28

le DOUBLE CHEVRON

Bulletin trimestriel d'information édité par les Relations Publiques de la Société Citroën. Textes et photos reproductibles librement.

Quarterly information bulletin produced by the Citroën Public Relations Department. Texts and photographs are copyright free.

sommaire :

	Page
Éditorial	3
Le tour du monde en 2 CV	4
Rallye	5
— o° de conduite	6
Chiffres de production	6
Photothèque : la SM	8
La filmothèque Citroën	10
Édition spéciale	11
Échos	31
Les SM de l'Élysée	37
Chez l'antiquaire : la Traction	38

contents :

	Page
Editorial	*3*
2 CV round-the- world prize	*4*
Rallies	*5*
Presse on ice	*6*
Production figures	*6*
Photo library : SM	*8*
Citroën film library	*10*
Special Edition	*11*
Snippets	*31*
SM convertible for the President	*37*
The Antiquary's Corner : The 7 A front-wheel drive	*38*

Rédaction, administration : Société Citroën, Service Relations publiques, 133 quai André Citroën, 75-747 Paris Cedex 15 Téléphone 578.61.61, (60 lignes groupées) poste 3300. Télex n° 27817 Paris.

Photo de couverture : A force de planer, souveraine, sur les routes, voici qu'elle a fini par décoller : chaque semaine des Citroën SM s'envolent ainsi vers les marchés étrangers, notamment vers les USA où non seulement la SM a obtenu, événement rare, les honneurs de 7 pages dans le magazine "Play-boy" (5 500 000 exemplaires), mais encore où elle a été désignée comme "voiture de l'année" par un jury de spécialistes réuni par l'une des plus importantes revues automobiles du monde, "Motor trend" (tous les détails en page 32).

Cover photograph : After taxying in a queenly manner on the road, here it is at last taking off : every week, Citroën SMs thus wing their way to foreign markets, in particular towards the USA where the model has not merely (an event of considerable rareness !) earned a 7-page story in "Play-boy" Magazine (circulation 5,500,000.), but also the title of car of the year, awarded by a jury of experts brought together by one of the most influential automobile periodicals in the world, "Motor Trend" (see page 32 for full details).

Photo André Martin (Citroën n° 17. 63).

A la suite de modifications apportées par l'administration française des Postes à l'organisation des centraux téléphoniques parisiens l'ancien numéro d'appel de Citroën 828.70.00 est remplacé à partir du 13 mai 1972 par :

578.61.61

As a result of changes made by the French Post Office in the organization of Paris telephone exchanges, Citroën's old telephone number : 828.70.00 is now changed to that shown above.

éditorial

Notre photo de couverture est un symbole, celui de l'expansion que connaissent depuis quelques années les exportations Citroën. Les chiffres mettent en évidence une progression spectaculaire à partir de 1968, année-départ : 153 000 véhicules furent exportés (soit 33,6 % de la production) contre 130 000 en 1967. En 1969 le chiffre export passe à 196 000 (37 % de la production), 285 000 en 1970 (52 % de la production), 329 000 en 1971 (soit une augmentation de plus de 15 % par rapport à l'année précédente). La stratégie fut d'attaquer d'abord les pays du Marché Commun, conséquence logique de la conception Citroën d'une économie européenne globale. En cinq ans, les ventes sont passées en Italie de 2 500 à 50 000 véhicules par an, en Allemagne et en Hollande de 10 000 à 40 000. L'effort se poursuivit ensuite vers la "grande exportation" c'est-à-dire les pays hors de l'Europe Occidentale. C'est notamment dans ce cadre que s'inscrit l'important accord de coopération qui a été passé le 15 mars entre Citroën et deux entreprises yougoslaves (voir page 32). Cette expansion a débuté par une restructuration du Groupe Citroën. Nous y avons consacré notre Édition Spéciale. Le lecteur y trouvera (page 11) à la fois l'historique de son développement et sa physionomie actuelle.

Our cover picture is a symbol : that of the growth of Citroën exports over the last few years. Figures show a spectacular rise since 1968, taken as starting point : that year, 153,000 vehicles were exported (i.e. 33.6% of production) against 130,000 in 1967. In 1969, the export figure rose to 196,000 (37% of production), then to 285,000 in 1970 (52% of production) and to 329,000 in 1971 (i.e. an increase of more than 15% over the previous year). The strategy was to attack Common Market countries first - a logical consequence of the Citroën concept of a global European economy. In five years, sales in Italy have risen from 2,500 to 50,000 vehicles a year, and in Germany and Holland from 10,000 to 40,000. The effort was then brought to bear on "long-range" exports - those to countries outside Western Europe. In this sphere, among other events, lies the important cooperation agreement concluded on March 15th between Citroën and two Jugoslav firms (see page 32). This expansion started with a re-structuring of the Citroën Group. This is dealt with in our Special Edition. There (page 11) the reader will find both the historical background of its development and its present-day profile.

Prix Citroën du Tour du Monde 1971 : 110.000 km autour de la Terre en 2 CV.

Un Marseillais de 28 ans, Christian Gallissian, s'est vu décerner le prix Citroën du Tour du Monde 1971 pour le périple de 110 000 km qu'il a bouclé en camionnette 2 CV autour de la terre.

Attribué pour la première fois en 1957 au Lyonnais Jacques Cornet, pour son voyage de Paris à Tokyo en 2 CV, ce prix de 10 000 F récompense chaque année le voyage en 2 CV, Dyane, Méhari, fourgonnette 2 CV, jugé le plus intéressant.

Christian Gallissian est parti de Castelnaudary en octobre 1969 à bord d'une fourgonnette AZU de 1960 qu'il avait achetée 300 F. Elle totalisait déjà 250 000 km. Après avoir procédé à peu de frais aux révisions indispensables, il se lançait avec elle dans son grand voyage. Objectif : le tour du monde.

A son retour en France, en octobre 1971, Christian Gallissian avait réussi. Pour subsister durant son périple à travers 56 pays, Christian, qui n'emportait que 500 F pour viatique, a exercé toutes sortes de métiers : guide pour touristes américains en Afrique, conférencier dans les universités et à l'Alliance Française, organisateur d'un stand de jeux à l'exposition d'Osaka, etc... Il participa à de nombreuses émissions radiophoniques ou télévisées et écrivit des articles dans la presse de tous les pays qu'il traversait. Il met actuellement la dernière main au récit de ses pérégrinations.

Parti avec deux amis, Christian, qui est représentant médical, dut cependant effectuer l'essentiel de son voyage seul : l'un d'eux trouva un emploi de maître d'hôtel à Abidjan et l'autre s'est marié peu après.

C'est la seconde fois que le prix Citroën récompense un tour du monde complet en 2 CV; le premier avait été bouclé en 1959 par Jacques Séguéla et Jean-Claude Baudot (dont on n'a peut-être pas oublié le récit, paru chez Flammarion, "La Terre en Rond"). Ce sera aussi la dernière, car Citroën a décidé d'affecter désormais le budget de ce prix aux raids qu'il organise depuis deux ans, avec Total, pour un nombre beaucoup plus important de jeunes avides de voyages et d'aventures.

Photo Gallissian (Citroën 8.153)

A 28-year-old man from Marseille, Christian Gallissian, was awarded the 1971 Citroën Round-the-World prize for the 70,000-mile trip during which he girt the Earth in a 2 CV light van.

Awarded for the first time to Jacques Cornet, of Lyons, in 1957, for his Paris-Tokyo ride in a 2 CV, this 10,000-Franc prize each year rewards the long-range journey (in a 2 CV, Dyane, Mehari or 2 CV light van) deemed most deserving.

Christian Gallissian left Castelnaudary in October 1969 aboard a 1960 AZU light van he had bought for 300 F. It had already covered some 155,000 miles. After making the indispensable repairs at very little cost, off he launched on his long trip. Goal : round the world.

When he came home to France in 1971, Christian Gallissian had made it. In order to survive on his journey through 56 countries, Christian, who had only taken 500 F with him, plied a great assortment of trades : he guided American tourists in Africa, lectured to University students and those of the Alliance Française, organized a games

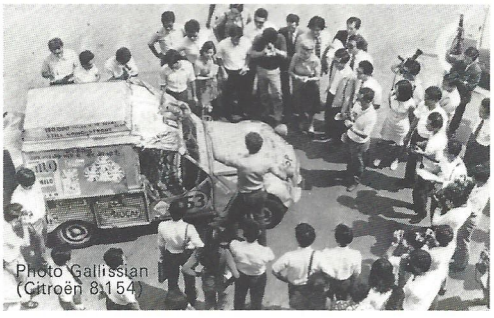


Photo Gallissian (Citroën 8.154)

stand at the Osaka Fair, and so on. He took part in numerous radio and TV broadcasts, and wrote articles for the papers of all the countries he went through. As we go to press, he is busy putting the finishing touches to the tale of his wanderings.

Although he left with two friends, Christian, who is a pharmaceutical detailer by profession, had to make the better part of his trip alone : one friend found a job as head waiter at Abidjan, while the other got married soon after.

This was the second time the Citroën prize rewarded a complete round-the-world trip in a 2 CV : the first had been achived by Jacques Séguéla and Jean-Claude Baudot. It will also be the last, for Citroën has decided to appropriate this prize's budget to the long-range rallies which have for two years past been organized, with Total, for a very much larger number of young people thirsting for travel and adventure.

23e TOUR DU PORTUGAL

Photo Avila
(Citroën 7.334)

1er FRANCISCO ROMAOZINHO DS 21

Disputé du 2 au 5 mars sur 2600 km de routes extrêmement sélectives, le Tour du Portugal 1972 comportait quatre étapes, toutes disputées de nuit, de Lisbonne à Lisbonne par Lagos, Coimbra et Braga. 48 concurrents étaient au départ, 16 seulement ont pu passer la ligne d'arrivée. Parmi eux, le portugais Francisco Romaozinho au volant d'une DS 21 à injection électronique de série (groupe 1), terminait 1er au classement général et remportait ainsi le 23e Tour du Portugal.

A l'issue de la première étape, la Datsun 240 Z de Carlos de Oliveira était 1re à 19 secondes de Romaozinho. Mais dès la seconde étape, Romaozinho prenait la tête du classement général (plus d'1 minute devant la Datsun). Il ne devait plus lâcher cette place, effectuant une course remarquable de brio en même temps que de régularité, augmentant sans cesse son avance.

A l'arrivée à Lisbonne, sa DS 21 de groupe 1 avait pris 3 mn 25 sec. à la Porsche 911 S (groupe 3) de Borges (2e), 4 mn 25 sec à la Datsun 240 Z d'Oliveira, 9 mn à la Porsche 911 S de Nunes.

La seconde DS 21 à injection électronique engagée (groupe 1), celle de Botelho, terminait 7e au classement général. Citroën était la seule marque à enregistrer 100 % d'arrivées par rapport aux effectifs présentés au départ.

Le jeune pilote Francisco Romaozinho (qui est aussi l'attaché de Relations Publiques de Citroën à Lisbonne) avait déjà remporté en 1969 le Tour du Portugal, dans des circonstances un peu particulières : les conditions de route étaient tellement difficiles qu'il termina et gagna... tout seul!

Romaozinho a participé avec sa DS 21 (groupe 1) au dernier Rallye Monte Carlo, où il était parvenu à se classer 19e.

Fought out between 2 and 5 March over 1,600 miles of highly selective roads, the 1972 Tour of Portugal included four stretches, all run at night, from Lisbon to Lisbon via Lagos, Coimbra and Braga. There were 48 starters, but only 16 were in at the finish. Among them Francisco Romaozinho, Portugese driver of standard a production electronic-injection DS 21 (group 1), came in first in the general classification, thus winning the 23rd Tour of Portugal.

At the end of the first stretch, Carlos de Oliveira's Datsun 240 Z was in first place, 19 seconds ahead of Romaozinho. But, as early as the second stretch, Romaozhino took the lead in the general classification (more than minute ahead of the Datsun). He was to hang on to this place, running a race as brilliant as it was regular, and constantly increasing his lead.

On reaching the finish at Lisbon, his Group 1 DS had a 3'25'' lead over Borges's Porsche 911 S (group 3), (2nd) 4'25'' over Oliveira's Datsun, and 9 minutes over another Porsche 911 S, that of Nunes.

The second electronic-injection DS 21 entered (group 1), that of Botelho, came in 7th in the general classification. Citroën was the only make to have 100 % of its starters in at the finish.

Francisco Romaozinho, a young rally driver who is also Public Relations Officer for Citroën in Lisbon, had already won the 1969 Tour of Portugal under rather special circumstances : the road conditions were so appalling that he finished - and won - all by himself!

Romaozinho took part, in his DS 21 (group 1) in the latest Monte Carlo Rally, where he managed to come in 19th (it must be remembered that the trial was particularly unforgiving this year). He is a fast, cunning driver, always remaining cool and calm.

Photo Peyrinet
(Citroën 7.333)

0° de CONDUITE

Citroën fut la vedette de la 3e Ronde Hivernale de Chamonix. Du 5 au 15 Février, SM, DS, et GS, virevoltant avec maestria sur la glace et la neige, mirent la station savoyarde à l'heure du double chevron.

IL DEJANTE ET CONTINUE !

Ce fut d'abord le suédois Björn Waldegaard qui ouvrit le feu. Le célèbre pilote, deux fois vainqueur dans le rallye Monte Carlo, connaît certes bien la conduite hivernale, mais il ne connaissait absolument pas la DS lorsque Marlène Cotton lui confia un prototype DS à moteur SM. Il déchaîna l'enthousiasme de 10 000 spectateurs lorsque, parti parmi les derniers et après qu'il eut, à chaque tour du circuit sur glace, dépassé l'un après l'autre les voitures qui précédaient la sienne, il se trouva en 2e position derrière l'Alpine d'Andruet qu'il menaçait. Les efforts fantastiques qu'il imposait à sa voiture étaient tels qu'il déjanta ! En pleine vitesse, on vit le pneu quitter sa jante et voler en l'air. Marlène Cotton se précipita sur la piste et fit signe au pilote scandinave de mettre la voiture en position haute et de continuer. Sur les tribunes, les spectateurs hurlaient, en plein délire. Waldegaard accomplit ainsi sur trois roues et une jante plus de deux tours du circuit et termina en seconde position.

A ARMES EGALES

Ce fut ensuite au tour des GS d'entrer en piste. Douze d'entre elles avaient été mises par Citroën et Total à la disposition de pilotes de formule 1 et 2, qui devaient s'affronter sur la glace "à armes égales" puisque toutes les voitures étaient rigoureusement semblables. Ils s'en donnèrent à cœur joie, et le public aussi. Ce fut un véritable festival de virtuosité dans la bonne humeur, Henri Pescarolo, Derek Bell, Jean-Pierre Beltoise, Peter Westburry, Mike Buttler, Jean-Pierre Jaussaud, Guy Ligier, Bob Wolleck, etc., luttant coude à coude, ou plutôt aile à aile et porte à porte. On vérifia à cette occasion que la réputation de la stupéfiante tenue de route de la GS n'était pas usurpée. Ceux des pilotes, qui ne la connaissaient pas auparavant s'en convaincurent très vite et en firent des éloges sans réserve.

