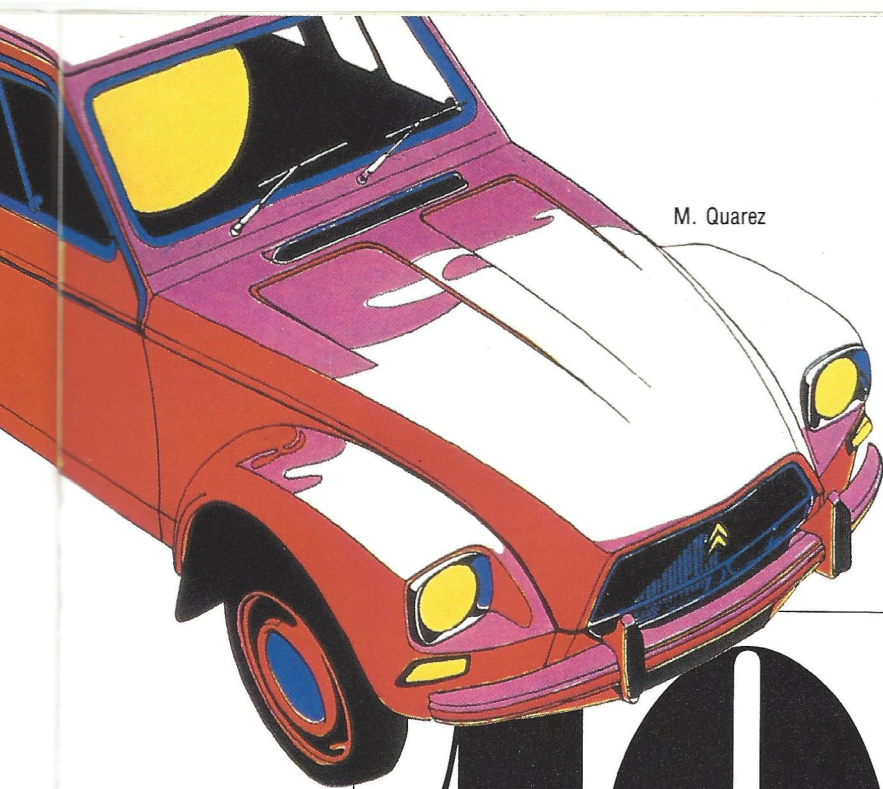
P. Kailhenn



495c/0784ux



HERON

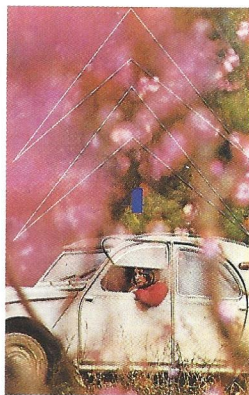


M. Quarez

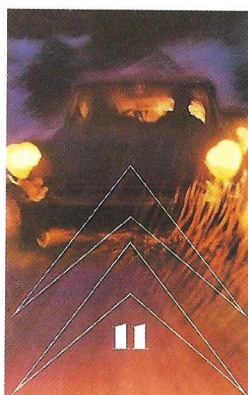


100

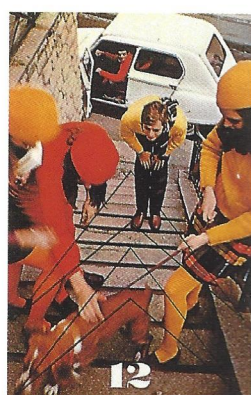
NUMEROS D'EXPRESSION



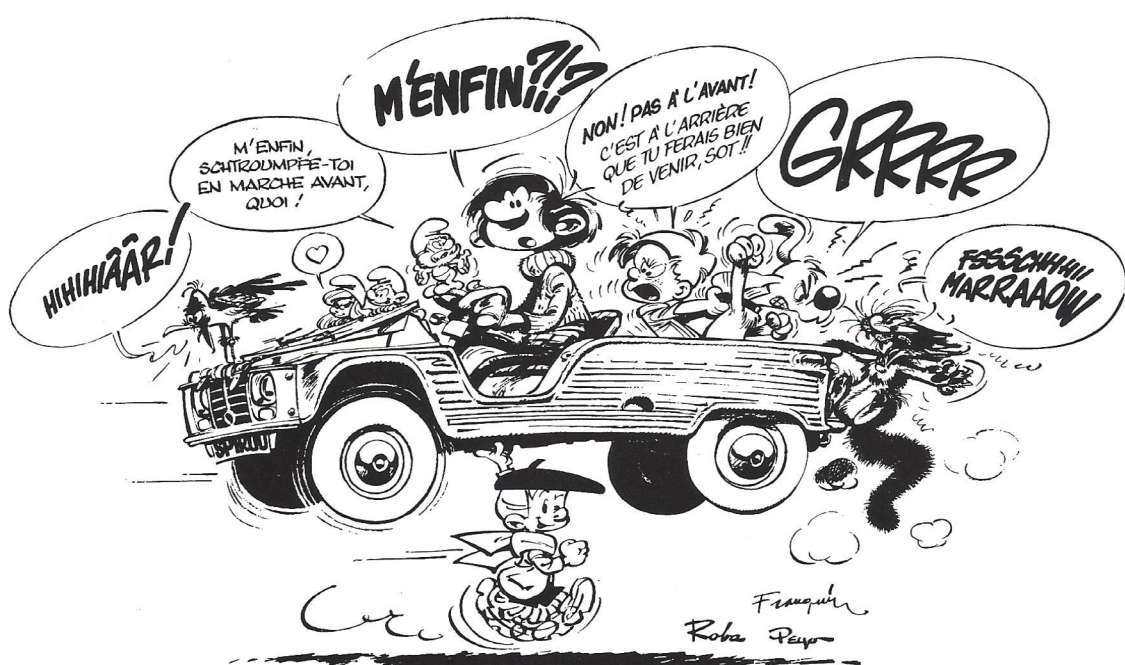
M. Riboud



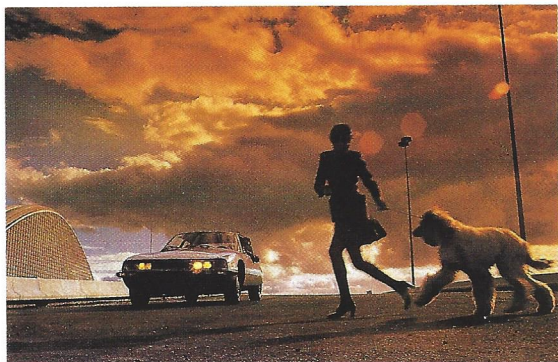
H. Gruyaert



R. de Seynes



100 NUM D'EXPRE



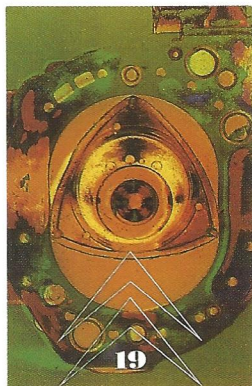
S. Moon



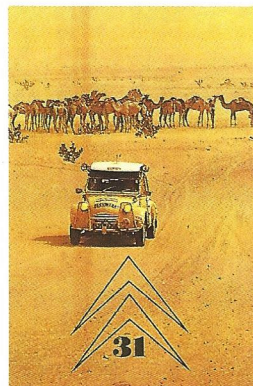
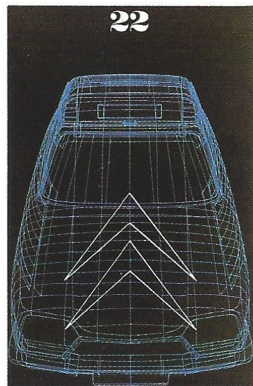