LA PRESSE SUR LA GLACE

Après la Ronde Hivernale, l'Office de Tourisme de Chamonix, Total, Michelin et Citroën avaient invité quelques journalistes spécialisés de Paris et de province à essayer leur talent sur la glace au volant des mêmes GS. Malgré le redoux et le vent chaud qui sévirent quelques jours sur le circuit de glace déjà mis à rude épreuve par la compétition qui avait précédé, plusieurs groupes de journalistes eurent ainsi l'occasion de vérifier comment une Citroën se comportait sur un sol glissant, en même temps qu'ils purent approfondir leur technique de pilotage hivernal, en compagnie d'experts tels que Guy Verrier ou Bob Wolleck. Quelques jours auparavant, une expérience semblable avait été aménagée par Citroën - Suisse à l'intention des journalistes helvétiques, et avait connu le même succès.

PRODUCTION CITROEN

3 mois 3 months	1971	1972
Voitures particulières Private cars	141 796	183 467
Production totale	163 014	206 961
Exportation	62 405	98 698
Berliet	6 563	6 437
CITROEN + BERLIET	169 577	213 398

Citroën starred in the 3rd Chamonix "Ronde Hivernale" rally. Between 5 and 15 February, SM, DS and GS, dodging in a masterly manner over ice and snow, set the Savoy winter resort's clocks to Double Chevron time.

Tyre away - but on he goes!

First to start the fireworks was Swede Björn Waldegaard The well-known driver, twice winner of the Monte-Carlo Rally, certainly knows winter driving inside out, but he didn't know the DS from Adam when Marlene Cotton entrusted him with an SM-engined DS prototype. He drew the applause of 10,000 spectators when, starting among the last but having overtaken, lap by lap on the ice circuit, car after car that had preceeded him, he found himself in 2nd place behind Andruet's Alpine, whose mastery he was threatening. The amazing stress to which he submitted his car was such that he lost a tyre! At full speed, it left its wheel and hurtled into the air. Marlene Cotton rushed to the track and frantically waved the Scandinavian to put the car into high attitude, and to drive on. Raving spectators in the grandstands were shouting themselves hoarse. Waldegaard thus finished another two good laps, on three wheels and a rim, to come in second.

All on the same footing.

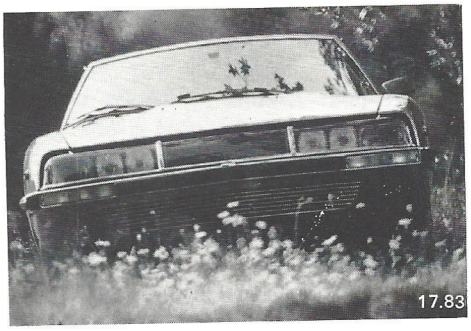
Then came the turn of the GSs to enter the fray. Twelve of them had been placed by Citroën and Total at the disposal of formula 1 and 2 drivers who were to vie with one another on ice "on the same footing", since all the cars were strictly alike. They certainly had a party, and so did the public. It was a festival of virtuosity with a smile : Henri Pescarolo, Derek Bell, Jean-Pierre Beltoise, Peter Westbury, Mike Buttler, Jean-Pierre Jussaud, Guy Ligier, Bob Wolleck and others of that ilk ran neck and neck, or rather wing to wing and door to door. This event demonstrated the fact that the GS's reputation for amazing road-holding is in no wise usurped. Those of the drivers who were unfamiliar with the car were very soon convinced, and praised it unstintingly.

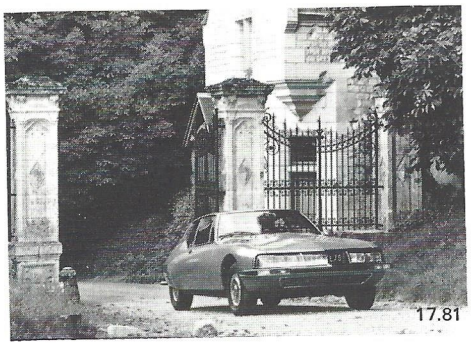
After the "Ronde Hivernale", the Chamonix Tourist Bureau, Total and Citroën had invited a few motoring journalists from Paris and the Provinces to try their skill on ice at the wheel of the same GSs. Despite the thaw and the warm wind which for a few days played havoc with the already hardly treated track, several groups of journalists were thus able to check for themselves how a Citroën behaves on slippery ground, while at the same time perfecting their winter driving technique in the company of experts such as Guy Verrier or Bob Wolleck. A few days earlier, a similar event had been organized by Citroën-Switzerland for the Swiss press, and had met with the same big success.

Photo Peyrinet (Citroën 7.332)

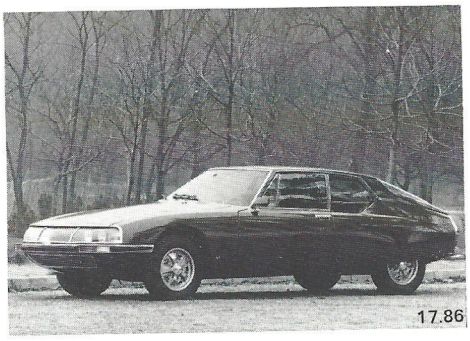
PHOTOTHÈQUE SM

17.85

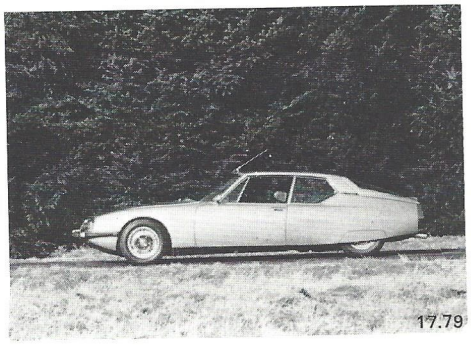

17.83


17.81

17.82


17.86

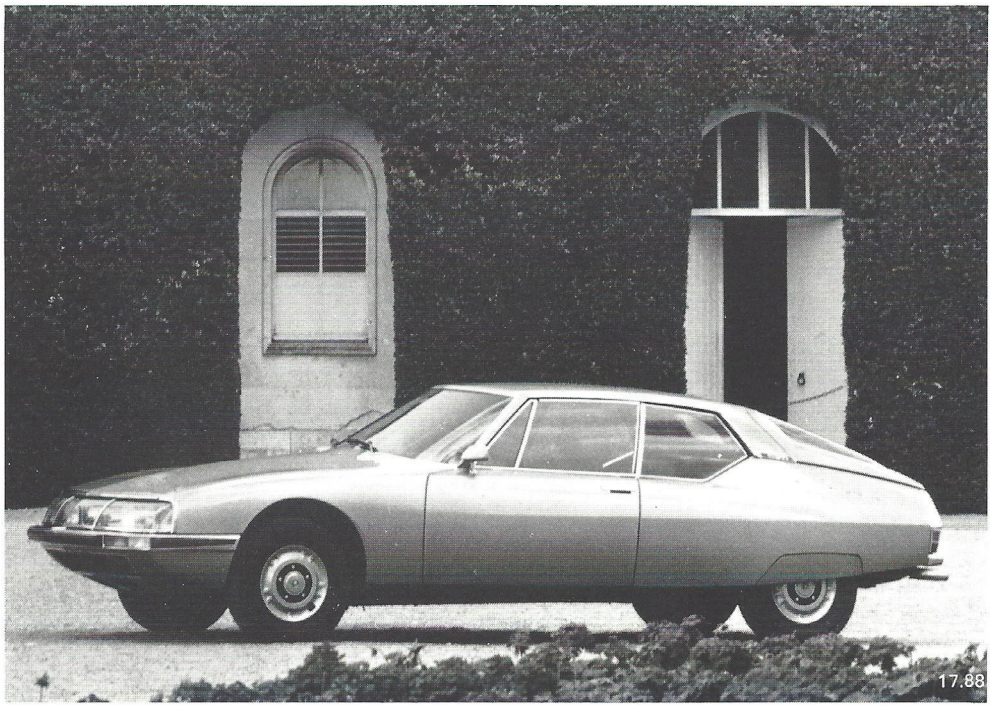
17.80


17.79

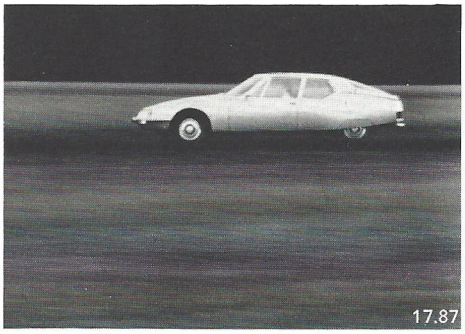
17.84

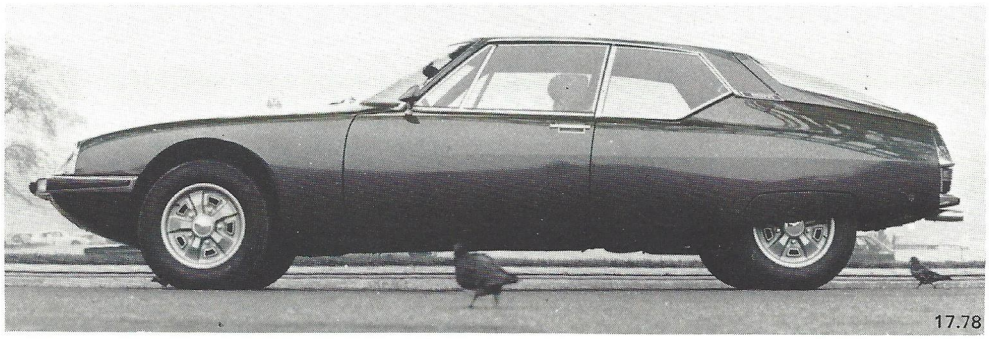
Ces photographies sont à la libre disposition des journalistes. Il suffit d'écrire aux Relations Publiques Citroën en indiquant le n° de référence pour recevoir le nombre d'épreuves 21 × 29,7 cm demandé.

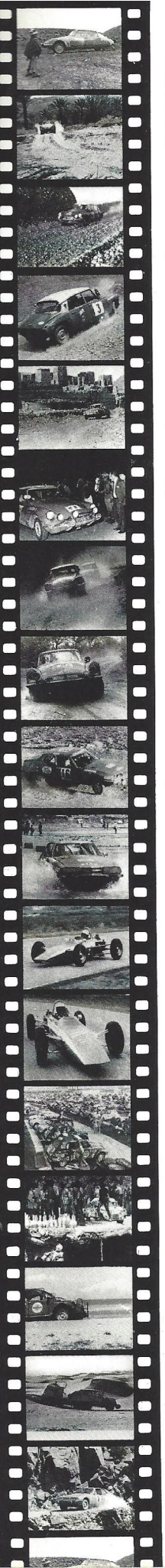
These photographs are available copyright free to journalists. Merely write to Citroën's Public Relations Department quoting the reference number, and you will receive the 21 × 29.7 (8.3 × 11.7 inch) prints requested.


17.88

17.89


17.87


17.78



FILMOTHEQUE

Le service des Relations Publiques Citroën met à la disposition des associations, groupes, clubs, entreprises, etc., qui lui en font la demande un certain nombre de courts métrages documentaires en 16 mm. Pour tous renseignements, s'adresser aux Relations Publiques Citroën, 133 Quai André Citroën - Paris 15e.

Trois séries existent pour l'instant : "Voyages", "Compétitions", "Technique".

SERIE VOYAGES

La Croisière Jaune : noir et blanc, 18 minutes. Le réalisateur Albert Radenac utilise dans un nouveau montage les extraordinaires images rapportées de la célèbre expédition Citroën qui, de 1931 à 1932, joignit Beyrouth à Pékin en automobile à travers l'Himalaya et le désert de Gobi.

Images et Mages d'Afrique : couleurs, 45 minutes. Deux ethnologues iraniens en Afrique avec une fourgonnette 2 CV. Ils ne craignent pas de s'éloigner des sentiers battus. Ils en rapportent des images insolites dont certaines sont déconseillées aux spectateurs sensibles.

Paris-Kaboul-Paris : couleurs, 20 minutes. Le raid organisé par Citroën et Total en 1970. Raid de la jeunesse, du courage et de la bonne humeur, 16 500 km en un mois jusqu'à l'Afghanistan et retour avec 1 300 garçons et filles en 2 CV, Dyane et Méhari.

Paris-Persepolis-Paris : couleurs, 25 minutes. Le réalisateur Claude Caillet a suivi avec son équipe le raid 1971 et s'est attaché a en montrer la vie quotidienne, moments de détente et instants dramatiques, paysages grandioses ou gags inattendus.

SERIE COMPETITIONS

East African Safari : couleurs, 28 minutes. Ce film de 1965 dû à la collaboration du cinéaste Français Reichenbach et du champion Olivier Gendebien, a conservé toute sa valeur et un rythme endiablé. Au cours d'une course pour conducteurs fous, des voitures du monde entier s'affrontent sur 5 000 km de poussière et de boue, à travers le Kenya, l'Ouganda, la Tanzanie.

Marathon automobile Londres-Sydney : couleurs, 18 minutes. Robert Neyret et Jacques Terramorsi, pilotes de DS 21, participèrent à l'inoubliable Marathon de 16 000 km en filmant les principaux moments. Ils content leur aventure et celles de leurs concurrents.

Rallye du Maroc 1970 : couleur, 18 minutes. Comment les DS gagnèrent ce terrible rallye en prenant la tête sur les pistes du Sud. Comment l'une d'entre elles perdit une roue en cours d'étape spéciale et continua sur trois. Comment les voitures évoluent à 180 à l'heure sur le sable et les cailloux.

Wembley-Mexico : couleurs, 28 minutes. 26 000 km en 26 jours à parcourir à des moyennes impossibles en Europe et en Amérique latine. Une course historique.

Première sortie, première victoire : couleurs, 18 minutes. Vues par la caméra de Claude Caillet, la SM aux prises avec les difficultés du Rallye du Maroc 1971, l'assistance Citroën au travail en plein désert.

Dauphin de cristal au festival du Film Industriel 1972 à Biarritz, sélectionné pour le festival international d'Amsterdam.

Formule bleue : couleur, 14 minutes. Qu'est-ce que cette Formule Bleue que la FFSA, avec l'aide de Citroën, Total et Michelin, propose aux jeunes qui rêvent de monoplaces de compétition? Ce film de Jean Rey le dévoile à travers les heures d'apprentissage d'un jeune pilote.

Prix du meilleur film français au Festival du Film Sportif 1972 à Reims.

SERIE TECHNIQUE

L'homme et l'électronique à la recherche de la forme : couleurs, 10 minutes. Le cinéaste Robert Menegoz explore le Bureau d'Étude Citroën et découvre les extraordinaires progrès que permet d'accomplir l'électronique dans la création d'une automobile.

The Citroën Public Relations Department is prepared to lend to associations, group clubs, firms, etc., that might request them, a certain number of 16 mm documentary shorts.

For further information, please apply to Citroën Public Relations Dept., 133, quai André Citroën, paris 15, France.

At the present time, three series are available :

TRAVEL SERIES

La Croisière Jaune : *(the Citroën Trans-Asia Expedition) : B & W, 18 minutes. Albert Radenac, Producer, has re-edited the amazing pictures brought back from the classic Citroën Expedition which, in 1931-32, linked Beyrut to Peking by car, across the Himalaya range and the Gobi desert.*

Images et Mages d'Afrique : *(African Visions and Medicine-Men) : colour, 45 minutes. Two Iranian ethnologists in a 2-CV light van. They're not afraid to get off the beaten track. And so they bring back unusual pictures, some of which are not for the squeamish.*

Paris-Kabul-Paris : *colour, 20 minutes. The long-distance run organised by Citroën and Total in 1970, dominated by youth, grit and cheerfulness : over 10,000 miles, Afghanistan and back, with 1300 young men and girls in 2 CVs, Dyanes and Mehara.*

Paris-Persepolis-Paris : *colour, 25 minutes. Producer Claude Caillet and his team followed the 1971 long-distance run, and have been at pains to show its day-to-day life, its moments of relaxation and its moments of drama, on a background of awe-inspiring landscapes - but with unexpected guffaws.*

COMPETITION SERIES

East African Safari : *colour, 28 minutes. This 1965 film, the outcome of collaboration between cinema-boffin François Reichenbach and racing-champion Olivier Gendebien, has lost not one frame of its up-to-dateness; its rhythm would make a jazz drummer jealous. Throughout a race for certified drivers (certified insane, of course), cars from all over the world vie with one another over 3,100 miles-odd of dust and mud in Kenya, Uganda and Tanzania.*

London-Sydney Car Marathon : *colour, 18 minutes. Robert Neyret and Jacques Terramorsi, driving a DS 21, took part in this unforgettable 10,000 mile marathon, whose crucial moments they filmed. They tell of their own adventure, and that of their competitors, in this gripping film.*

Morocco Rally *1970 : colour, 18 minutes. shows how the DSs won this awe inspiring Rally by creeping into the lead on the hair-raising tracks of the South. How one of them lost a wheel during a special trial run, and went on as a three-wheeler. And how cars can swoop and swerve at 110 m.p.h. over sand and scree.*

Wembley-Mexico : *colour, 28 minutes. Over 16,000 miles in 26 days, to be covered at impossible average speeds, through Europe and Latin America. Another epoch-making race.*

Première sortie, première victoire : *(First time out, first win) : colour, 18 minutes. Through the magic eye of Claude Caillet's cine-camera, the SM grappling with the appalling difficulties of the 1971 Morocco Rally; Citroën technical assistance crew at work under desert conditions.*

Formule Bleue : *(Blue Formula) : colour, 14 minutes. Now just what is this Blue Formula which makes available to young people filled with dreams of single-seater racers? This film by Jean Rey tells the story as it unfolds durving the hours of apprenticeship of a budding driver.*

TECHNICAL SERIES

Man and Electronics in Search of Form : *colour, 10 minutes. Producer Robert Menegoz explores the Citroën Research Bureau, and there discovers the amazing progress achievable by harnessing electronics to car design for man benefit.*

CITROËN S.A.

LE GROUPE CITROËN

Introduction . . . . . p. 3
Citroën S.A. . . . . p. 4
La Société Automobiles Citroën . . p. 7
La Société Commerciale Citroën . . p. 7
Structure du groupe Citroën . . . . . p. 8
Les sociétés du groupe . . . . . p. 9
Les Filiales étrangères . . . . . p. 10
Les usines Citroën en France . . . . p. 12
Les usines Citroën à l'étranger . . . p. 14
Filiales commerciales à l'étranger . p. 15
Panhard . . . . . p. 16
Maserati . . . . . p. 16
Berliet . . . . . p. 17
Les Transports Citroën . . . . . p. 17
La production Citroën . . . . . p. 18
Citroën dans le monde . . . . . p. 18
Les exportations Citroën . . . . . p. 19
Principaux pays d'exportation . . . . p. 19

André Citroën (Photo Citroën A6)

Notre couverture reproduit une photographie de calandre de Citroën GS prise par André Martin

Les usines Citroën existent depuis plus de 50 ans. Depuis plus de 50 ans peu de firmes ont été constamment aussi célèbres dans le monde. Aujourd'hui comme hier, le nom de Citroën est synonyme de progrès technique et de réussites successives dans le domaine de l'automobile.

C'est sans doute parce que chaque étape du développement de Citroën a été un pari gagné : chaque fois le public, de prime abord incrédule, s'est finalement rallié et a été conquis. Toute l'histoire de la firme est jalonnée d'initiatives hardies, de conceptions audacieuses et de réalisations d'avant-garde que le temps a toujours ratifiées.

The Citroën Works have now been in existence for over 50 years. And, over the past 50 years, few firms have remained so constantly well-known throughout the world. To-day as yesterday, the name of Citroën is synonymous with technical advances and ever-renewed success in the automotive field. The reason for this is, most probably, that each stage in the development of Citroën has proved to be a bet made, and won : every time the public, has seen the light and been won over. The entire history of the firm is signposted with daring initiatives, audacious concepts and far-sighted innovations which time has always justified.

UNE TRADITION DU PROGRÈS

Il est exemplaire que cette tradition du progrès, fondée à l'origine sur la foi d'un seul homme, ne se soit jamais démentie même après sa disparition.

Il est remarquable que les idées forces ayant conduit au succès premier aient également été la base permanente des développements ultérieurs.

It is exemplary that this tradition of progress, originally founded on the faith of a single man, should never have failed, even after his death.

Remarkable too is the fact that the motivating ideas which led to success in the first instance should also have formed the basis for later developments.

DYNAMISME ET CONTINUITÉ

Des constantes sont évidentes dans l'histoire de la firme. Foi en la démocratisation de l'automobile : à la première voiture européenne construite en grande série (la type A de 1919) afin de la mettre à la portée du plus grand nombre, à une époque où l'automobile était encore un produit de luxe, correspond la sortie, quelque 30 ans plus tard, de la 2 CV, véhicule économique et populaire par excellence, qui continue de connaître un considérable succès.

Some "constants" stand out in the firm's history. Faith in the "people's motor-car" : to the first European car (Type A, 1919), mass-produced to bring it within the means of "the mass", at a time when the automobile was a luxury product, corresponds the introduction, some 30 years later, of the 2 CV, conceived in 1936 and commercialized in 1948, a popular and economical vehicle if ever there was one, and one which yet enjoys considerable success.

DE LA TREFLE A LA GS

Foi dans la valeur du progrès technique pour ce qu'il peut apporter de primordial à l'automobile : à l'audace de lancer sur le marché des véhicules ou des solutions dont l'originalité constitue chaque fois une révolution (la célèbre 2 places jaune citron et sa version "Trèfle", la première carrosserie tout acier sur la B 12, le servo-frein sur les quatre roues de la B 14, la célèbre traction-avant de 1934..) correspond après que la firme fut passée sous le contrôle de Michelin, le même dynamisme créateur qui fit apparaître la DS 19 et sa suspension hydropneumatique, la GS qui rendit son confort et sa tenue de route accessibles à un plus grand public, la SM qui introduisit une dimension nouvelle dans la conduite automobile.

Faith in the value of technical progress, for all the primordial contributions it can bring to the motorcar. To the audacity of introducing on the market cars, or solutions, whose originality was every time a revolution (the well-known lemon-yellow two-seater and its "clover-leaf" three-seater version, the first all-steel body on the B 12, fourwheel servo brakes on the B 14, the famous 1934 front-wheel drive...) corresponds, after the firm had come under the control of Michelin, to the same creative activity which gave birth to the DS 19 and its hydropneumatic suspension, the GS which brought its comfort and road-holding qualities within the budget of a wider public, and the SM which opened up a new dimension in car driving.

UNE VOCATION INTERNATIONALE

Foi aussi dans la vocation internationale de l'automobile : la volonté d'expansion européenne et mondiale des années d'avant-guerre trouve un écho logique dans les accords plurinationaux contractés ensuite par la firme.
C'est dans cette continuité et aussi dans sa capacité de réagir aux vicissitudes qui l'ont parfois marqué, que réside la force essentielle d'un groupe qui a su conserver comme emblème celui qu'avait choisi André Citroën dès l'origine : un engrenage à double chevron, symbole très évident du perfectionnement technique et de la réussite dans l'innovation.

Faith also in the motor car's international vocation : the European and World will to expand of the pre-war years finds its logical counterpart in the multinational agreements entered into later by the firm
It is in this continuity, and also in the ability to react to the vicissitudes which have sometimes marked it, that is to be found the essential strength of a group which has ever kept, as its emblem, that chosen at the origin by André Citroën himself : double-chevron gear, they manufacture in France symbol of technical advance and success in innovation.

DE S.A. CITROËN A CITROËN S.A.

Photo Citroën 6.165

Douze hectares de potagers avec pour seules constructions quelques cabanes de jardiniers et des cloches à melons! C'était là le quai de Javel lorsqu'André Citroën décida d'y implanter ce qui allait devenir une des usines d'automobiles les plus modernes du monde. Quelques mois plus tard, le 28 mai 1919 exactement, la première automobile Citroën sort de chaîne : la type A. Pour la première fois en Europe une voiture est réellement construite en grande série, y compris tous les éléments qui jusqu'alors étaient fabriqués par des artisans. C'est la première fois qu'une voiture est livrée complète (avec sa capote, sa roue de secours, etc.). Son prix est un véritable défi à la concurrence. Ce fut la première "bombe" de l'histoire de Citroën. André Citroën déclare que son but est d'en construire 100 par jour; on lui répond que c'est impossible. En 1924, les usines Citroën sortent 300 voitures par jour (400 en 1928).

C'est également en 1924, le 7 août que la Société Anonyme André Citroën est officiellement constituée, pour une durée de 99 ans. Elle a pour but la construction et la fabrication en série de véhicules automobiles. Pour cela, très rapidement, des outils sont forgés : après Javel Citroën construit une nouvelle usine à Saint Ouen, d'autres à Clichy et à Levallois, toutes dans la banlieue parisienne.

DES CONCEPTIONS NOUVELLES

Parallèlement, un réseau de vente et de service est constitué, puis développé, en France et à l'étranger, des méthodes nouvelles de vente et d'après-vente sont créées, des conceptions publicitaires neuves sont élaborées.

En 1920, Citroën renouvelle d'un coup tout le parc des taxis parisiens, organise en banlieue et en province un réseau de transports rapides par autocars, fonde des filiales en Belgique, en Suisse, en Italie, en Espagne, en Allemagne, en Angleterre, en Suède, en Pologne... créé une Compagnie d'Assurance à prix réduits pour ses clients, fait poser des panneaux de signalisation routière, illumine la place de la Concorde, l'Arc de Triomphe et la Tour Eiffel : du 4 juillet 1925, jour de l'inauguration de l'Exposition Internationale jusqu'en 1934, le nom de Citroën étincelle en 250 000 ampoules qui forment des lettres de 30 mètres de haut. Citroën est le premier à envoyer des disques publicitaires à ses clients éventuels, le premier à utiliser la publicité aérienne, le premier à oser lancer ses voitures du haut d'une falaise pour en démontrer la solidité. Le nom de Citroën est sur toutes les lèvres. En 1923 commencent les épopées : première traversée du Sahara en automobiles; en 1924, la "Croisière Noire" (première liaison automobile d'Alger à Tananarive); en 1932-33, la "Croisière Jaune" (première traversée du continent asiatique en automobiles, de la Méditerranée à la Mer de Chine, à travers l'Himalaya et le désert de Gobi). Mais André Citroën avait les défauts de ses qualités, et le dynamisme qui le portait

Photo Citroën 6.166

Thirty acres of vegetable gardens, whose only buildings were a few gardeners huts and "cloches" for optimistic welons : such was the quai de Javel when André Citroën decided that there should rise what was to become one of the most modern motor-car factories in the world. A few months later, on the 28th of May 1919 to be precise, the first Citroën car rolled off the assembly line : this was the Type A model. For the first time in Europe, a car was really mass-produced, including all the sub-assemblies which, up to then had, been manufactured by skilled craftsmen. For the first time, a car was delivered complete (with its hood, its spare wheel, etc.). Its price was a worryong challenge to competitors. Such was the first "bombshell" in Citroën history. André Citroën stated that his aim was to build 100 cars a day; he was immediately told this was wisleful thinking. By 1924, the Citroën works were producing 300 cars daily with a rise to 400 in 1928).

It was also in 1924, on August 7 th, that the Société Anonyme André Citroën was officially set up, for 99 years. Its purpose was the construction and mass production of automobile vehicles. With this in view, the appropriate tools were very rapidly forged : after Javel, Citroën built a new factory at Saint-Ouen, and others at Clichy and Levallois, all on the outskirts of Paris.

NEW CONCEPTIONS

In parallel, a sales and service network was built up, then developed, both in France and abroad; new sales and post-sales methods were devised, and novel advertising techniques were elaborated and put to use.

In 1920, Citroën at one fell swoop renewed the entire fleet of Paris taxis, built up in the Paris suburbs and in the French provinces a fast motor-coach transport network, founded subsidiaries in Belgium, Switzerland, Italy, Spain, Germany, the United Kingdom, Sweden, Poland... set up a cut-rate Insurance Company for its customers, had road signs put up, floodlit the Place de la Concorde, the Arc de Triomphe and the Eiffel tower : from the 4 th of July 1924, day of inaguration of the International Exhibition, until 1934, the name of Citroën shone from 250,000 bulbs forming 100-foot high letters. Citroën was the first to send records to its prospective customers, the first to use airborne advertising, the first to dare run cars over a cliff to demonstrate their ruggedness.

The name of Citroën was on everyone's lips. In 1923 began the long-distance runs : first car across the Sahara; in 1924, the "Croisière Noire" (first motor trip from Algiers to Antananarivo, Madagascar); in 1932-33, the "Croisière Jaune" (first car to cross the Asian continent from the shores of the Mediterranean to those of the China Sea, over the Himalayas and across the Gobi desert).

But André Citroën had the faults of his qualities, and the tremendous drive which

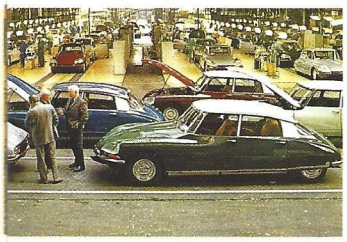


Photo Citroën 9 A8

toujours en avant ne coïncidait pas constamment avec les exigences comptables. En 1934 de graves difficultés financières surgissent et le gouvernement, afin que la Société Citroën continue, demande à Michelin, principal créancier, de reprendre l'affaire. C'est un nouveau départ. Vers de nouveaux succès.

always carried him forward did not always coincide with sound bookkeeping practice. In 1934, serious financial difficulties arose and the Government, in order that the Citroën Company should survive, asked Michelin as chief creditor, to take the firm over. A fresh start - headed for fresh success.

L'ÈRE DES ALLIANCES

Après la seconde guerre mondiale, la Société Citroën reprend son activité et dès ce moment sa direction, en prévision de l'évolution des marchés automobiles, songe à nouer des alliances positives.

En 1955, un premier accord est signé avec la Société Panhard, qui aboutira à la fusion dix ans plus tard.

En 1964, Citroën signe avec NSU un accord pour l'étude du moteur à piston rotatif dans le cadre d'une co-filiale : Comobil. Cet accord est complété en 1967 par la création, à parts égales, d'une autre co-filiale : Comotor, pour la conception et la fabrication des moteurs à piston rotatif (moteur qui équipera dès 1969 le prototype M 35 dont 300 exemplaires seront longuement essayés par des clients sélectionnés).

En 1967 également, est signé l'accord Citroën-Berliet dont Citroën devient principal actionnaire.

En 1968, Citroën acquiert une participation majoritaire dans la prestigieuse firme italienne Maserati.

Parallèlement à la poursuite de cette stratégie internationale, Citroën développe sans cesse son réseau, construit des usines en France et à l'étranger, augmente la production de ses modèles, dont les succès ne se démentent pas : à partir des années 60, les DS remportent successivement la presque totalité de tous les grands rallyes européens, en même temps qu'elles recueillent de nombreuses distinctions de jurys internationaux de spécialistes de l'automobile, comme ce sera le cas plus tard pour la GS et la SM.

THE ERA OF ASSOCIATIONS

After World War II, the Société Citroën resumed its activity and, from that time, its management, foreseeing the evolution of the motor-car market, thought about making positive alliances.