WILDERNESS

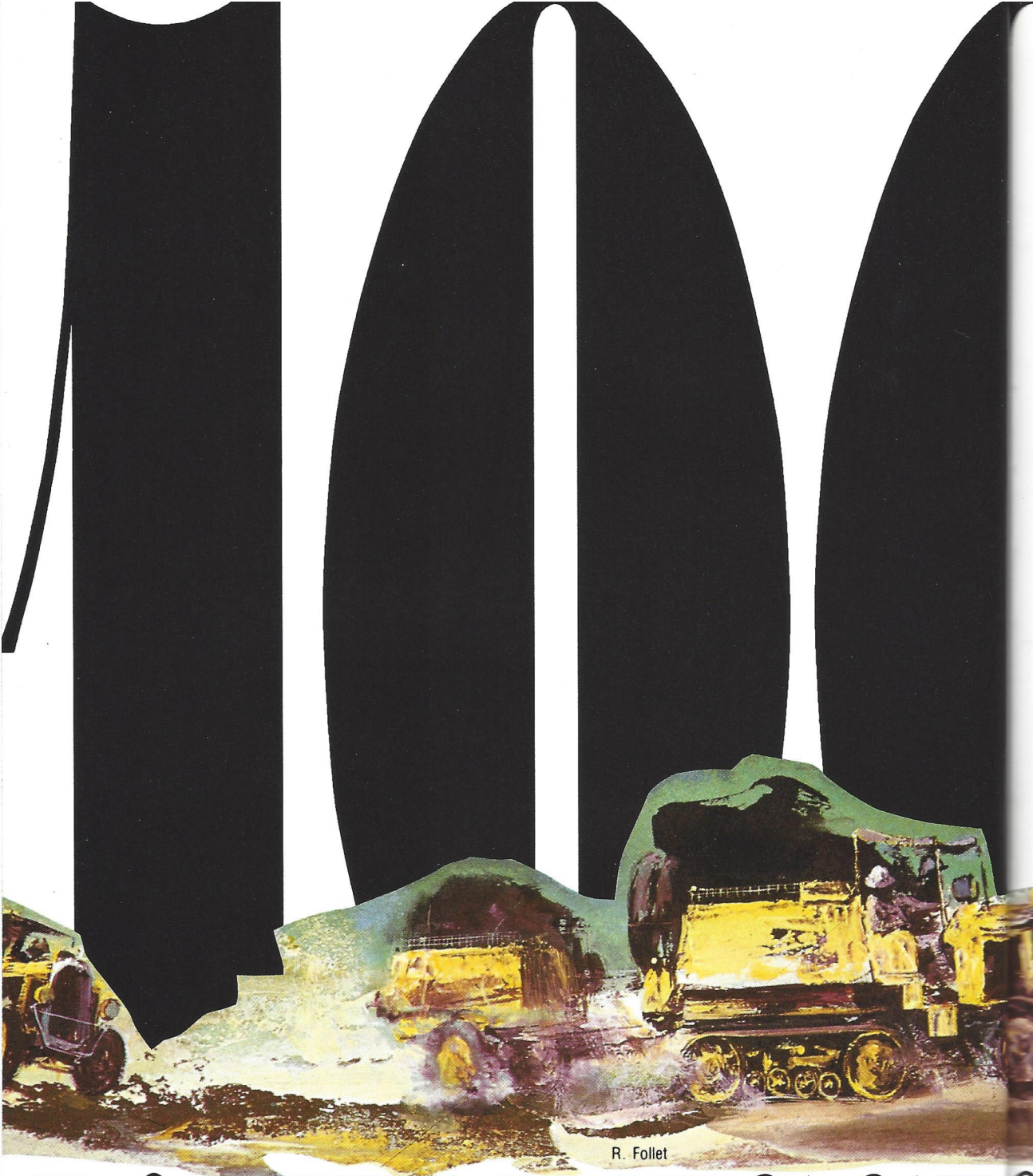
EXPRESSION



C. Mahaux



A. Martinez



R. Follet

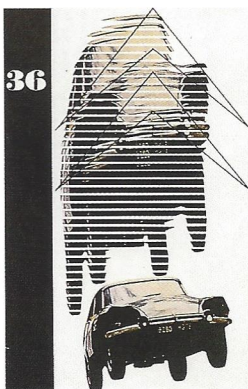
D'ESPRESSO

NUMEROS

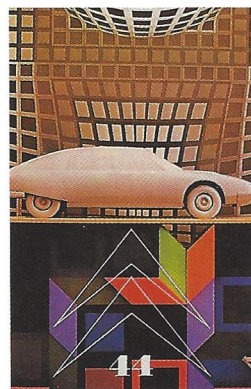


Popovitch

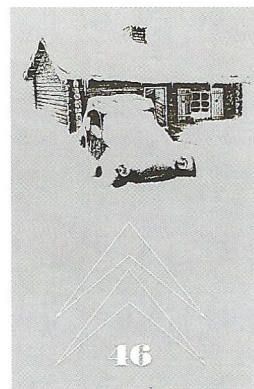
ION



J. de Mailly

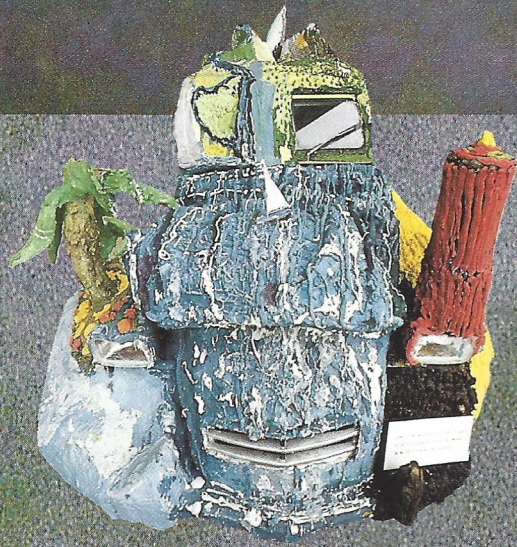
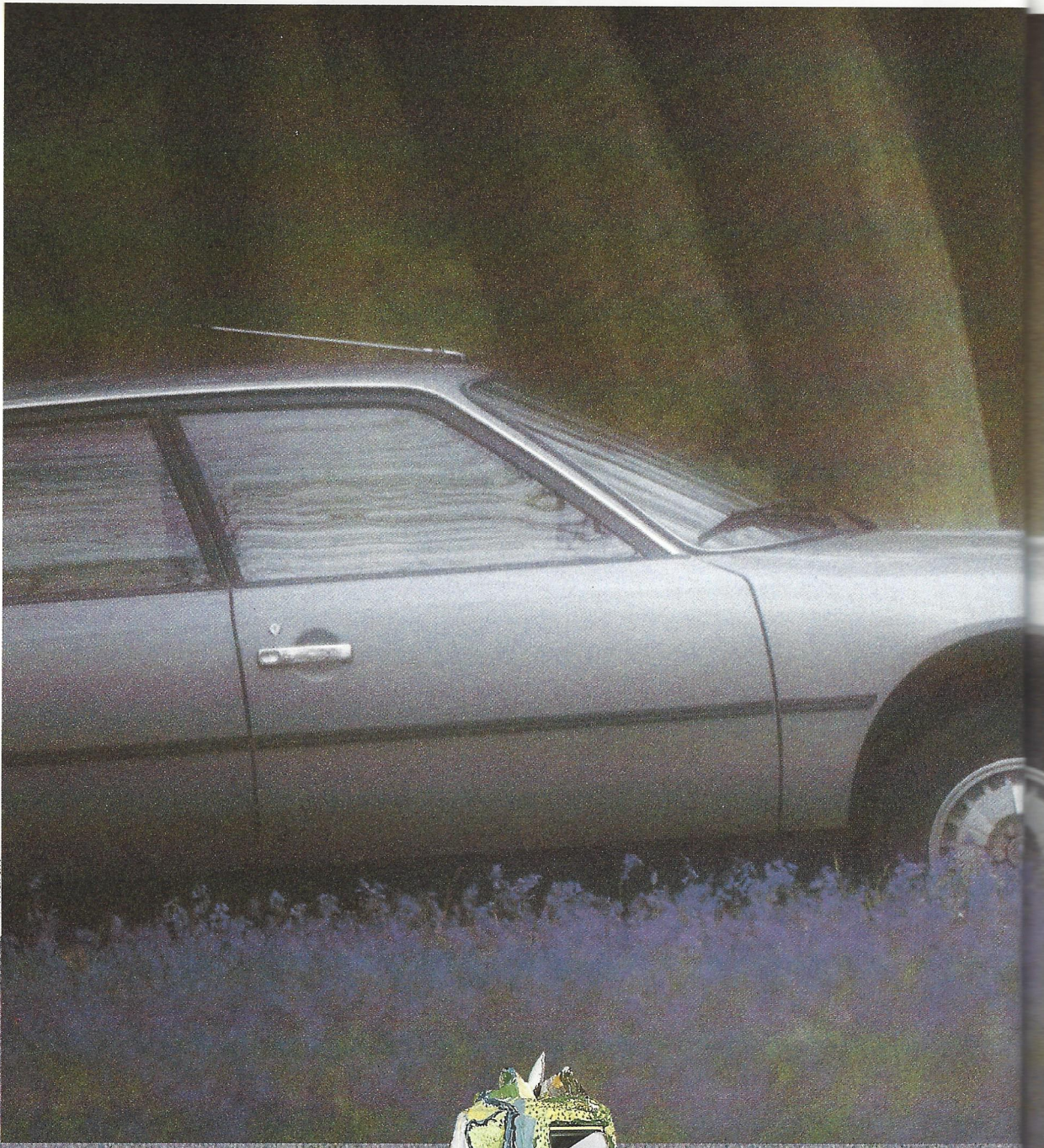