In 1955, a first agreement was signed with the Panhard Company, which resulted in a merger ten years later.

In 1964, Citroën signed with NSU an agreement for the study of a rotary-piston engine through a co-subsidiary : Comobil. This agreement was completed, in 1967 by the creation, in equal shares, of another co-subsidiary : Comotor, whose purpose is the design and manufacture of rotary-piston engines (an engine which was, as early as 1969, to power the M 35 prototype, of which 300 were to be exhaustively tested by customers).

1967 was also the year of the signature of the Citroën-Berliet agreement, of which Citroën became the chief shareholder.

In 1968, Citroën acquired a majority participation in the prestige-rich Italian firm of Maserati.

In parallel with the pursuit of this international strategy, Citroën ceaselessly developed its network, built factories both in France and abroad, increased the production of its models, whose success remains complete : from the 60s, DSs won practically all the great European rallies, (Monte-Carlo, Liège - Sofia - Liège, coupe des Alpes etc...) while also garnering laurels from numerous international juries of motor-car specialists, as was later to be the case for the GS (car of the year in 7 countries) and the SM.

RÉORGANISATION DU GROUPE

Ainsi, au fur et à mesure de son expansion et de ses alliances, la Société Anonyme André Citroën a vu son activité se diversifier sans cesse et s'étendre dans plusieurs domaines annexes jusqu'à constituer un groupe de plus de 70 sociétés, dont une trentaine à l'étranger. L'activité de la plupart de ces sociétés concerne toujours la fabrication et la vente de véhicules automobiles, dont la gamme s'étend de la 2 CV aux plus luxueuses voitures de hautes performances (Maserati), comme aux plus gros véhicules de transports et de travaux publics (Berliet). Mais le groupe comprend aussi des entreprises de transport de voyageurs et de marchandises, de fabrication, d'outillage, de mécanique générale, de forges et de laminoirs, etc.

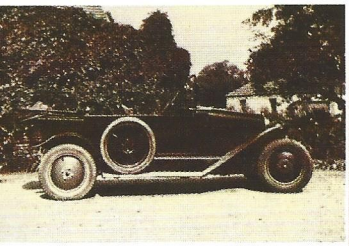
Cette situation n'allait pas sans poser de nombreux problèmes d'ordre juridique, financier et comptable, et ne correspondait

REORGANISATION OF THE GROUP

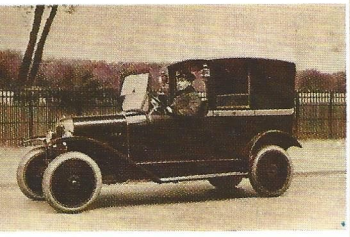
Thus, as it expanded and made alliances, the Société Anonyme André Citroën diversified its activities more and more, stretching into several concomitant fields until it formed a group of more than 70 companies, thirty or so of them abroad.

The activity of most of these companies still concerns the manufacture and sale of automotive vehicles, whose range stretches from the 2 CV to the most luxurious high-performance cars (Maserati) and to the largest and heaviest of public works and transport vehicles (Berliet). But the group also includes passenger- and freight-transport and tool-manufacturing companies, general mechanical engineering firms, forges and steel rolling mills...

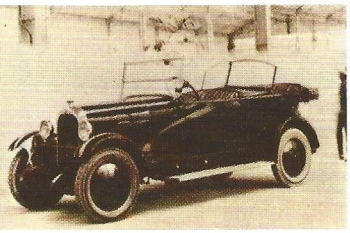
This situation quite naturally set a number of legal, financial and bookkeeping problems, and was no longer altogether



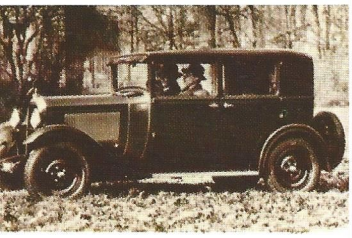
TYPE A - 1919.
(Photo Citroën 6-2)



B 2 - 1921.
(Photo Citroën 6.61 bis)

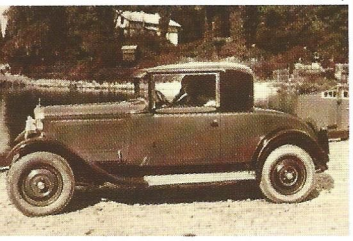


B 14 - 1926.
(Photo Citroën 6.14 bis)



C 4 - 1928.
(Photo Citroën 6.16 bis)

C 6 1929.
(Photo Citroën 6.17 bis)



plus totalement aux impératifs contemporains de gestion et d'exploitation. C'est pourquoi il fut décidé en juin 1968 d'organiser ces activités en un ensemble plus harmonieux sous l'égide d'une société mère : Citroën S.A., contrôlant un certain nombre de sociétés-filiales ayant chacune ses organes de gestion propres, dont les deux principales sont : la Société des Automobiles Citroën et son complémentaire, la Société Commerciale Citroën.

L'ancienne Société Anonyme André Citroën devenait ainsi "Citroën S.A." avec pour vocation d'étudier et de définir le programme et la politique de l'ensemble de ses filiales regroupées.

Cependant, il va de soi que le fait de concevoir, fabriquer et vendre des véhicules Citroën en France ou à l'étranger, demeure en réalité une seule et même activité dont les différentes fonctions sont étroitement imbriquées. C'est pourquoi il existe une Direction Générale unique pour les diverses sociétés du groupe qui concourent directement ou indirectement à la conception, à la fabrication et à la vente des produits Citroën en France et hors de France. Cette direction du groupe est assurée par le Président Directeur Général de Citroën S.A., M. François Rollier.

Le capital actuel de Citroën S.A. est de 687 114 300 F. L'effectif général du groupe Citroën est de 103 000 personnes, dont 90 000 en France et 10 000 en Europe (moins la France). La surface bâtie développée des établissements du groupe Citroën est de 3 284 710 m² dont 2600200 m² en France et 502 340 m² en Europe (moins la France).

L'ACCORD FIAT-CITROËN

Le 25 octobre 1968, un accord de large coopération générale fut établi entre Citroën et Fiat. Il a pour but l'accroissement de la compétitivité des deux groupes par une coordination améliorant leur efficacité technique et commerciale tout en respectant la personnalité de chacun.

Cet accord prévoit la création d'un organisme commun à composition paritaire qui devra assurer l'harmonisation des activités d'étude et de recherche, des programmes d'investissement et de production, des approvisionnements et des ventes. Parallèlement, la création d'une société holding (Pardevi) permet à Fiat de participer, aux côtés de Michelin qui y demeure majoritaire, au capital de Citroën S.A., sans que l'équilibre antérieur en soit altéré.

Cet accord Citroën-Fiat, qui ne fut pas sans susciter quelques retentissements, est sans doute un élément décisif pour l'avenir de Citroën dans l'expansion de l'industrie automobile européenne, dont les deux groupes alliés constituent l'entité la plus puissante, prenant la première place des constructeurs européens avec une production annuelle dépassant 2 millions de véhicules.

compatible with present-day management and business imperatives. This is why it was decided : in June 1968, to reorganize these activities under the care of a mother-company : Citroën S.A., controlling a certain number of subsidiaries (each with its own management set-up) the two chief of which are : the Société des Automobiles Citroën, and its complementary counterpart, the Société Commerciale Citroën.

The old Société Anonyme André Citroën thus became "Citroën S.A.", whose purpose is the study and definition of the programme and the policy of the grouped subsidiaries.

It is however axiomatic that the fact of designing, manufacturing and selling Citroën vehicles in France or abroad, in fact remains a single and identical activity, whose diverse functions are closely interconnected. This is why there is one sole General Management for the various companies of the group directly or indirectly contributing to the design, manufacture and sale of Citroën product both in France itsef and in other countries. This group management is the responsibility of the Président Directeur Général of Citroën S.A., Mr François Rollier.

Citroën S.A.'s present capital is 687 114 300 F. The total strength of the Citroën group is 103 000 people, of whom 90 000 are in France, and 10 000 in other European countries.
The roofed area of the works of the Citroën group is 35 356 288 sq. ft., of which 28 052 900 sq. ft in France, and 5 407 100 in Europe (less France).

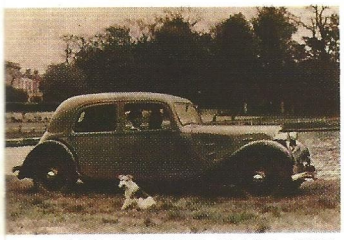
THE AGREEMENT WITH FIAT

On 25th October 1968, an agreement of extensive cooperation was established between Citroën and Fiat. Its purpose is to increase the competitive qualities of both groups by means of a coordination improving their efficiency, while respecting the personality of each member firm.

This agreement provides for the creation of a common organisation of equal strength from both groups, whose aim is to harmonize study and research activities, investment and production programmes, and supplies and sales. In parallel, the creation of a holding company (Pardevi) enables Fiat to participate, side by side with Michelin (which retains its majority) in the capital of Citroën S.A., without however disturbing the previous equilibrium.

This Citroën-Fiat agreement, which aroused a number of repercussions, is quite obviously a desisive factor for the future of Citroën within the expansion of the European automobile industry, of which the two allied groups form the most powerful entity, taking as they do the first place among European manufacturers, with a total production of over 2 000 000 vehicles per annum.

ROSALIE - 1932.
(Photo Citroën 6.20)



7 CV. TRACTION AVANT - 1934.
(Photo Citroën 6.22)

LA SOCIÉTÉ DES AUTOMOBILES CITROËN

Par le montant de son capital (600 000 000,00 F en 1972), l'effectif de son personnel (60 425 personnes, à la même date), et une surface développée avoisinant les 2 000 000 de m², la Société Anonyme des Automobiles Citroën est la plus importante filiale de Citroën S.A. Son rôle, qui a été défini en 1968, lors de la réorganisation du groupe, est de fabriquer et de vendre au réseau commercial les voitures et les pièces détachées qu'elle produit. Dans cette perspective, elle s'est vue confier la totalité des établissements industriels, des installations, du matériel, des outillages et des équipements nécessaires à ces fabrications : entre autres, 15 usines dans la région parisienne, 6 usines en Province, les laboratoires et le bureau d'études de Vélizy. Depuis 1955, l'effectif de la Société a pratiquement doublé (60 425 personnes en 1972 contre 31 127 en 1955). Durant la même période, la surface développée a augmenté de 73,6%, passant ainsi de 1 118 137 m² à 1 841 540 m². S'inscrivant dans le cadre d'une décentralisation des usines, cette extension s'est opérée par des implantations nouvelles en province.

By virtue of the amount of its capital (600,000,000.00 F in 1972), of its personnel strength (60,425 workers at the same date), and its total floor space of close on 20,000,000 sq. ft, the "Société Anonyme des Automobiles Citroën" is the largest subsidiary of Citroën S.A.

Its rôle, defined in 1968 when the group was reorganized, is to manufacture, and to sell to the commercial network, the cars and spare parts its produces.

With this in view, it has been entrusted with all the industrial premises, plant, *matériel,* tools and equipment required for this production : among them are 15 factories in the Paris area, 6 in the Provinces, and the Laboratories and Design Department at Vélizy.

Since 1955, Company strength has almost doubled (60,425 persons in 1972, against 31,127 in 1955). During the same period, floor space increased by 73.6 %, from 11,935,457 square feet to 19,822,133 (square feet 1,118,137 square meters to 1,841,540 square meters).

Planned as part of a factory decentralization scheme, this extension has been put into effect by opening up new plants in the provinces.

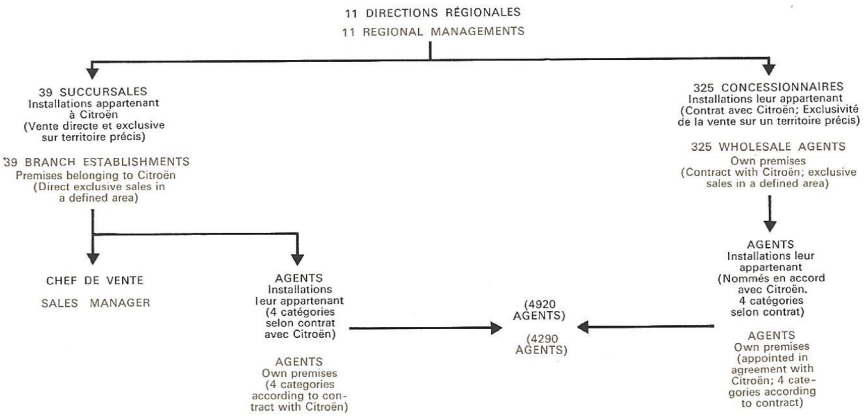
LA SOCIÉTÉ COMMERCIALE CITROËN

Société sœur de la S.A. des Automobiles Citroën, la Société Commerciale, constituée elle aussi en 1968, a pour objet la commercialisation des véhicules produits par la Société des Automobiles Citroën. Ses effectifs sont de 5 250 personnes. Les surfaces qu'elle utilise représentent 417 630 m². Son capital est de 37 300 000 F (1972). Souvent implanté de longue date, le réseau commercial de Citroën en France comporte plus de 5 000 points de vente et de service.

Afin de mieux répondre aux exigences de la clientèle des Directions Régionales, au nombre de 11 ont été créées, qui jouent le rôle à la fois d'animateur décentralisé et de relai entre Paris et le réseau en France. Celui-ci se présente de la façon suivante :

A sister company to that of "S.A. des Automobiles Citroën", the "Société Commerciale", also set up in 1968, has as its purpose the marketing of the vehicles produced by the "Société des Automobiles Citroën". Its staff numbers 5,250. The space it covers amounts to 4,495,339 sq. ft, while its capital is 37,000,000 F (1972).