Vasarely



Vetikko

A. Martin

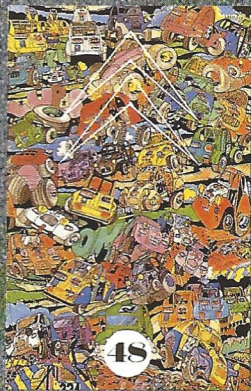


100 NUMEROS

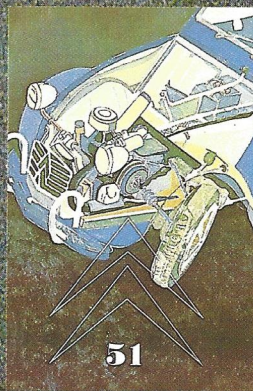


J. Mounica

P. Père



Sanders

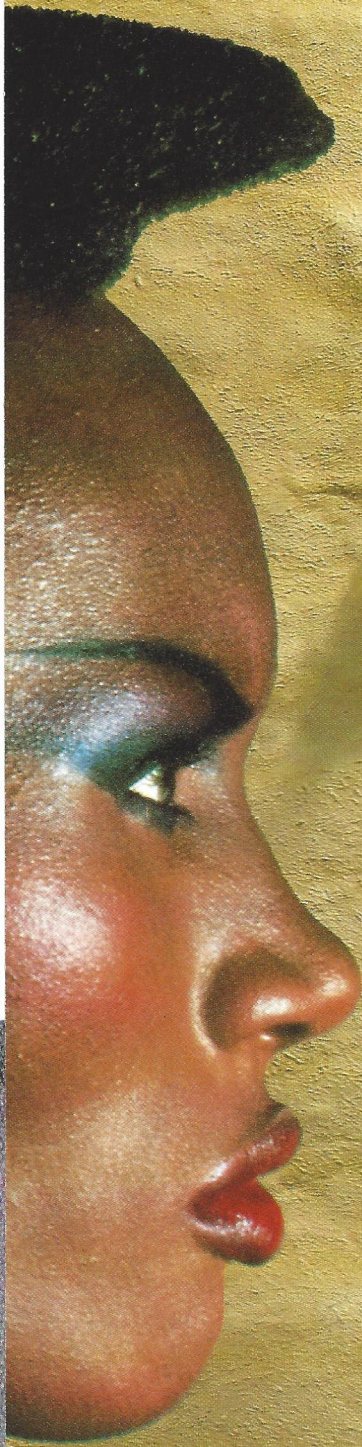


Gauthier-Fleury



D'EXPRESSION

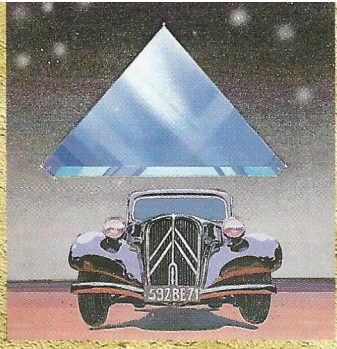
J.P. Goude

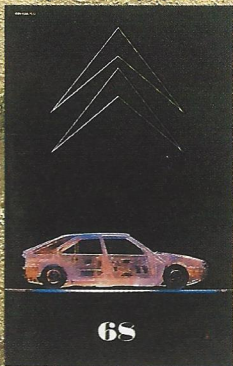


A. François



Moebius

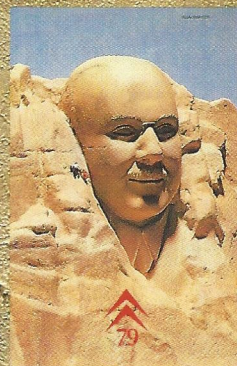




A. Bérenghier

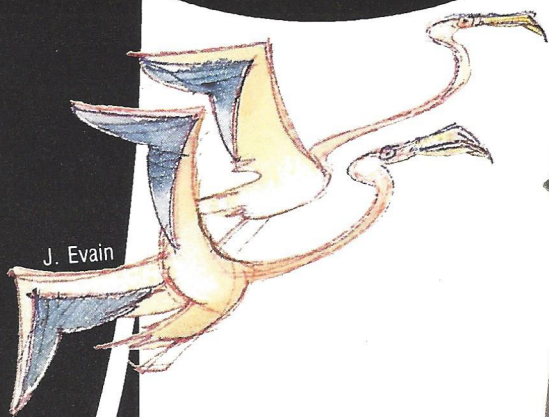


J.F. Archer

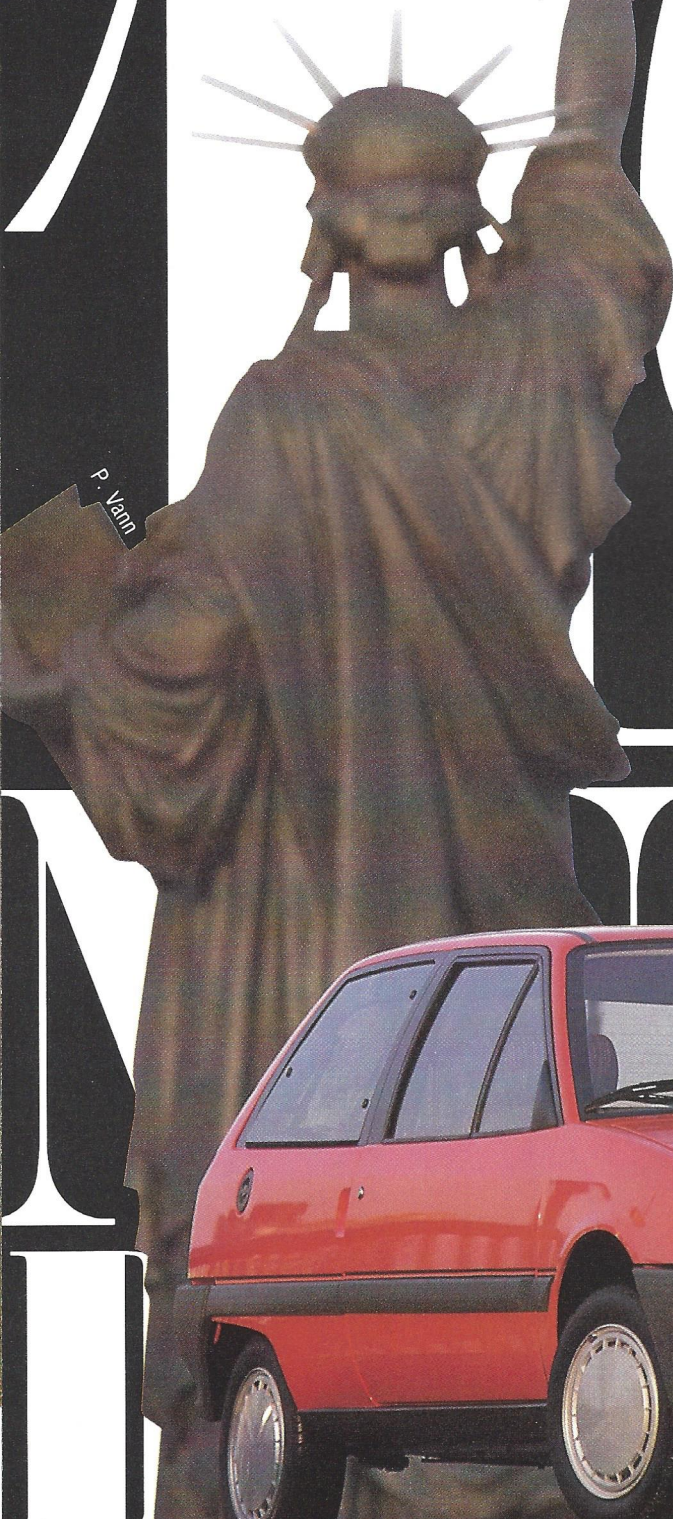


I. Quidet

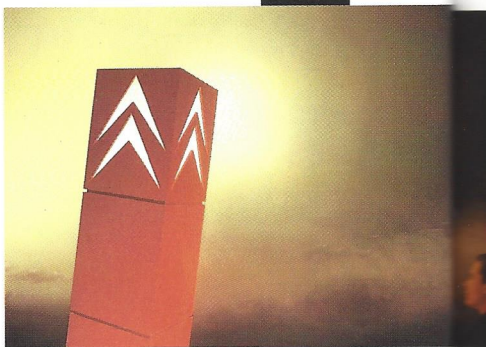
100
NUMEROS
D'EXPRESSION



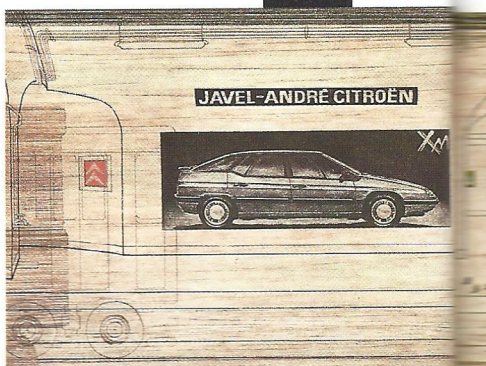
J. Evain



P. Varin



M. Fraudreau

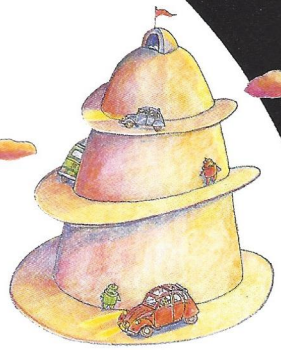


Noguchi

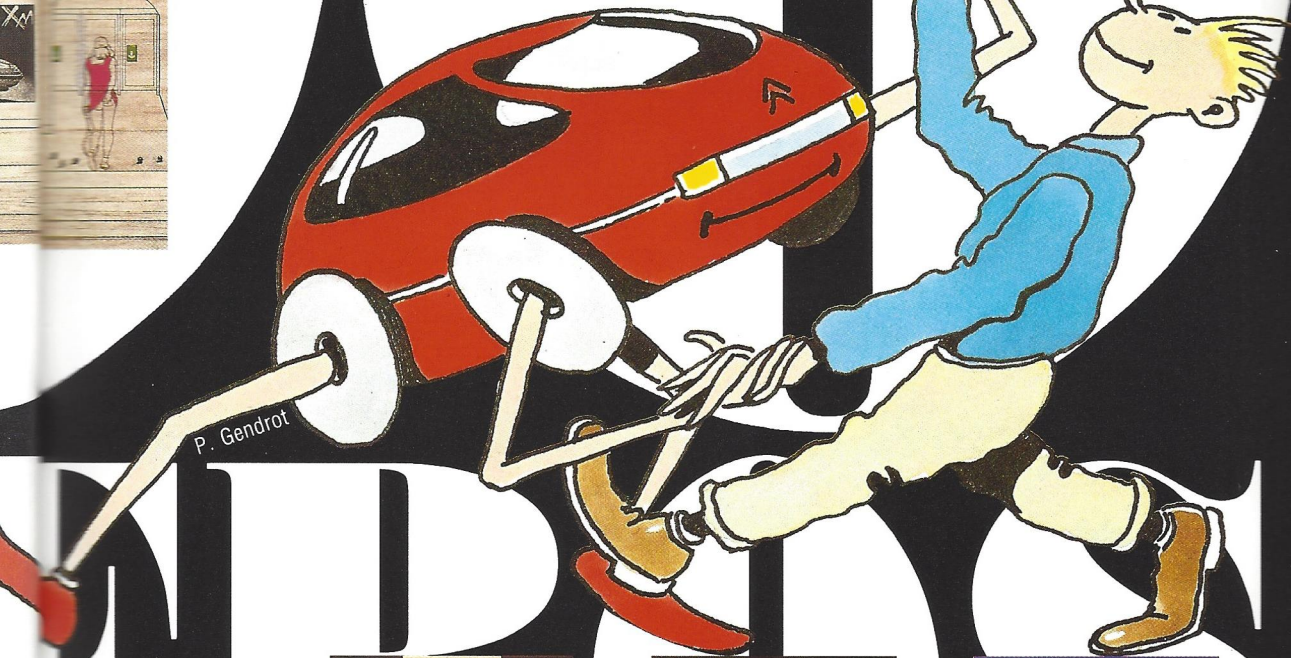




P. Gillon



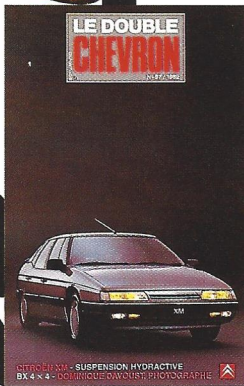
K. Imamura



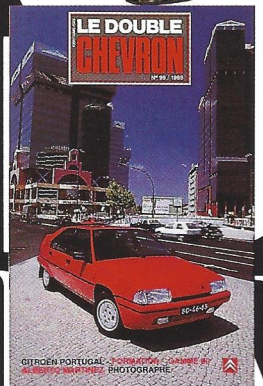
P. Gendrot



Genépi



M. Desmarteau



B. Asset

BACHELIERS ET TECHNICIENS SUPERIEURS

ESTABLISSEMENTS
CITROËN



Un enseignement à la carte et un taux de réussite aux examens inégalé

Créé en 1927, "l'Atelier-École" Citroën, rebaptisé ETPC, fut le premier établissement scolaire à associer étroitement enseignement théorique et pratique. Fidèle à sa vocation d'adaptation à l'évolution de l'industrie automobile, l'ETPC prépare aujourd'hui au Bac F3 et au BTS électrotechnique. Interview de Jean Richard, directeur de l'école.