Often set up a very long time ago, the Citroën sales network in France includes over 5,000 sales and servicing points. In order better to meet the demands of customers to solve to Regional Managements, have been set up; acting as a decentralized prime mover and as a relay link between Paris and the network. This takes the following form :

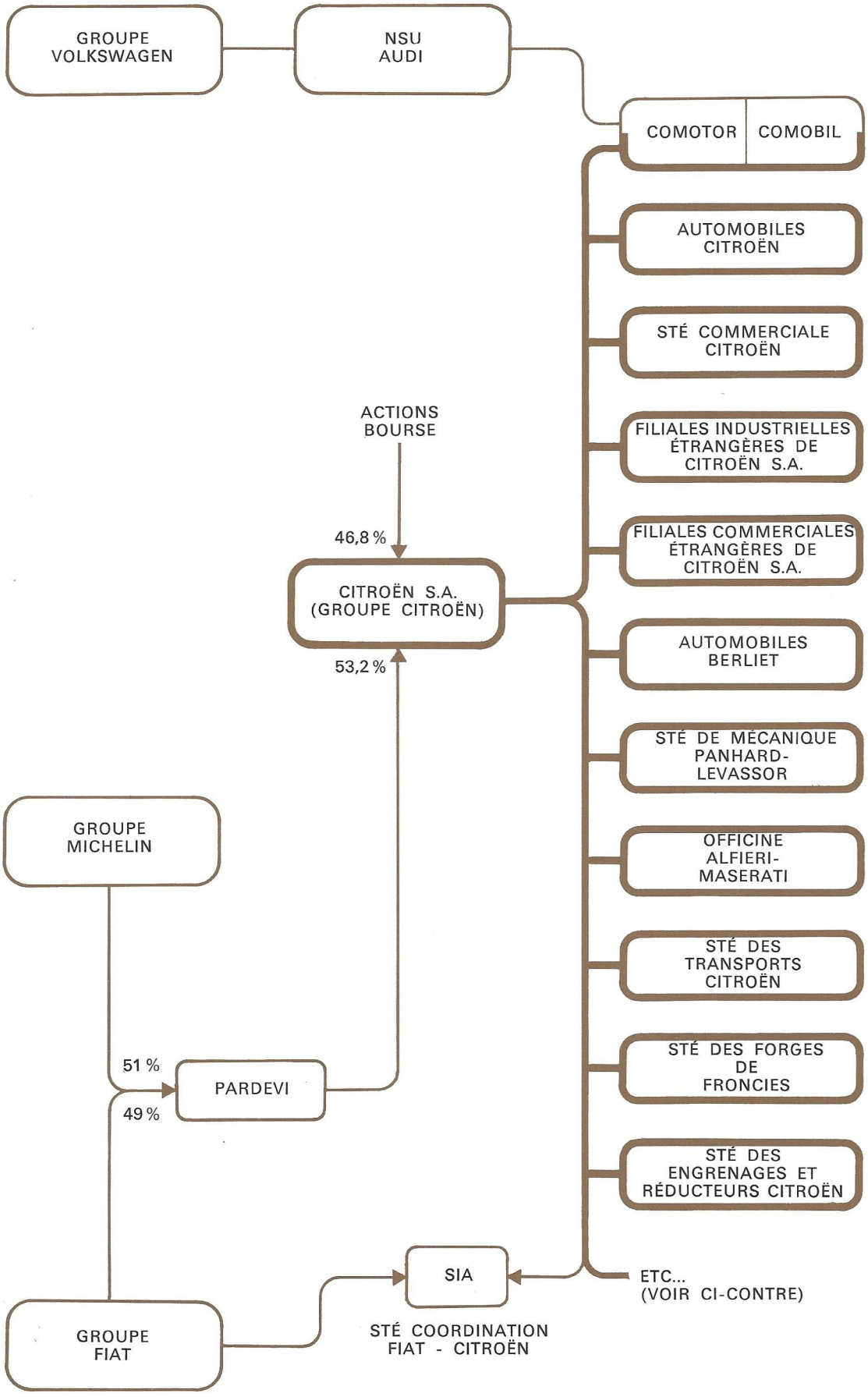


C'est en grande partie grâce à ce réseau étendu que Citroën doit sa part importante des immatriculations sur le marché français (360 928 véhicules en 1971 contre 280 175 en 1970), soit 22,61 % du marché national total (contre 18,62 % en 1970).

By this widespread network Citroën has large number of its vehicles registered on the French market (360,928 in 1971, against 280,175 in 1970), i.e. 22.61 % of the entire national market (as against 18.62 % in 1970).

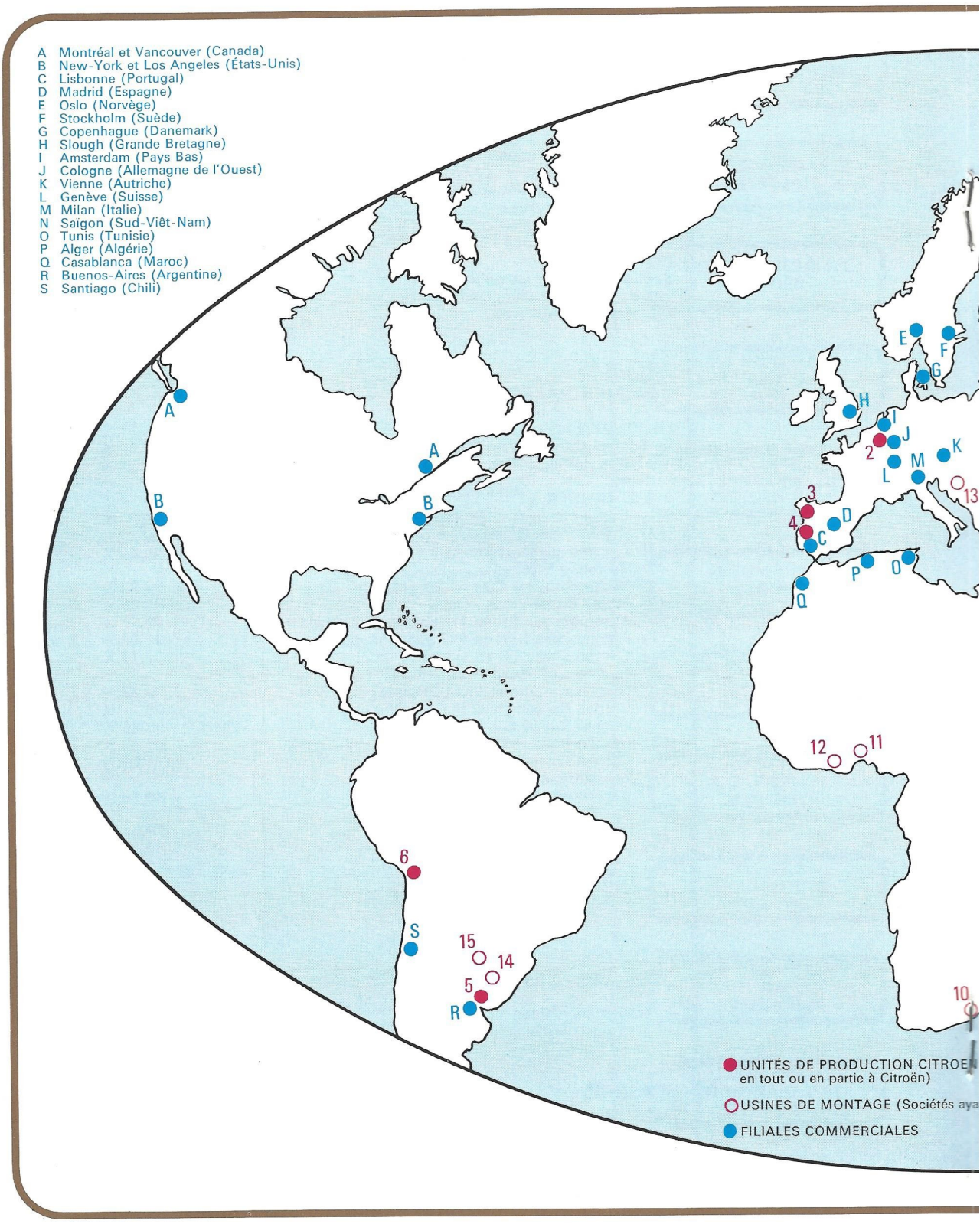
Les 11 directions régionales françaises

STRUCTURE DU GROUPE CITROËN

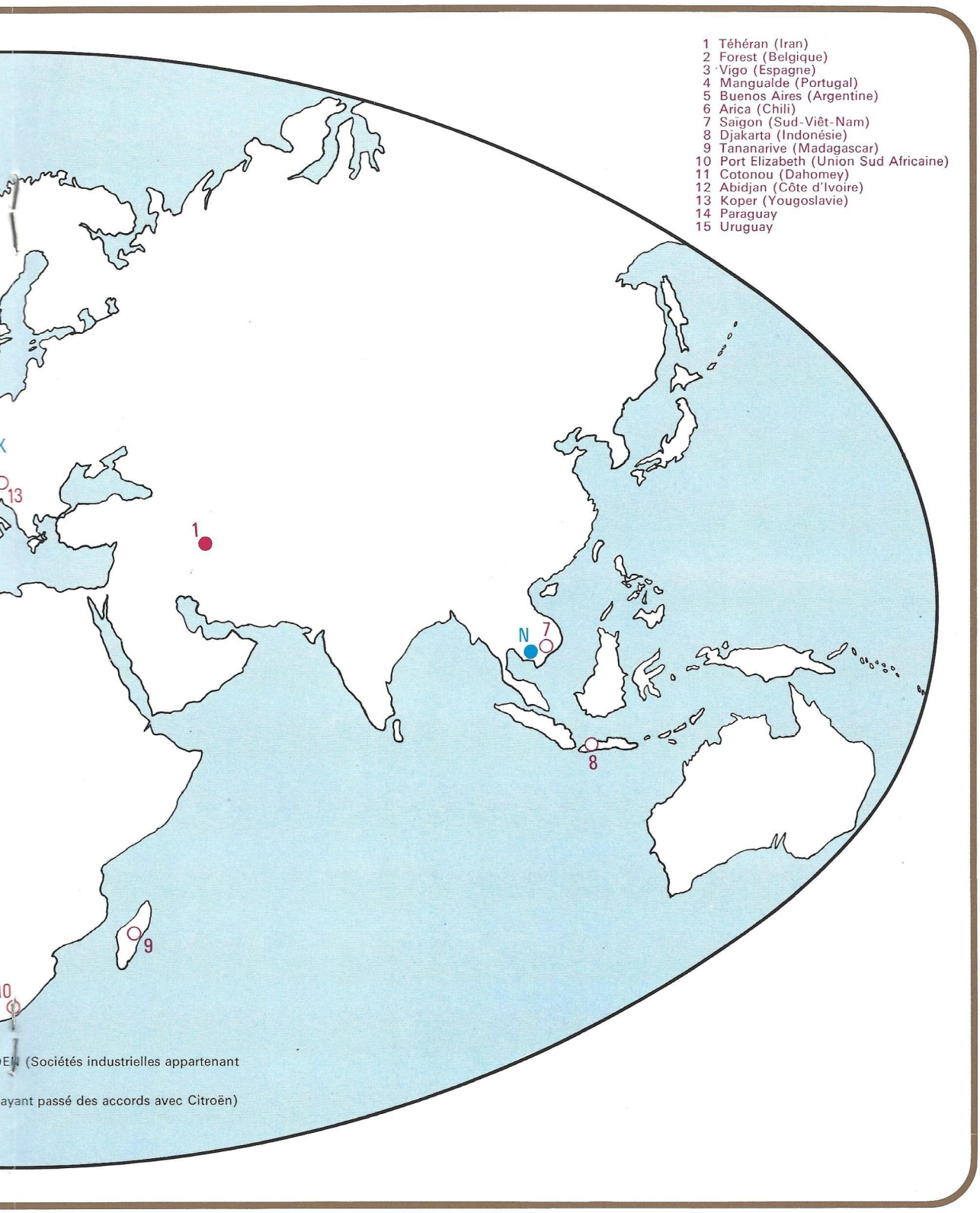


LES SOCIÉTÉS DU GROUPE	PARTICIPATION CITROËN S.A.
SOCIÉTÉS INDUSTRIELLES	
EN FRANCE :	
— Société Anonyme Automobiles Citroën	99,97 %
— Automobiles M. Berliet	97,24 %
— Engrenages et réducteurs	50,61 %
— Société de Construction et d'Exploitation de Matériels et Moteurs	86,6 %
— Gazogènes et matériels mécaniques	99,3 %
— Constructions Mécaniques Panhard et Levassor	98,6 %
— Forges de Froncles	98,7 %
A L'ÉTRANGER :	
Montage et fabrication des véhicules Citroën :	
(1) SAIPAC (Iran)	24,98 %
(2) Société Belge des Automobiles Citroën	94,70 %
(3) Citroën Hispania	45,94 %
(4) Citroën Lusitania	3,6 %
(5) Citroën Argentina	77,19 %
(6) Citroën Chilena	58,75 %
Sociétés d'Études Comobil	39,7 %
Fabrication de moteurs Comotor	44 %
Officine Alfieri Maserati	98,7 %
SOCIÉTÉS COMMERCIALES	
EN FRANCE :	
— Société Commerciale Citroën	98,8 %
— Centre de Réparation des Automobiles Panhard	50,3 %
A L'ÉTRANGER :	
(1) Citroën Canada LTD (Montréal)	99,9 %
(2) Citroën Cars Corporation (Englewood)	100 %
(3) Automoveis Citroën SARL (Lisbonne)	99,49 %
(4) Sociedad Espanola de Automoviles Citroën SA (Madrid)	19,9 %
(5) Norsk Citroën A.S. (Oslo)	99,98 %
(6) Automobiles Citroën Aktiebolag (Stockhlom)	98,3 %
(7) Automobiles Citroën A.S (Copenhague)	99,96 %
(8) Citroën Cars LTD (Slough)	97,77 %
(9) Citroën Nederland (Amsterdam)	
(10) Citroën Automobil A.G (Cologne)	99,37 %
(11) Citroën Osterreich G.M.B.H. (Vienne)	45 %
(12) Citroën Suisse S.A (Genève)	99,50 %
(13) Citroën Italia (Milan)	91,32 %
(14) Citroën Xe Hoi Cong Ty (Saïgon)	74,60 %
(15) Société Tunisienne des Automobiles Citroën (Tunis)	40,45 %
(16) Société Nord-Africaine des Automobiles Citroën (Alger)	98,6 %
(17) Citroën Maroc (Casablanca)	30,42 %
(18) Automoveis Citroën Limitada S.R.L. (Rio de Janeiro)	98,8 %
(19) Automoviles Citroën (Buenos Aires)	95,8 %
SOCIÉTÉS DE TRANSPORTS	
— Transports Citroën	98,7 %
— Transports Urbains et ruraux S.T.U.R.	51,9 %
SOCIÉTÉS IMMOBILIÈRES	
— Compagnie Immobilière Industrielle Lyonnaise	98,8 %
— Société Mécanique de Nanterre	49,99 %
SOCIÉTÉS FINANCIÉRES	
— Société de Crédit à l'Industrie Automobile	99,63 %

IMPLANTATION CITR



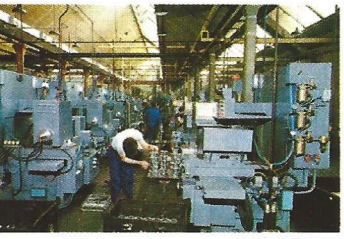
ROËN A L'ETRANGER



LES USINES CITROËN EN FRANCE

RENNES-LA-JANAIS
(Photo Citroën 9CJ6)

CAEN CORMELLE LE ROYAL
(Photo Citroën 10.631)



MULHOUSE
(Photo Citroën 10.632)

METZ-LES-BLEMONTS
(Photo Citroën 10.633)

En 1962 les surfaces bâties développées dans la région parisienne étaient de 1 175 630 m², et les effectifs de 46 459 personnes, pour 260 200 m² et 6 444 personnes en province. En 1972 : 1 205 330 m² et 40 403 personnes dans la région parisienne, pour 728 620 m² et 23 796 personnes en province.

Figures reflect this development : in 1962, the toofed floor space in the Paris area amouted to 12,460,623 sq. ft, with a personnel strength of 46,459, against 2,155,000 sq. ft. and 6,444 in the Provinces. In 1972 : 12,973,072 sq. ft. and 40,403 staff in the Paris area, and 7,842,795 sq. ft. and 23,796 staff in the Provinces.

Établie à son origine sur le quai de Javel (actuellement quai André Citroën) à Paris, il était normal que la Soiciété des Automobiles Citroën se développe d'abord dans la région parisienne où elle compte actuellement 15 usines. Mais lorsqu'en raison du développement de sa production il lui fallut envisager d'autres implantations, ce fut la première entreprise à fixer dès 1953 ses nouvelles unités de productions dans des centres de province : six usines furent ainsi implantées. On peut distinguer deux types d'usines :

— les usines de carrosserie où s'effectuent les travaux d'emboutissage, ferrage, peinture et montage. Elles sont importantes en surface et en effectif, leurs produits sont lourds et volumineux.