Tailor-made courses and an unprecedented pass rate

Founded in 1927, Citroën's "workshop school" was the first educational establishment to combine theoretical and practical instruction. Renamed ETPC, it keeps pace of changes in the industrial scene and prepares students to take the school leaving certificate and a technical diploma in electrical engineering. Double Chevron interviewed the school's "headmaster", Jean Richard.



Modèle réduit au 2/5^e d'une station de lavage automatique : ce travail présenté au Bac F3 a nécessité 900 heures de travail.

2/5 scale model of a multi-programme automatic car wash. The team project, which represents 900 hours of work, was presented by the 15 pupils as part of the baccalauréat exam.



Double Chevron : Depuis quelques années, l'École Technique Privée Citroën (ETPC) a choisi de préparer ses élèves au Bac F3 et au BTS en électrotechnique. Pourquoi le choix de ces disciplines et de ces niveaux ?

Jean Richard : Les mutations technologiques ont fait évoluer les métiers et la nature du travail dans l'industrie. Depuis l'arrivée massive des automates et des robots, nous avons progressivement réorienté la scolarité pour former, non plus des ouvriers professionnels, mais des techniciens capables d'assimiler des connaissances de plus en plus théoriques.

Nous avons choisi le Bac F3 électrotechnique car c'est le plus généraliste et le plus polyvalent de ceux que propose la branche des enseignements techniques industriels.

La section BTS est une suite logique au Bac F3 et vient pallier la pénurie de bons techniciens supérieurs.

La vocation première de l'école est de satisfaire aux besoins de l'entreprise. Pour ce faire, nous donnons aux élèves une formation complémentaire à celle que dispense l'Éducation Nationale, notamment dans différentes techniques avancées : automatisme, électronique, informatique et robotique.

DC : Quelles sont les conditions d'entrée à l'ETPC et les critères de sélection ?

JR : Le recrutement des élèves se fait sur concours à la sortie de la classe de troisième parmi des candidats déjà motivés par les techniques industrielles de pointe.

DC : Combien avez-vous de places et combien y a-t-il de candidats ?

JR : Depuis l'année dernière, il y a trente places au concours en fin de troisième et plus de 200 candidats. Au total, l'ETPC a aujourd'hui 156 élèves : 132 jusqu'au bac et 24 en BTS puisque les classes de BTS sont actuellement limitées à 12, compte tenu de la qualité de l'enseignement que nous voulons donner.

DC : L'école est-elle ouverte à tous les candidats, ou les enfants du personnel sont-ils les seuls admis ?

JR : Depuis 1935, l'école est ouverte à tous les candidats et, actuellement, les enfants de collaborateurs du groupe PSA représentent 20 % des effectifs.

DC : Pour quelles raisons un jeune se présente-t-il à l'ETPC ?

JR : Nous sommes perçus par rapport à un emploi futur, à la capacité technologique de Citroën et à nos résultats aux examens. La sécurité de l'emploi domine dans l'esprit du candidat et de sa famille.

DC : Aucun contrat ne lie l'élève et l'entreprise. Quelle est cependant la proportion de ceux qui sont embauchés par Citroën ?

JR : Les élèves qui souhaitent entrer dans la société y sont normalement intégrés, soit en région parisienne, soit en province.

Globalement, 70 % environ des élèves entrent dans la société.

DC : Quels sont les débouchés à la sortie de l'ETPC ?

JR : Au terme de leurs études, les élèves de l'ETPC peuvent entrer dans différents secteurs d'activité tels que bureaux d'études, laboratoires et servi-

ces essais, maintenance, méthodes, production.

DC : Quelle est la composition du corps enseignant de l'ETPC ?

JR : Les enseignants sont en majorité des ingénieurs et techniciens choisis dans l'entreprise pour leur grande connaissance du milieu industriel et leurs qualités pédagogiques. Pour toutes les matières générales, nous employons des vacataires qui enseignent également dans des établissements publics. Les professeurs sont membres de jury d'épreuves nationales, et l'ETPC est un centre d'examen.

Par ailleurs, pendant une partie des vacances scolaires, les enseignants suivent une formation permanente en pédagogie, gestion de l'entreprise, techniques de communication et, bien entendu, dans les techniques industrielles évolutives ou de pointe afin d'actualiser leur enseignement.

DC : Comment est financée l'école ?

JR : L'école fonctionne avec le quota de la taxe d'apprentissage qui lui revient et l'aide fonctionnelle de l'entreprise. La scolarité est gratuite.

DC : Que recouvre la notion d'établissement « sous le contrôle de l'État » ?

JR : Nous sommes sous le contrôle de l'État mais ne sommes pas agréés, c'est-à-dire pas subventionnés donc totalement libres du choix de l'orientation des études. Si demain, il fallait ouvrir une nouvelle section pour les besoins de l'entreprise, nous sommes capables de le faire en quelques mois. Le fait d'être sous le contrôle de l'État nous donne les obligations des établissements de l'Éducation Nationale : respect des programmes, présentation des élèves aux examens avec des relevés de notes standard, niveau des enseignants, locaux.

DC : Le Bac est habituellement préparé en trois ans à partir de la classe de seconde. Il est préparé en quatre ans à l'ETPC.

Double Chevron : For the past few years, Citroën's technical school has been educating its students to take the F3 baccalauréat and the BTS higher technical diploma in electrical engineering. Can you explain the reasons for that choice?

Jean Richard : Technology has changed the face of industry and the types of job skills required. As programmable controllers and robots began to invade the workplace, we gradually refocused our syllabus so that we would no longer be turning out qualified workers but technicians capable of absorbing an increasingly complex body of knowledge. We plumped for electrical engineering because the F3 baccalauréat is more broadbased and covers a wider variety of skills than any other diploma offered under the French industrial education scheme. The BTS diploma is the next logical step up from the F3 and is helping to make up for the shortage of competent senior technicians. The school's primary aim is to meet the demands of industry.

To respond to that challenge, we give our students a training that expands on the standard school curriculum, particularly in advanced technologies such as automation, electronics, computing and robotics.

DC : How do students get into the ETPC and on what grounds do you select them?

JR : Secondary school students who show an interest in advanced industrial technologies sit a competitive exam at the end of their third-form year.

DC : How many places does the ETPC have and how many applications do you receive?

JR : 200 candidates sit the exam and, since last year, we have been able to offer thirty places. All told, the ETPC has 144 pupils : 120 studying for the F3 baccalauréat and 24 for the BTS. We hold numbers in BTS classes down to 12 to maintain the standard of the teaching.

DC : Is the school only open to

the children of PSA staff or can anyone apply?

JR : Since 1935, the school has been open to all comers, and children of PSA employees currently account for just 20 % of the total.

DC : What prompts a youngster to apply to the ETPC?

JR : People judge us in terms of job prospects, Citroën's technological know-how and our exam results. Job security is uppermost in the minds of potential students and their families.

DC : The students are not bound to the company by a contract, but what percentage of them are hired by Citroën when they finish their course?

JR : Students that want to join the company go through the usual channels regardless of whether they live in Paris or elsewhere in France. Overall, some 70 % of our pupils go on to join Citroën.

Formation à la programmation des trajectoires d'un robot didactique.

Training students to programme a master robot.



Pourquoi ce choix d'une quatrième année de scolarité et comment se déroule-t-elle concrètement ?

JR : Notre programme d'étude, plus complet que celui de l'Éducation Nationale, et notre ambition de former de futurs bacheliers techniciens capables de s'adapter aux rapides évolutions technologiques rendent cette quatrième année de préparation nécessaire.

Au cours de la première année, les élèves acquièrent nos méthodes de travail et un niveau homogène. Ils étudient la totalité du programme du CAP et du BEP en deux ans. Nous les présentons systématiquement aux deux examens où ils sont généralement tous

reçus, ce qui est très important psychologiquement.

En raison de notre double appartenance entreprise et établissement scolaire, nous avons mis en place un stage de trois semaines – suivi d'un rapport – en classe de première. Le stage a pour but de sensibiliser l'adolescent aux réalités de l'entreprise et lui permet d'appliquer et de compléter dans un contexte industriel l'enseignement dispensé à l'école.

En terminale, les élèves préparent en groupe un projet qu'ils devront présenter au bac. Chacun doit être capable d'expliquer son travail et celui de l'ensemble de l'équipe. Les bacheliers de la promotion 1989 ont créé un modèle miniature de station de lavage automatique des voitures, avec de réels matériels industriels. Ils ont réalisé l'étude des installations électriques, la construction des circuits et le réglage de l'ensemble.

DC : *Envisagez-vous des évolutions dans le domaine pédagogique ?*

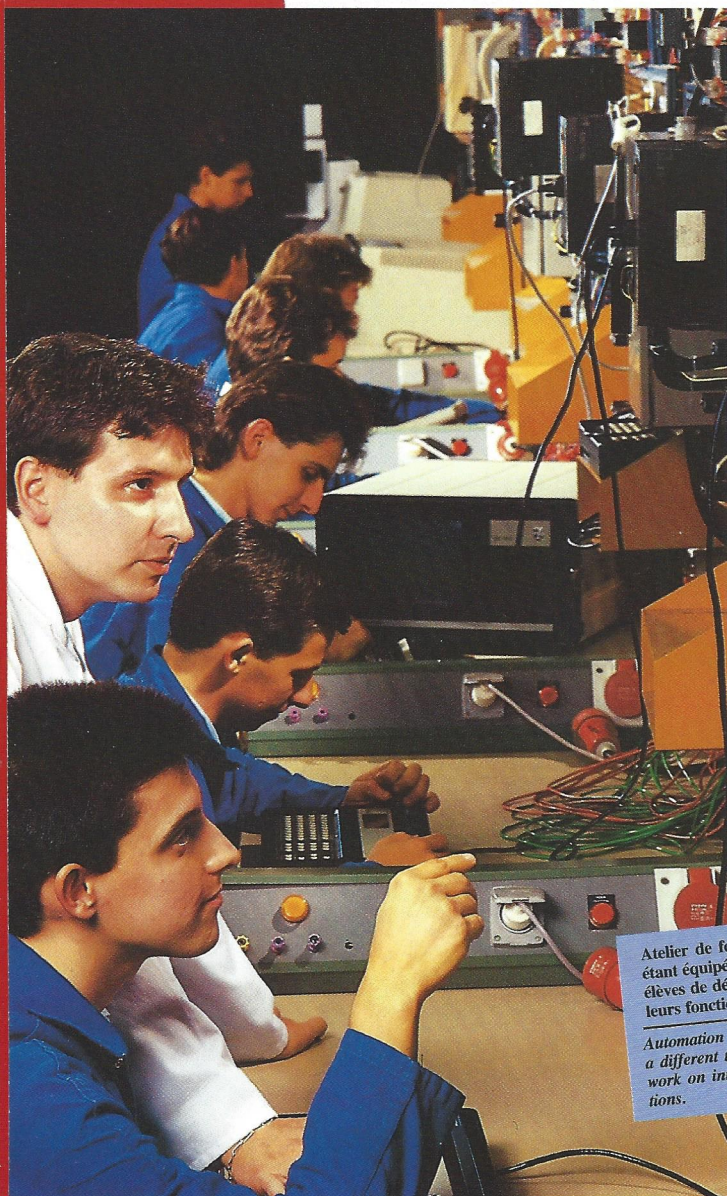
JR : Nous souhaitons nous rapprocher le plus possible des besoins de l'industrie et favoriser dans cette optique la réalisation d'applications industrielles vendables.

DC : *De quel matériel les élèves disposent-ils à l'école ?*

JR : L'ETPC s'est dotée de matériels pédagogiques à la réalisation desquels elle a fait participer les élèves, et aussi d'équipements et de machines tels qu'ils en utiliseront dans les ateliers au cours de leur vie professionnelle.

DC : *A l'époque où vous prépariez au CAP et au BEP, vous aviez des pourcentages de réussite voisins de 100%. Qu'en est-il pour vos deux premières promotions de bacheliers ?*

JR : 91 % des élèves ont été reçus en 1988 et 96 % en 1989.



Atelier de formation à l'automatisme. Chaque poste de travail étant équipé d'un automate différent des autres, il s'agit pour les élèves de développer le dialogue inter-automates et de combiner leurs fonctions.

Automation training workshop. Each workstation is equipped with a different type of programmable controller, enabling students to work on inter-machine dialogue and to combine controller functions.

DC: What are the job opportunities for ETPC leavers?

JR: *When they finish their studies, our students go into a variety of industrial branches such as design offices, laboratories, test centres, maintenance, production management and manufacturing.*

DC: Tell us about the teaching staff.

JR: *Most of our instructors are engineers and technicians chosen from the ranks of the company for their in-depth knowledge of industry and their teaching abilities. For general subjects, we employ part-time teachers who also work in the State system. The instructors sit on national examining boards, and the ETPC is an official examination centre.*

During the school holidays, the teachers follow courses in teaching methodology, company management and communication, as well as in new or advanced industrial techniques so as to keep their skills up to date.

DC: How is the school funded?

JR: *We receive a proportion of the government employment tax for training and further education and we also benefit from the operational assistance of Citroën. Tuition is entirely free.*

DC: What exactly is a "State-controlled" school?

JR: *We are supervised by the State but we do not receive money from the education department and are therefore free to choose our areas of study. If we had to open another department to serve the purposes of the company, we could do so in a matter of months. Being State controlled means that we are obliged to respect the obligations imposed on all schools within the State system in terms of following curricula, entering students for standard exams, hiring suitably qualified teachers, and ensuring that the premises meet the requirements for educational establishments.*

DC: When they reach the fifth form, students in other schools generally study for three years to take the *baccalauréat*, but at the ETPC it takes four. Why have you added an extra year and what exactly does it consist of?

JR: *Our curriculum is more exhaustive than the one offered by the State system, and our ambition is to produce technicians who are capable of adapting rapidly to changing technologies. That is why we need a fourth year. During the first year, the students adopt our working methods and reach a homogenous level. They study the entire curricula of the two lower-level examinations – the BEP and the CAP – in two years instead of the usual four. We put the students in for the BEP and CAP exams and all of them generally receive a pass, which is very important from a psychological viewpoint.*

Because of our dual connection with the State system and the company, we have been able to introduce a three-week training course with a follow-up project for students in their lower sixth-form year. The aim of that course is to make the students aware of the realities of company life and to allow them to apply and expand on their scholastic knowledge in an industrial environment.

In the upper sixth-form year, the students prepare a group project that counts for the exam. Each pupil must be able to explain his own individual contribution and the work of the team as a whole. The 1989 examinees built a scale model of an automatic car wash using genuine industrial equipment. They designed the electrical circuits, the mechanical systems and the control unit.

DC: Are you planning any changes in teaching methodology?

JR: *We want to respond as fully as possible to the real needs of industry, which is why we aim at developing industrial*

applications that can be sold on the open market.

DC: What kind of equipment do the students have at their disposal?

JR: *The ETPC offers a range of teaching materials that we have developed with the help of our students. We are also equipped with the type of machines and systems that they will use in the workshop during the course of their careers.*

DC: You have a virtual 100% pass rate at the BEP and the CAP. What sort of results did you achieve with your first two *baccalauréat* groups?

JR: *91% passed in 1988 and 96% in 1989.*

DC: How many of the students went straight onto the job market and how many chose to continue their studies?

JR: *Of the 27 boys who sat their *baccalauréat* in June 1988, 8 wanted to get jobs immediately for personal reasons, while the other 19 wanted to continue their studies. The ones that we did not select for the BTS intake were obliged to continue their education elsewhere. In fact, the majority of our students want to follow an extended course of study leading up to the BTS diploma.*

DC: Are you considering opening a class to study for the professionally-oriented *baccalauréat*, with which students can apply for a job immediately?