A Paris : Javel entrée en production 1919, l'ensemble des usines de ce secteur s'étend sur 300 000 m². Ferrage, peinture, montage (90 000 DS par an, 5 000 SM, 20 000 H). Second ensemble de la région parisienne : Levallois. Entrée en production : 1922. Superficie : 140 000 m². Montage berlines 2 CV et Dyane (environ 180 000 par an). Première usine de carrosserie décentralisée : Rennes, La Janais, 74 500 m², 12 500 personnes. Emboutissage, ferrage, peinture et montage. Début de production : 1961 (AMI 6). Conçue dès l'origine pour être développée et atteindre une cadence de 1 200 véhicules-jour, elle produit l'Ami 8 et la GS (260 000 véhicules par an),

— les usines de mécanique produisent en série des éléments plus légers : moteurs, boîtes de vitesse, suspensions, etc... Ces usines ont besoin de surfaces moins étendues et tournent avec un effectif moins important.

A Paris : Saint-Charles (début de production 1923 - 29 170 m² d'ateliers. Boîtes de vitesse, taille, traitement thermique et montage), Gutenberg, (1927 - 26 000 m². Usinage et montage moteurs DS et H), Saint-Ouen (1928 - 47 440 m². Emboutissage et découpe petites pièces carrosseries 2 CV, DS et H), Saint-Denis (1953 - 102 000 m². Découpe grosses pièces de carrosseries 2 CV, DS et H), Les Épinettes (1929- 35 000 m². Emboutissage grosses pièces de carrosserie), Levallois (parallèlement au montage 2 CV et Dyane : usinage et montage de leurs moteurs), Asnières (1948 - 64 500 m². Usinage et montage des organes hydrauliques des GS, DS et SM), Clichy (1926 - 141 000 m². Forges et Fonderies), Nanterre (1961 - 178 000 m². Usinage et montage moteur GS, toutes coulées sous pression).

La première usine de mécanique en province fut en 1953 celle de Rennes-La-Barre-Thomas (75 000 m². Roulements à billes, pièces caoutchouc et plastique). 1963 : Caen (110 000 m². Usinage et montage des liaisons au sol). Reims (1965 - 78 000 m². Usinage partiel et montage boîtes de vitesses H), Mulhouse (1968 - 48 000 m². Usinage et montage transmissions). A Metz (1969 - 73 000 m². Usinage carters de boîte tous types; usinage - montage boîtes GS). Réalisations en cours : à Charleville (Ardennes) une fonderie viendra compléter les activités de Clichy (en métaux ferreux et en aluminium). A Aulnay-sous-Bois, une usine de carrosserie est en cours de construction.

Originally established on the quai de Javel (now quai André Citroën), Paris, it was normal that the "Société des Automobiles Citroën" should initially develop in the Paris area, in which it currently has 15 factories. But when, as a result of production development, new factories had to be contemplated, it was the first firm to site its new production works in provincial centres : six plants have thus been set up in the Provinces. Two types of production units can be distinguished :

— standard production works, where body stamping, fitting, painting and assembly take place. They cover large areas and employ large staffs, and their products are heavy and voluminous. Citroën's standard production works are : Javel : Production started 1919. The works as a whole, in this sector, cover 3,230,000 sq. ft. Fitting, painting, assembly (90,000 DSs, 5,000 SMs and 20,000 H vans yearly). Second production unit in the Paris area : Levallois. Production started 1922. Area : 1,500,000 sq. ft. Assembly of 2 CV and Dyane saloons (about 180,000 a year). First decentralized standard production works : Rennes La Janais, 800,000 sq. ft, 12,500 staff. Pressing, fitting, painting and assembly. Production began in 1961 (AMI 6). Designed from the start for expansion, to reach a daily production figure of 1,200 vehicles, this plant is turning out Ami 8s and GSs (260,000 vehicles yearly).

— specialized plants, mass-producing lighter units : engines, gearboxes, suspensions, etc. These works require smaller areas and can function with less personnel.

The specialized works, in the Paris area, are close to the standard production plants : Saint Charles (production started 1923 — area of shops 314,000 sq. ft. Gear-boxes, gear-cutting, heat processing and assembly); Gutenberg (1927; 280,000 sq. ft; machining and assembly of DS and H engines), Saint-Ouen (1928 — 510,000 sq. ft. Pressing and cutting out of small body parts for 2 CV, DS and H), Saint-Denis (1953 — 1,100,000 sq. ft. Cutting out of large body parts for 2 CV, DS and H) Les Épinettes (1929 - 377,000 sq. ft. Pressing of large body parts), Levallois (in parallel with assembly of 2 CV and Dyane : machining and assembly of their engines), Asnières (1948 — 694,000 sq. ft. Machining and assembly of hydraulic units for GS, DS and SM), Clichy (1926 — 1,518,000 sq. ft (smelting and forging), and Nanterre (1961 — 1,916,000 sq. ft. Machining and assembly of the GS engine, all parts being cast under pressure). The first specialized plant in the Provinces was that of Rennes-La-Barre-Thomas, in 1953 (807,000 sq. ft. Ball bearings, rubber and plastic parts).

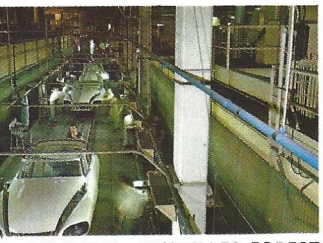
In 1963, the Caen works were opened (1,184,000 sq. ft. Machining and assembly of suspension parts and wheels).

Reims (1965 — 840,000 sq. ft. Partial machining and assembly of H gear-boxes) and Mulhouse (1968 — 517,000 sq. ft. Machining and assembly of transmission components).

Thereafter came the Metz works, in 1969 (786,000 sq. ft. Machining of gear-box housings of all types; machining and assembly of GS gear-boxes).

Ligne de finition de Rennes-La-Janais
(Photo Rio Citroën 9CJ7)

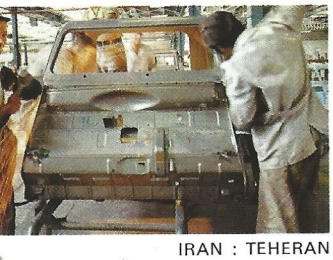
LES USINES CITROËN A L'ÉTRANGER



BELGIQUE : BRUXELLES-FOREST
(Photo Citroën 10.634)

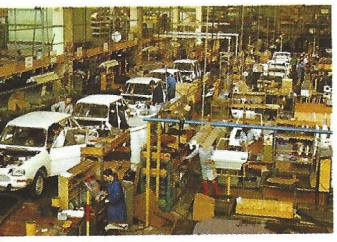
ESPAGNE : VIGO
(Photo Citroën 10.635)

PORTUGAL : MANGUALDE
(Photo Citroën 10.636)



IRAN : TEHERAN
(Photo Beauvais 10.637)

YOUGOSLAVIE : KOPER
(Photo Citroën 10.638)



Citroën connut rapidement un succès qui lui imposa, pour répondre à l'extension de certains marchés étrangers, d'implanter dans différents pays des unités de production.
La première en date fut celle de Belgique à Bruxelles Forest en 1926. Elle s'étend sur 60 670 m²; 1 250 personnes y sont aujourd'hui employées à la production des Méhara et des camionnettes AZU et AK destinées au marché français et à l'exportation (Production 1971 : 63 548 véhicules).

En 1958 Citroën construisit à Vigo, en Espagne, une usine de montage de 119 110 m², occupant 3 800 personnes qui assurent le montage des véhicules Citroën, à l'exclusion des DS et SM. (Production 1971 : 42.458 véhicules).

Au Portugal, l'usine de Mangualde fut construite en 1963, sur 10 760 m², avec un effectif de 317 personnes pour le montage des 2 CV, Dyane, Ami, GS et D (Production 2 905 véhicules).

Sur des marchés plus éloignés, en Amérique du Sud, des usines de montage furent implantées afin de satisfaire à la demande locale pour lesquelles les taux d'intégration nationale s'élèvent régulièrement. La première fut l'usine du Chili, à Arica, ouverte en 1959, sur 19 820 m² avec un effectif de 819 personnes. Elle effectue le montage des 2 CV 6 et camionnettes 2 CV. (Production 1971 : 6 000 véhicules).

En Argentine, l'usine de Buenos Aires entra en production en 1960, sur 84 270 m². Cette usine monte des 2 CV - Ami 8 Break et Méhari (17.316 unités en 1971).
Vers l'Est, c'est en Iran, à Téhéran, que Citroën a développé depuis 1968, avec la SAIPAC, une unité de production qui monte des Dyane, et des Baby-brousse (véhicule dérivé de la Méhari carrosserie métallique) 5.670 véhicules en 1971.

Il s'agit dans tous ces cas de 6 filiales industrielles de Citroën S.A. Mais il existe d'autres unités industrielles qui produisent des véhicules Citroën. Celles-ci ont avec Citroën des accords de type différent, portant sur des licences de fabrication.

Parmi elles, la Société Yougoslave Tomos était liée depuis 1960 à Citroën pour monter dans ses usines de Koper les véhicules 2 CV, Dyane et GS (depuis 1971). Sa production en 1971 atteint 8 645 véhicules. Devant l'extension de ce marché, la décision a été prise de créer une société mixte franco-yougoslave (Cimos), qui doit permettre de produire dans les années à venir plus de 18 000 véhicules Citroën de tous types.

Des accords de montage ont également été conclus avec des sociétés au Dahomey, à Madagascar, en Uruguay, au Viet-Nam, au Paraguay, en Indonésie et en Côte d'Ivoire. Ils portent sur des quantités moindres de véhicules, le plus souvent du bas de la gamme : 2 CV, Dyane, Méhari, Ami 8 et camionnettes.

En outre, dans le cadre de Comotor, filiale commune Citroën-NSU, une nouvelle usine à Altforweiler dans la Sarre, doit commencer à produire en 1973 à petite cadence, des moteurs à piston rotatif.

Citroën met with such success that it was forced, in order to cope with the extension of certain foreign markets, to set up production units in various countries.

Chronologically speaking, Belgium was the first (Brussels Forest, 1926). The works cover 653,000 sq. ft and employ a staff of 1,250, producing Mehara and AZU and AK vans intended for the French and Export Markets (present yearly production : about 63,548 vehicles).

In 1958, at Vigo in Spain, Citroën built a 1,282,000 sq. ft assembly plant employing 3,800 people assembling all Citroën vehicles except DSs and SMs (yearly production 42,458).

The Mangualde works, in Portugal, were built in 1963 on 116,000 sq. ft, with a strength of 317 persons for the assembly of 2 CVs, Dyanes, Amis, GSs and Ds (yearly production 3,000 vehicles).

In more remote markets, in South America, assembly plants were set up to meet local demand, for which the percentage of national integration is steadily rising.

The first were the Chile works at Arica, opened in 1959 on 213,000 sq. ft, with a staff strength of 819. It handles the assembly of 2 CV 6s and 2 CV light vans (yearly production about 6,000 vehicles).

In Argentina, the Buenos-Ayres plant came into production in 1960 on an area of 907,000 sq. ft. This factory assembles 2 CVs, Ami 8 estates and Mehara (17,316 vehicles per annum).

To the East, it is at Tehran, Iran, that Citroën has since 1968 developed, with SAIPAC, a production unit assembling Dyanes and "Baby-brousses" (a vehicle derived from the Mehari, but with a metal body. 5,670 vehicles in 1971).

In every case, industrial subsidiaries of Citroën S.A. are involved. But there do exist industrial units producing Citroën vehicles. These have agreements of various types with Citroën, covering production licences.

Among them, the Jugoslav company Tomos had been connected with Citroën since 1960 for the assembly, in its Koper works, of 2 CV, Dyane and GS's vehicles (since 1971). Its annual production had reached 9,000 vehicles. In view of this market's extension, it has been decided to create a mixed Franco-Jugoslav company (Cimos), which should in coming years allow the production of 18,000 Citroën vehicles of all types.

Similar agreements have also been concluded with companies in Dahomey, Madagascar, Uruguay, Viet-Nam, Paraguay, Indonesia and the Ivory Coast. These cover smaller quantities of vehicles, more usually from the lower part of the range : 2 CVs, Dyanes, Mehara, Ami 8 and light vans.

Moreover, under the Comotor agreement (Comotor being a common Citroën-NSU subsidiary), a new factory at Altforweiler in the Saar is scheduled to start small-scale production of a rotary-piston engine in 1973.

LES FILIALES COMMERCIALES A L'ÉTRANGER

Le développement de l'exportation, particulièrement marqué depuis 1965, a rendu nécessaire l'organisation d'un réseau structuré, et l'implantation de 16 filiales commerciales en Europe, et en Amérique. Ces filiales sont chargées de l'importation des véhicules Citroën dans leur pays d'implantation, de leur distribution, par l'intermédiaire d'un réseau commercial de type semblable à celui existant en France, du service à la clientèle, et du développement du marché Citroën par la publicité et la promotion des ventes.

Ces filiales sont implantées en particulier dans les pays du Marché Commun.
- En Italie, à Milan (44 962 immatriculations en 1971).
- En Allemagne, à Porz, près de Cologne (38 464 immatriculations en 1971).
- En Hollande, à Amsterdam (36 257 immatriculations en 1971).
- En Belgique, à Bruxelles (21 904 immatriculations en 1971).
- En Angleterre, près de Londres, à Slough (7 095 immatriculations en 1971.)

Débordant le cadre du Marché Commun :
- En Espagne, à Madrid (42 452 immatriculations en 1971).
- En Suisse, à Genève (11 500 immatriculations en 1971).
- Au Portugal, à Lisbonne (2 861 immatriculations en 1971).
- En Autriche, à Vienne (4 207 immatriculations en 1971).

Dans les pays nordiques, trois filiales sont implantées :
- Au Danemark, à Copenhague (3 724 immatriculations en 1971).
- En Norvège, à Oslo (768 immatriculations en 1971).
- En Suède, à Stockholm (1 373 immatriculations en 1971).

Deux filiales réunies sous une seule direction ont également été ouvertes aux États-Unis, à New York et Los Angeles (2 006 livraisons en 1971).
En Amérique du Sud, deux filiales commerciales distribuent la production réalisée dans les unités de production nationales, en Argentine à Buenos Aires, et au Chili à Santiago.

Un réseau d'agents de plus en plus structuré vient compléter l'action des filiales et des Importateurs. C'est ainsi que Citroën compte 623 points de vente et de service en Italie, 464 en Allemagne, 376 en Belgique et Luxembourg, 178 aux Pays-Bas, 116 en Grande-Bretagne, 114 en Suède, 63 au Danemark, 45 en Norvège. Pour l'Europe occidentale, hors du Marché Commun, on compte 400 agents en Espagne, 204 en Suisse, 51 en Autriche, 81 au Portugal. En Yougoslavie 44 points de vente. En Afrique du Nord 60 points de vente.

Grâce à ce réseau étendu, aussi bien en France que dans le monde, Citroën est présent sur tous les marchés.
En France, 2 910 000 Citroën roulaient à la fin de l'année 1970 soit 27,2 % du parc automobile national, deuxième position après Renault (27,9 %), devant Peugeot (17,6 %) et Simca-Chrysler (13,3 %), les véhicules étrangers représentant 14 % du parc national.
A l'étranger, le parc est d'environ 900 000 véhicules. C'est donc un total de 3 800 000 véhicules Citroën qui roulent aujourd'hui dans le monde.

The development of exports, particularly marked since 1965, has made it necessary to organize a structured network and to set up sales subsidiaries in all European countries and in America.

These subsidiaries handle the import of Citroën vehicles into their respective countries, their distribution through a commercial network of a type similar to that operating in France, customer service, and Citroën market development through advertising and sales promotion.

THE COMMON MARKET

These subsidiaries are more especially active in the Common Market countries. In Germany, at Porz, near Cologne (38,464 registrations in 1971). In Italy, at Milan (44,962 registrations in 1971). In Belgium, at Brussels (21,904 registrations in 1971).