JR: *If we did open such a class, the students would also want to try for the BTS.*

DC: The first BTS group will complete their studies in June 1990. What added extras does the ETPC provide for the training of senior technicians?

JR: *Our students study for the exam in two years, the same as in the State system. The added extras come in the form of a practical training course and the inclusion of basic communication techniques in the curriculum.*

In other schools, training courses generally last one month

DC : Combien d'élèves ont-ils choisi d'entrer dans la vie active et combien de poursuivre leur scolarité ?

JR : Parmi les 27 garçons qui ont eu leur bac en juin 1989, 8 ont voulu travailler immédiatement pour des raisons personnelles, et les 19 autres ont désiré continuer leurs études. Ceux que nous n'avons pas pris à l'école en section BTS ont dû poursuivre leurs études dans d'autres établissements. La majorité des élèves souhaite en effet suivre un cycle long d'études débouchant sur le BTS.

DC : Envisagez-vous d'ouvrir une section bac professionnel débouchant directement sur la vie active ?

JR : Si on ouvrait une section bac professionnel, les élèves voudraient aussi tenter le BTS.

DC : La première promotion de BTS va sortir en juin 1990. Quel « plus » l'ETPC aura-t-elle apporté à ces techniciens supérieurs ?

JR : Nous préparons au BTS en deux ans, comme les établissements de l'Éducation Nationale. On peut parler d'un « plus » au niveau du stage, et aussi, avec l'intégration des techniques de communication de base dans le cursus. Habituellement, le stage ne dure qu'un mois, et il se déroule en première année. Nos élèves effectuent un stage de deux mois en seconde année. Ils ont alors davantage de connaissances.

De plus, nous attachons une énorme importance à tout ce qui est expression orale, participation-animation, etc., car les techniciens, notamment les plus polyvalents, sont de plus en plus amenés à travailler en groupe et à animer des équipes. Pour cette raison, les étudiants présenteront leurs rapports de stages devant un public d'élèves et de professeurs au cours d'une réunion qu'ils devront animer. Dans le cadre de cet exercice, ils seront

vivement encouragés à imaginer des supports de communication tels que plaquettes de présentation du service où ils étaient, ou aussi, sur des thèmes comme la qualité, la sécurité...

DC : Le fait de sortir de l'école est-il un atout dans l'évolution d'un salarié au sein de l'entreprise ?

JR : En ce qui concerne l'évolution des carrières, on retrouve des anciens de l'ETPC à tous les postes, parfois avec de nombreuses responsabili-

tés, et dans la plupart des services de la société.

École Technique Privée
Citroën

50, rue de l'Église
75015 Paris

Tél. : (1) 45.54.52.77

Renseignements et
inscriptions au concours
d'entrée, au secrétariat
de l'école,

du lundi au vendredi,
de 8 h à 12 h
et de 13 h à 16 h.



and take place in the first year of study. At the ETPC, the students do a two-month course during their second year, when they have acquired a broader base of knowledge. Further, we place considerable emphasis on presentation skills and on teamwork and leadership techniques, since technicians – and especially those working in a number of disciplines – are increasingly called upon to work in groups and to lead teams. Our students therefore present their end-of-course reports to an audience composed of fellow student and teachers; the exercise takes the form of a real-life professional

presentation. To make the project more realistic, we encourage them to design communication materials such as brochures describing the department, or publications on topics such as quality or safety.

DC: Does the fact of being a former ETPC student give an employee a career advantage inside the firm?

JR: In terms of career development, former ETPC students hold positions – often involving numerous responsibilities – throughout the company.

École Technique Privée
Citroën (ETPC)
50, rue de l'Église
75015 Paris, France
Tel. : (33-1) 45.54.52.77

Information and application forms for the entrance exam are obtainable from the ETPC secretarial department. Mondays until Fridays from 8:00 AM to 12:00 PM and from 1:00 PM to 4:00 PM.

Gestion de la production, gestion des magasins, dessin assisté par ordinateur... sont les principales matières dispensées en micro-informatique.

Computer instruction is geared primarily towards production and stock management and CAD.



RÉTROSPECTIVE

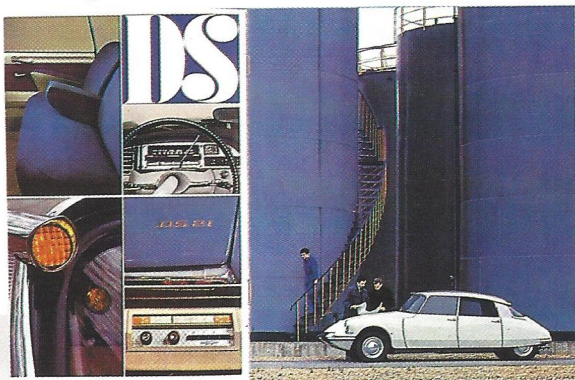


DS 21 1966

Célèbre depuis 1955, la DS, voiture de rêve, sans cesse améliorée, voit sa gamme élargie par la présentation au Salon de 1965 de la nouvelle version : la DS 21. L'adoption sur la DS 21 d'un nouveau moteur, plus puissant, avec vilebrequin à 5 paliers (au lieu de 3 sur les précédentes DS), a entraîné la modification de plusieurs éléments. Transmission entièrement homocinétique, boîte de vitesses synchronisées, amélioration des amortisseurs, du refroidissement et du correcteur de réembrayage... De plus, la DS 21 possède un système de sécurité adaptant automatiquement l'inclinaison des phares à l'assiette de la voiture. Sans oublier le voyant de contrôle d'usure des plaquettes de freins, le carénage avant redressé pour améliorer le refroidissement du moteur, de nouveaux pneus Michelin... La DS 21 est disponible en versions berline et décapotable.

MOTEUR : 4 cylindres à chemises amovibles, alésage 90 mm, course 85,5 mm, cylindrée 2 175 cm³. Puissance fiscale 12 CV. Puissance réelle maxi DIN 100 ch à 5 500 tr/mn; SAE 109 ch à 5 500 tr/mn. Rapport volumétrique 8,75. Couple maxi DIN 16,7 m.kg à 3 000 tr/mn; SAE 17,7 m.kg à 3 000-3 500 tr/mn. Vilebrequin à 5 paliers. Refroidissement par pompe et thermostat. Soupapes en tête en V à 60°. Arbre à cames latéral. Alimentation par carburateur Weber inversé à double corps. **EMBRAYAGE** : A sec (commande hydraulique automatique). **TRANSMISSION** : Traction avant, entièrement homocinétique. Couple conique 8 x 35. **BOITE DE VITESSES** : A servocommande hydraulique, 4 vitesses synchronisées + marche arrière **FREINS** : Servocommande hydraulique, 2 circuits indépendants. Répartiteur automatique de freinage AV-AR selon charge. Disques à l'avant, tambours à l'arrière. **PNEUS** : Michelin XAS. **POIDS** : A vide 1 280 kg. Total en charge 1 760 kg. **DIMENSIONS** : Longueur hors tout 484 cm; largeur hors tout 179 cm; hauteur 147 cm. **PERFORMANCES** : Vitesse maxi 175 km/h. Accélération : km départ arrêté en 36 secondes. **CONSOMMATION** : 11,22 l aux 100 km.

DS 21



From 1955, when the DS was launched, Citroën never ceased to improve its dream car. The range was broadened with the presentation at the 1965 Motor Show a new version, the DS 21. The Citroën DS 21 was fitted out with a new and more powerful engine with a five-bearing crankshaft (compared with three on earlier models), which entailed other changes, including the addition of a fully homokinetic transmission system, a synchromesh gearbox, improvements to the dampers and cooling system, and a new clutch reengagement corrector. The DS 21 was also fitted with a new safety system that automatically corrected the angle of the headlight beams in line with the trim of the vehicle. Other new features included a break pad wear warning light, realigned front fairing to improve engine cooling, new Michelin tyres, etc. The DS 21 was produced in saloon and soft-top versions.

ENGINE: 4 cylinders with removable liners. Bore: 90 mm; Stroke: 85.5 mm; Capacity: 2,175 cm³; French fiscal rating: 12 CV; Effective maximum horsepower DIN: 100 bhp at 5,500 rpm, SAE: 109 bhp at 5,500 rpm; Compression ratio: 8.75; Maximum torque DIN: 16.7 m/kg at 3,000 rpm, SAE: 17.7 m/kg at 3,000-3,500 rpm; 5-bearing crankshaft; Cooled by pump and thermostat; V-position 60° overhead valves; lateral camshaft; Fuel supply: Weber dual-barrel downdraught carburettor. **CLUTCH:** Dry clutch with automatic hydraulic control. **TRANSMISSION:** front-wheel drive; fully homokinetic; pair of mating bevel gears (8 × 35). **GEARBOX:** hydraulic servocontrol; 4 synchromesh gears + reverse. **BRAKES:** Hydraulic servocontrol, 2 independent circuits; front-rear braking distributor acting according to load; discs at front, drums at rear. **TYRES:** Michelin XAS. **WEIGHT:** Unladen: 1,280 kg; fully laden: 1,760 kg; **DIMENSIONS:** Overall length: 484 cm; overall width: 179 cm; height: 147 cm. **PERFORMANCE:** Maximum speed: 175 km/h. Acceleration: 1 km from standing start: 36 secs. **CONSUMPTION:** 25 mpg.



ANNONCES



Jean-Louis Khann
Résidence Saint-Pierre
38500 Voiron
France

recherche
catalogue publicitaire sur la Citroën SM.

Wanted
Advertising brochure for the Citroën SM.

François Lassalle
26, rue Gambetta
93400 Saint-Ouen
France

propose
● un lot de 14 catalogues pièces de rechange et détachées sur tous véhicules Citroën de 1934 (T 45 - T 55) à 1972 (Ami 6). Très bon état. Disponible de suite.

● exemplaires du Double Chevron n^{os} 8, 15, 16, 25 et 46.

recherche
n^o 32 du Double Chevron.

For sale

● 14 spare parts catalogues for all Citroën vehicles from 1934 (T-45 - T-55) to 1972 (Ami 6). Excellent condition. Available immediately. Not for sale separately.

● copies of Double Chevron Nos. 8, 15, 16, 25 and 46.

Wanted

Double Chevron No. 32.

Tomoyuki Suzuki
7-44 Midori-cho
Gyoda City
Saitama 361
Japon

recherche

numéros du Double Chevron antérieurs à 84 et le n^o 86.

Wanted

Copies of Double Chevron prior to No. 84. Also, Double Chevron No. 86.

Marc Briffa

1356, avenue Saint-Baldou
84300 Cavaillon
France

annonce

la création d'une association pour tous les amateurs de GS de série, de compétition ou de version améliorée (à compresseur, bi-moteur, à injection...). Tous les documents sur la GS sont les bienvenus.

Announcement

Creation of a club for GS lovers. All models welcome - production, sports or improved versions (compression, injection, birotor, etc.). Would welcome any documentation on the GS.

René de Boer

Damhertlaan 147
3972 DD Driebergen
Pays-Bas

recherche

● tous documents sur Citroën : dépliants, brochures publicitaires, photos, diapositives, etc. Faire offre.

● brochures sur séries spéciales : 2 CV «Cocorico», «France 3» et AX «Tonic».

Wanted

● All Citroën documentation: brochures, data sheets, photos, slides, etc. Offers welcome.

● Brochures on special series: 2CV, Cocorico, France 3 and AX Tonic.

Serge Vanson

Gendarmerie
11, avenue de-Lattre-de-Tassigny
88600 Bruyères
France

recherche

● toute documentation technique pour restaurer sa Traction 11 BL, n^o de série 612041, première mise en circulation en janvier 1953.

● adresses des dépositaires de pièces neuves pour ce même véhicule.

Wanted

● *Technical documentation to restore my Traction 11 BL (series No. 612041). First registered in January 1953.*

● *Addresses of suppliers of new parts for the vehicle.*

Robert G. McCann
35 Blackhorse Lane
Croydon
CR0 6RT
Angleterre

recherche

manuels d'utilisation et de réparation pour CX Pallas IE 2,4 litres, boîte de vitesses automatique, année modèle 1983, châssis n^o YF7 MAMT000 3MT 9153.

Wanted

User's manuals and repair manuals for 2.4 litre CX Pallas IE, automatic transmission, model-year 1983, chassis No. YF7 MAMTOOO 3MT 9153.

Wolfgang Süßner

Fichtestraße 6
Annaberg a-B. 9300
RDA

recherche

autocollants Citroën de toutes sortes pour compléter sa collection.

Wanted

All types of Citroën stickers for my collection.

Henri Simar

Rue du Collège
BP 172
4800 Verviers
Belgique
Tél. : (19.32.87) 33.51.22

vend

105 catalogues ou manuels Citroën (liste disponible) ou échange contre documents sur GS, DS cabriolet, 2 CV James Bond 007 et auto à pédales Citroën. Réponse assurée à toutes lettres.

For sale

105 Citroën catalogues and manuals (list on request) or exchange for documentation on the GS, DS cabriolet, 2CV James Bond 007 and Citroën pedal car. All letters will be answered.

Joel Owens

P.O. Box H
Escondido
CA 92025
USA

recherche

pour compléter sa collection, numéros du Double Chevron antérieurs à 86.

Wanted

Issues of Double Chevron prior to No. 86.

Udo Friedrich

Am Rotenberg
9612 Meerane
RDA

recherche

- documentation sur véhicules utilitaires et anciens de marque Citroën,
- autocollants pour compléter sa collection.

Wanted

- Documentation on Citroën goods vehicles and vintage cars, etc.
- All types of Citroën stickers for my collection.

David Halse-Rogers

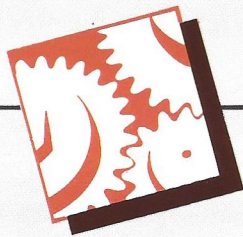
Taunton
238 Adgecliff Road
Woollahara NSW 2025
Australie

recherche

- numéros du Double Chevron antérieurs à 86,
- brochure «Évolution technique de la 2 CV».

Wanted

- Issues of Double Chevron prior to No. 86.
- Brochure: "L'Évolution Technique de la 2CV".

**Philippe Peyratout**

34, rue Pigalle
75009 Paris
France
Tél. : (1) 48.78.10.85

achète

portes AV et AR 2 CV modèle 1966 à 1975 (sans nervure intérieure). Pièces neuves exclusivement.

Wanted

Front and rear doors for 2CV from 1966 to 1975 (with no moulding). New parts only.

François Chaubron

34, rue Cavendish
75019 Paris
France

vend

2 repose-tête et un accoudoir central en cuir havane pour DS 23 Pallas de 1974. État neuf. Prix 2 000 F.

For sale

Two headrests and central arm rests in Havana leather for 1974 DS 23 Pallas. As new. Price: FF 2,000.

Christophe Etterlé

14, rue de Caen
14440 Cresserons
France
Tél. : 31.37.39.65.

vend

kit électrique complet pour 2 CV 1950/1960 : 2 phares, klaxon, clignotants, feux arrière, contact et comodo. Prix 300 F + frais de port.

For sale

Complete electrical fittings for 1950/1960 2CV: 2 headlights, horn, indicators, tail lights, starter and combination stalk. Price: FF 300 plus postage and packing.

Jean Ratié

52, rue Pasteur
77250 Veneux-les-Sablons
France

recherche

baguette enjoliveur d'aile arrière droite pour DS 21 de 1969.

Wanted

Trim moulding for rear right wing of a 1969 DS 21.