In the Scandinavian countries, there are 3 subsidiaries : at Copenhagen, Denmark (3,724 registrations in 1971); Oslo, Norway (768 registrations in 1971); and Stockholm, Sweden (1,373 registrations in 1971).

Two subsidiaries under a single management have also been opened in the USA, at New York and Los Angeles (deliveries in 1971).

In South America, two commercial subsidiaries distribute the vehicles assembled by the national production units, in Argentina at Buenos Ayres and in Chile at Santiago.

MANY SALES POINTS

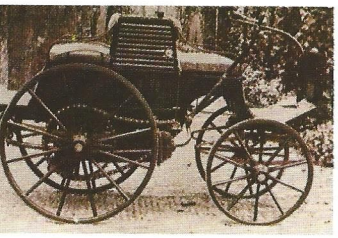
A better and better structured network of agents is completing the action of the subsidiaries and importers. For instance Citroën has 464 sales points in Germany, 623 in Italy, 376 in Belgium and Luxembourg, 178 in the Netherlands, 116 in the United Kingdom, 114 in Sweden, 63 in Denmark and 45 in Norway. In Western Europe, outside the Common. Market countries, there are 400 agents in Spain, 204 in Switzerland, 51 in Austria and 82 in Portugal. Sales points number 44 in Jugoslavia, and 60 in North Africa.

3,800,000 VEHICLES

Thanks to this extensive networks, both in France and throughout the World, Citroën in present in every market. The following figures give an idea of how well the marque is represented.

There were 2,910,000 Citroëns on the roads of France by the end of 1970, i.e. 27.2 % of the overall national automobile fleet, just behind Renault (27.9 %), and in front of Peugeot (17.6 %) and Simca-Chrysler (13.3 %), foreign vehicles representing 14 % of the French national fleet.

Abroad, in the lands to which Citroën exports its production, the overall fleet of the marque is about 900,000 vehicles. There are thus all told, some 3,800,000 Citroën vehicles at present on the roads of the World.



1890 Panhard et Levassor
(Photo Citroën 11.1)

PANHARD

1890 : la doyenne des automobiles est née. Elle roule ! Il s'agit d'une voiture mue par un moteur à explosion au pétrole.
1892 : un catalogue est édité. C'est le premier de l'histoire de l'industrie automobile.
1895 : Paris-Bordeaux-Paris première course automobile de l'histoire. Elle est gagnée par une Panhard Levassor.
Tout en inaugurant de façon magistrale l'ère de l'automobile moderne, ces événements plaçaient la Société Panhard et Levassor au premier rang des "pionniers" de l'automobile.

Pendant dix ans, les Panhard gagnent pratiquement toutes les compétitions auxquelles elles participent. Elles battent de nombreux records (vitesse et endurances) Enfin, à partir de 1950, elles remportent de fréquentes victoires en course, et aux 24 Heures du Mans.
Jusqu'en 1940, les voitures de tourisme de la marque furent reconnues parmi les meilleures par leurs caractéristiques d'avant-garde, parmi lesquelles il faut citer le fameux moteur sans soupapes. Cette tradition s'est prolongée à partir de 1946 avec l'apparition des "Dyna" à traction avant et à refroidissement à air.
Ce parallélisme avec les recherches entreprises par Citroën est à l'origine du rapprochement des deux Sociétés qui concluent, en 1955, un premier accord. Il aboutit à la fusion en juillet 1965.
La Société de Constructions Mécaniques Panhard et Levassor, dont Citroën détient 98,6 % du capital, assure aujourd'hui les fabrications militaires des Anciens Établissements Panhard et Levassor.

1890 : Birth of the first of motor cars. This was a cabriolet powered by a paraffin-fuelled internal combustion engine.

1892 : A catalogue was published : the first in motor-car history.

1895 : Paris-Bordeaux-Paris : These events placed the Panhard and Levassor company in the forefront of motor-car pioneers.

For ten years, the Panhards were to win practically every competition in which they took part. They thereafter established numerous speed and endurance records.

Finally, as from 1950, they were to be victorious in many racing events, more especially the Le Mans 24-hour race. Up to 1940, the marque's touring cars were recognized as being among the best for their avant-garde characteristics.

This tradition was continued with the introduction, in 1946, of the "Dyna" series, with front-wheel drive and an air-cooled engine.

This parallelism with research trends at Citroën's was at the origin of the rapprochement between the two companies in 1955. It led to a merger in 1965

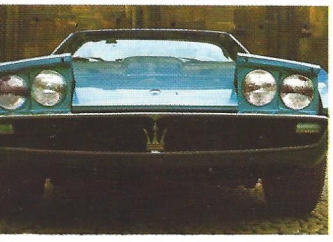
The Société des Constructions Mécaniques Panhard et Levassor, 98.6 % of whose capital is in the hands of Citroën, now deals with the military production orders obtained by the Anciens Établissements Panhard et Levassor.

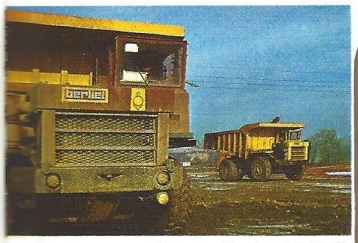
MASERATI

Grands prix de Tripoli, Rome, Monza, Espagne, France, Belgique, Indianapolis, Argentine, San Remo..., commence en 1926, le palmarès de Maserati fait le tour du monde. En 1957, un argentin nommé Juan Manuel Fangio triomphe au Championnat du Monde avec Maserati.
Les nombreux trophées remportés au fil des années par le trident de Neptune (emblème de Maserati) ainsi que la fabrication de ses luxueux véhicules, ont permis à Maserati de conquérir le marché des voitures sportives de grand luxe.
Les accords de coopération conclus en 1967 entre Maserati et Citroën ont abouti en 1969, à une prise de participation majoritaire (75 %) de Citroën dans le capital de l'"Officine Alfieri Maserati".
Le rôle de cette filiale est double. Il réside, d'une part, dans la conception, la réalisation et la commercialisation de voitures de grand luxe et sportives; d'autre part, dans l'étude, la mise au point et la fabrication de moteurs destinés à des véhicules de série Citroën. Le premier résultat de ces accords fut la sortie en 1970 de la Citroën SM équipée d'un moteur 6 cylindres Maserati.
Parallèlement à ces moteurs, Maserati continue à produire ses modèles : la Mexico, la Ghibli, l'Indy, la Bora.
L'officine Alfieri Maserati emploie au total 800 personnes (1971) et s'étend sur 43 700 m² de terrain dans le quartier nord-est de Modène.

Tripoli, Rome Monza, French, Belgian, Indianaplolis, Argentina, San Remo Grand Prix... Maserati's wreath of laurels circles the world. In 1957, an Argentine named Juan Manuel Fangio took Maserati to victory in the World Championship.
The numerous trophies won through the years by the Neptune trident (the company emblem), and the hand-crafting of its luxurious vehicles, allowed Maserati to corner a healthy part of the luxury sports car market.
Cooperation agreements concluded between Maserati and Citroën in 1967 led, in 1969, to Citroën's becoming the largest shareholder (75 %) in the officina's Alfieri Maserati.
The part played by this subsidiary has been a dual one : on the one hand, it is the design, building and marketing of sports cars; and, on the other, the perfecting and delivery of engines intented for mass-produced Citroën vehicles.
The first result was the 1970 introduction of the SM, powered by a 6-cylinder Maserati engine.
Side-by-side with the production of these engines, Maserati continues to produce its own models : Mexico, Ghibli, Indy and Bora.
The Officina Alfieri Maserati has a total staff of 800 (1971), and covers 470,000 sq. ft of floor space in the North-Eastern quarter of Modena.

Photo André Martin (Citroën 14.73)





(Photo Berliet 10.640)

BERLIET

Lorsqu'en 1895, Marius Berliet construit sa première voiturette à 2 places, il ne fait que concrétiser le penchant qu'il a toujours eu pour la mécanique.
Cet aspect du véhicule est, en effet, le seul qui le préoccupe car, dit-il, "je ne veux pas être un constructeur de monstres équipés de mécaniques anormales".
De même que les dollars que lui propose, en 1904, M. Pitkins, le Président de l'Américan Locomotive Corporation. en échange du droit de reproduction de ses voitures, ne sont pour lui que l'occasion de construire sa première usine.
La locomotive de M. Pitkin's va désormais orner le capot de tous les véhicules de la marque : les voitures de tourisme, tout d'abord, puis, les camions qui vont faire, au fil des années, la renommée de Berliet.
Attentif à l'évolution du progrès technique, Berliet pressent toutes les possibilités d'avenir contenues dans l'apparition du Diesel.
50 ans avant les autres, il pense "Europe"; et c'est en tant que 1er constructeur européen de poids lourds qu'il signe avec Citroën, en 1967, un accord pour une meilleure harmonisation des activités des deux Sociétés. Depuis cette date, Citroën S.A. possède 97,2 % du capital des Automobiles Berliet.
Aux usines de Vénissieux et de Bourg-en-Bresse, se sont ajoutées en 1971, trois nouvelles usines : celles de l'Arbresle, Chambéry (usine Camiva) et Mions.
L'effectif total du personnel de la Société Automobiles M. Berliet s'élevait, au 31 décembre 1971, à 19 014 personnes. Sur les 25 747 véhicules produits cette même année par Berliet, 2 413 ont été montés pour le compte de Citroën.

When, in 1895, Berliet built his first light 2-seater car, he was but putting into practice his bent for mechanical engineering.
This aspect of the vehicle was, in fact, the only one to interest him for, as he said, "I do not want to build monsters with abnormal mechanical parts".
Just as competitive motoring only represented, for Marcel Berliet, a means to his ends, the dollars which Mr Pitkins, President of the American Locomotive Corportation, proposed to him in 1904 in exchange for the right to reproduce his cars, were for him merely an opportunity to build his first factory.

Mr Pitkin's locomotive was henceforward to be the crest on the radiator of all the make's vehicles : touring cars first of all, then the "lorries" which were, throught the years, to build up the fame of Berliet.
Attentive to technological advances, Berliet foresaw all the possibilities in store for the Diesel engine. 50 years before the others, he was was already thinking "Europe"; and it was in his capacity as an European builder of heavy lorries that, in 1967, he signed with Citroën and agreement for better harmonization of the two Companies' activities.
Since that time, Citroën owns 97.2 % of the capital of Automobiles Berliet; to the Vénisseux and Bourg-en-Bresse works have been added, three new factories in 1971 : those of l'Arbresle, Chambéry (Camiva works) and Mions.

The personnel of the Société Automobile M. Berliet was thus, on 31 december 1971, 19,014 strong.
Of the 25,747 vehicles produced during this same year, 2,413 were assembled for Citroën's account.

(Photo Citroën 10.639)

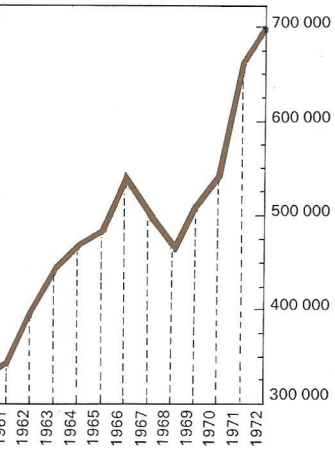
LES TRANSPORTS CITROËN

Depuis 1931, les "Cars Citroën" parcourent les routes sur leurs 200 lignes essentiellement interurbaines. Deuxième société française de transports routiers de voyageurs, ils ont transporté en 1971 25 000 000 de voyageurs sur 40 000 000 de kilomètres soit 40 fois le tour de la terre. Les Transports Citroën transportent par wagons et camions la moitié de la production Citroën.

La chaîne de location CITER, créée par les Transports Citroën avec la participation du réseau commercial Citroën et la STUR, est devenue la deuxième de France avec ses 6 000 véhicules.
Dix agences de voyages, auxquelles s'ajoutent les agences franchisées d'un nombre croissant de concessionnaires, sont en passe de faire de CITER l'un des grands spécialistes des voyages, notamment dans le domaine du tourisme automobile avec ses "Méharées" lointaines.
Un réseau de transports de messageries par camions est en cours de constitution, par extension des 2 centres existant déjà à Nantes et Strasbourg.

Avec leurs 1 700 personnes et leurs 1 700 véhicules roulants, les Transports Citroën sont une société en plein essor. Son chiffre d'affaire a doublé en 4 ans.

Ever since 1931, "Cars Citroën" (Citroën coaches) have been covering the roads on their 200 lines, chiefly town to town. They come second among French road passenger transport companies and, in 1971, moved 25,000,000 passengers over 25,000 miles - 1,000 times the earth's circumference. Using railway trucks and carrier semi-trailers, they move one half of the Citroën production.
The CITER car-rental service, set up by Transports Citroën with the assistance of the Citroën commercial networks and the STUR, has become No. 2 in France with its 6,000 vehicles.
Ten travel agencies, to which are to be added the approved agencies of an increasing number of concessionaires, are tending to make CITER develop into one of the greatest of travel specialists, more especially in the automobile field, with its long-range "Méharées".
A network of parcel deliveries by lorry is being built up by extension of the two centres already operating in Nantes and Strasbourg.
With 1,700 staff and 1,700 vehicles on the road, "Transports Citroën" are a company in full expansion. The turnover doubled in four years.



LA PRODUCTION CITROËN

ANNÉE	TOTAL	VOITURES PARTI-CULIÈRES	VARIA-TION ANNUELLE
1944	2 318		
1945	9 432		+ 307 %
1946	24 445		+ 158 %
1947	28 981		+ 18,5 %
1948	42 785		+ 47,6 %
1949	63 924		+ 49,4 %
1950	81 768		+ 27,9 %
1951	101 161		+ 23,7 %
1952	117 674		+ 15,2 %
1953	137 555		+ 16,8 %
1954	154 054		+ 11,9 %
1955	181 824		+ 17,3 %
1956	190 903		+ 4,9 %
1957	206 138		+ 7,9 %
1958	246 305		+ 19,4 %
1959	286 893		+ 16,4 %
1960	316 218		+ 10,2 %
1961	337 316	255 542	+ 6,6 %
1962	391 784	314 264	+ 16,1 %
1963	437 799	357 822	+ 11,4 %
1964	464 959	374 755	+ 6,2 %
1965	488 624	401 439	+ 5 %
1966	534 978	541 875	+ 9,4 %
1967	500 030	419 245	— 6,5 %
1968	460 712	384 040	— 7,8 %
1969	505 997	425 508	+ 9,8 %
1970	540 157	471 078	+ 7 %
1971	663 625	578 328	+ 22,8 %

CITROËN DANS LE MONDE

Présent partout dans le monde avec plus de 7 500 points de vente, le commerce Citroën, sans compter le réseau de ses agents, représente un effectif total de près de 20 000 personnes dont :

- 1 200 pour Automobiles Citroën;
- 5 125 pour la Société Commerciale;
- 10 000 pour les filiales d'Europe;
- 3 400 pour le personnel hors Europe.

Sur le plan industriel, Citroën compte 32 unités de production (fabrication ou montage) réparties sur tous les continents.

Present all over the world, with more than 7,500 points of sales, Citroën Commercial, apart from its network of agents, represents a total force of some 20,000 persons, of whom :

- 1,200 for Automobiles Citroën
- 5,125 for Société Commerciale
- 10,000 for European subsidiaries
- 3,400 for subsidiaries outside Europe.

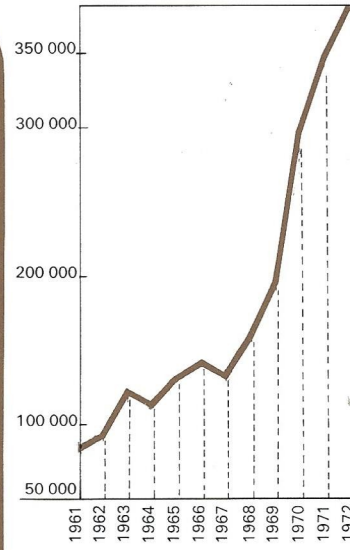
Industrially speaking, Citroën has 32 production units (manufacture or asembly) spread over all continents.

LES EXPORTATIONS CITROËN

De 1961 à 1971, les exportations ont progressé de 262,30 %. Un quart de la production, en 1961, était réservé aux marchés d'exportation. Avec le développement de ces derniers, c'est aujourd'hui la moitié de la production qui est distribuée à l'étranger. Les chiffres ci-dessous rendent compte de cette évolution.

Between 1961 and 1971, exports rose by 262.30 %. In 1961, one quarter of production only was reserved for export markets. With the growth of these, one half of production is now distributed abroad. The figures below illustrate this trend. The best export years were 1963, 1969 and 1970.

ANNÉE	PRO-DUCTION	EXPOR-TATION	V.P.	ÉVOLU-TION	% PRO-DUCTION
1961	337 316	90 898	64 041		26,94
1962	391 784	93 494	69 588	+ 2,8 %	23,85
1963	437 799	112 174	81 729	+ 19,6 %	25,62
1964	464 959	109 886	78 776	— 2,4 %	23,63
1965	488 624	126 276	93 879	+ 14,9 %	25,84
1966	534 978	132 950	103 824	+ 5,2 %	24,85
1967	500 030	129 517	95 631	— 2,5 %	25,90
1968	460 712	153 376	124 873	+ 18,4 %	33,29
1969	505 997	196 041	160 078	+ 27,8 %	38,74
1970	540 157	285 558	235 613	+ 45,3 %	52,86
1971	663 625	329 327	263 748	+ 15,2 %	49,62



PRINCIPAUX PAYS D'EXPORTATION

De 1965 à 1971 un important développement a été enregistré dans le domaine de l'exportation, puisque celle-ci a progressé de 156,77 % dans son ensemble entre ces deux dates.

Cette évolution a été particulièrement sensible dans les pays du Marché Commun, où l'effort avait été porté en priorité (Italie : + 1 699 % d'augmentation des immatriculations en six ans). Les chiffres ci-dessous (immatriculations par pays) rendent compte de cette progression. Pour interpréter l'évolution des immatriculations en Belgique il faut savoir que le marché total belge est en diminution de 11,05 %. L évolution de Citroën dans ce pays — 1,13 % traduit donc une augmentation relative de sa part dans le marché national.

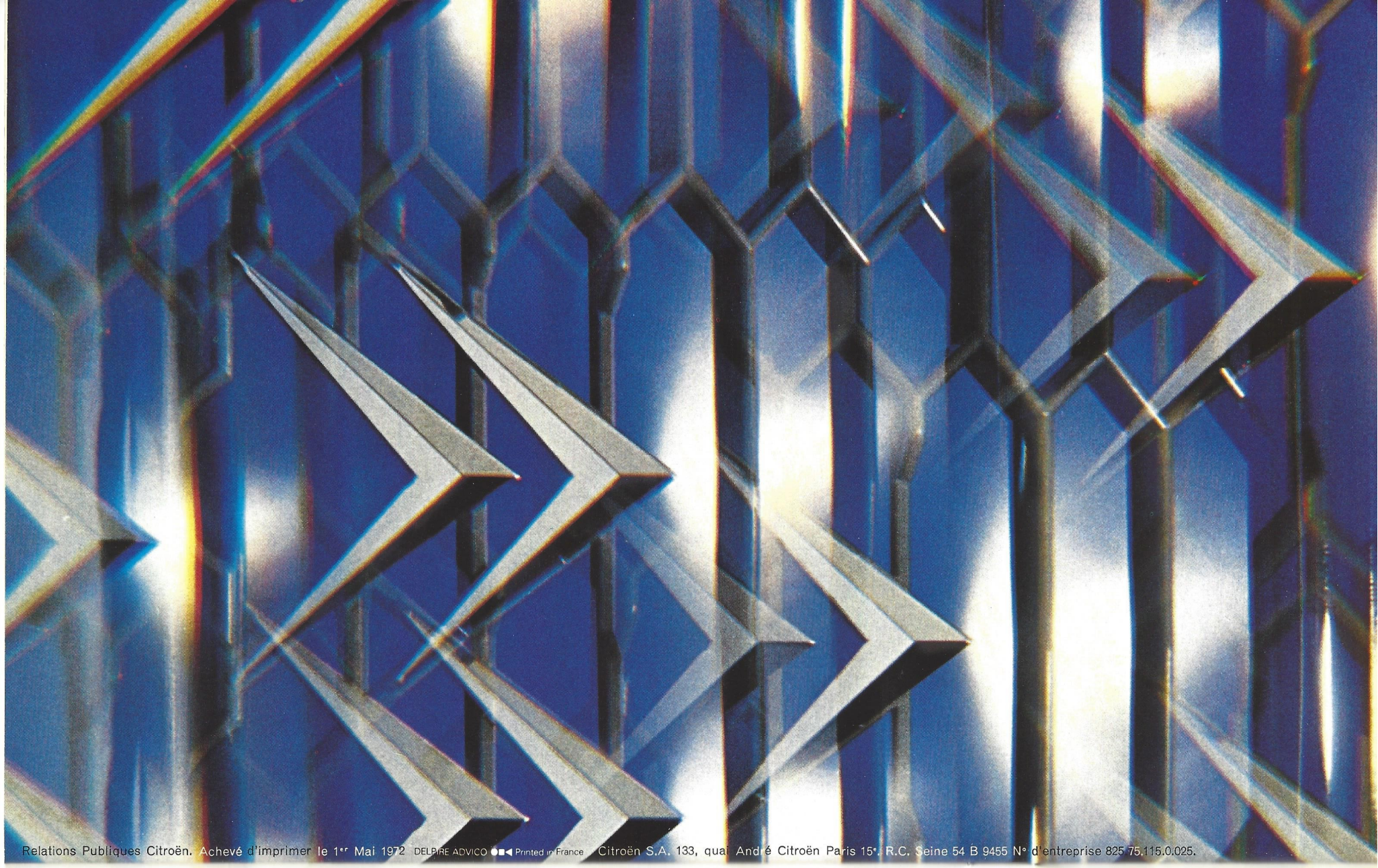
Between 1965 and 1971, a major development was noted in the export field, since its overall increase was 156.77 % between these dates.

This trend was more especially appreciable in the Common Market countries, given a high priority in the sales effort (Italy : + 1,699 % for registrations in six years).

The figures below (registrations per country) show this rise.

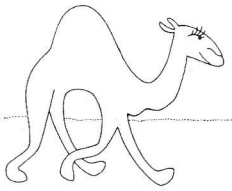
For proper interpretation of the development of registrations in Belgium, it must be known that the overall Belgian market is down by 11.05 %. Citroën's development in this country (— 1.13 %) thus denotes a percentage increase in its share of the national market.

PAYS	1965	1971	ÉVOLUTION
Allemagne	13 700	38 464	+ 180,75 %
Angleterre	471	7 095	+ 1 406,36 %
Autriche	915	4 207	+ 359,78 %
Belgique	21 999	21 749	— 1,13 %
Danemark	569	3 724	+ 554,48 %
Espagne	37 659	41 166	+ 931,00 %
Hollande	14 643	36 257	+ 147,60 %
Italie	2 499	44 962	+ 1 699,19 %
Portugal	789	2 861	+ 262,61 %
Suisse	5 528	11 500	+ 108,03 %



Relations Publiques Citroën. Achevé d'imprimer le 1er Mai 1972 DELPIRE ADVICO Printed in France Citroën S.A. 133, quai André Citroën Paris 15e. R.C. Seine 54 B 9455 N° d'entreprise 825 75.115.0.025.

échos



Dessin de Siulnas
Extrait de "Mundo Citroën" nº 11, publication de Citroën-Argentine,
(document Citroën nº 12.117)

Relations Publiques Citroën. Achevé d'imprimer le 1er Mai 1972 DEPRE ADVICO Printed in France Citroën S.A. 133, quai André Citroën Paris 15e. R.C. Seine 54 B 9455 N° d'entreprise 62 7 15.150.023.

échos

LA SM MEILLEURE VOITURE DU MONDE

Photo Citroën 10.609

LOS ANGELES (États-Unis). L'une des plus importantes revues automobiles du monde, le magazine "Motor Trend", a décerné son trophée de la meilleure "voiture de l'année" 1972 à la Citroën SM, élue après des tests de longue durée parmi 87 véhicules américains ou étrangers présents sur le marché des USA, notamment la Porsche 911 S, la Mercédès 280 SEL, la Jaguar XJ6, la Ferrari Dino 246, la Lincoln Mark IV, la Cadillac Eldorado, etc... Le jury de spécialistes statuant après les sélections préliminaires, était composé de : l'ingénieur Bill Miliken, directeur de la division des prototypes au Cornel Aéronautical Laboratory; du pilote Phil Hill, ex-champion du monde; du styliste Stother Mac Minn, chef du département "Transportation Design" de l'"Art Center College of Design" de Los Angeles; du journaliste spécialisé bien connu Karl Ludvigsen; et de Éric Dahlquist, éditeur de "Motor Trend" (ci-contre, à gauche, remettant le trophée à René France, directeur de Citroën-USA). Ils désignèrent la SM comme représentant la meilleure synthèse des qualités d'esthétique, d'habitabilité, d'aérodynamique, de performance sur route et de sécurité, et résolvant "avec une rare élégance la plupart des problèmes fondamentaux du design automobile". "La Citroën SM, écrit Motor Trend, possède pratiquement toutes les qualités de ses concurrentes mais elle offre en plus une séduction unique et irrésistible pour tous ceux qui aiment l'automobile".

SM NAMED BEST CAR IN THE WORLD

LOS ANGELES (USA). One of the most influential motor car publications in the world, the periodical "Motor Trend", awarded its trophy for the best "car of the year" 1972 to the Citroën SM, elected after long-term testing of 87 American and foreign cars present on the American market, and in particular the Porsche 911 S, the Mercedes 280 SEL, the Jaguar XJ6, the Ferrari Dino 246, the Lincoln Mark IV, the Cadillac Eldorado, and so on. The jury of specialists, which judged entries after preliminary selection, was made up of engineer Bill Miliken, Prototype Division Manager at the Cornel Aeronautical Laboratory; pilot Phil Hill, late world champion; stylist Stother MacMinn, head of the "Transportation Design" Department of the Los Angeles Art Center College of Design; the well-known motoring journalist Karl Ludvigsen; and Eric Dahlquist, publisher of "Motor Trend" (seen on the left hand side photo handing the trophy to René France, Manager of Citroën USA). They named the SM as representing the best combination of aesthetics, roominess, streamlining, road performance and safety, and as solving "with a rare degree of elegance the fundamental problems of automobile design". "The Citroën SM had most of these features plus an irresistibly unique attraction for people who love cars".

NAISSANCE DE LA CIMOS

Photo Citroën 10.610

PARIS (France). Citroën a signé le 15 Mars 1972 un contrat d'investissement en commun avec les entreprises yougoslaves Tomos et Iskra. Aboutissement logique du contrat de coopération industrielle qui lie depuis 1960 Tomos et Citroën, ce nouveau contrat constitue une société mixte franco-yougoslave : la Cimos, au capital de 60 millions de francs (participation 51 % yougoslave, 49 % étrangère). D'une part, dans une nouvelle usine édifiée à Nova Gorica, Cimos produira des 2 CV berlines, des AMI 8 berlines et breaks, puis des GS berlines et breaks, et montera les différents types de DS; la production sera de 18 000 véhicules dans

une première étape pour atteindre plus tard 30 000 à 35 000 unités, dont une part destinée à l'exportation. D'autre part, dans les ateliers spécialisés de Senozece, Buzet et Koper, Cimos fabriquera, sur des machines transférées par Citroën en Yougoslavie, des pièces entrant dans la production journalière des usines françaises; ce programme représente pour la Yougoslavie une exportation annuelle d'environ 90 millions de francs. Ci-dessus M. Hocevar, Directeur Général de Tovarna Motornih Vozil "Tomos" (à gauche), M. José Erzen, Directeur Général de Iskra (à droite), et M. Raymond Ravenel, Président Directeur Général de la Société Anonyme des Automobiles Citroën (au centre), pendant la signature du contrat.

BIRTH OF CIMOS

PARIS (France). On 15 March 1972, Citroën signed a common investment contract with the Jugolav firms of Tomos and Iskra. A logical follow-up to the industrial cooperation contract in force since 1960 between Tomos and Citroën, this new contract sets up a mixed Franco-Jugoslav company : Cimos, with a capital of 60 million francs (51 % Jugoslav, 49 % French participation). On the one hand, in a new factory erected at Nova Gorica, Cimos will produce 2 CV saloons, AMI 8 saloons and estate cars, then GS saloons and estate cars, and will assemble the various types of DS; production will be 18,000 vehicles in a first stage, later to reach 30,000 to 35,000 units, part of them intended for export. On the other hand, in specialized shops at Senozece, Buzet and Koper, Cimos will, with machine-tools transferred to Jugoslavia by Citroën, manufacture parts entering into the daily production of the French works; this programme represents exports of some 90 million francs yearly for Jugoslavia.

90 000 KM NON STOP GS

Photo Citroën 10.611

RENNES (France). Une Citroën GS Club de série a parcouru 90 000 km en moins de deux mois (du 23 novembre 1971 au 19 janvier 1972). Son itinéraire quotidien comportait trois boucles partant de Rennes, chacune d'elles représentant environ 500 km à couvrir en 8 h, et plaçant volontairement la voiture dans des conditions difficiles de circulation : routes sinueuses et étroites du centre de la Bretagne, brouillard, pluie, verglas, etc... La GS, au volant de laquelle se relayaient cinq conducteurs, a parcouru chaque jour ces trois boucles avec une exemplaire régularité en consommant 9,6 litres aux 100 km pour une moyenne générale de 85,84 km/h.

56,000 MILES NON-STOP GS

RENNES (France). A production Citroën Club GS recently covered 56,000 miles in under two months (23 November 1971 to 19 January 1972). Its daily route included three loops based on Rennes, each representing about 310 miles to be covered in 8 hrs, and purposely placing the car under difficult running conditions : winding, narrow roads in central Brittany, mist, rain, iced roads, etc. The GS, with five drivers succeeding one another at the wheel, daily covered these loops with perfect regularity, for a petrol consumption of 29 mpg at an overall average speed of 53.34 mph.

LA "GRAN TRAVERSIA"

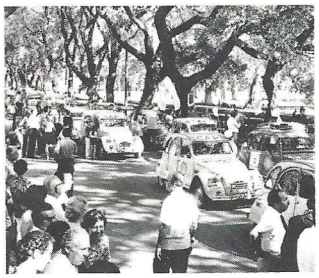


Photo Citroën 10.612

BUENOS AIRES (Argentine). Les 256 équipages qui, en 2 CV, 3 CV et AMI 8 ont participé à la traversée du continent Sud-Américain organisée par Citroën-Argentine ont parcouru en 28 jours un itinéraire de 11 000 km vers la Terre de Feu, puis Santiago du Chili à travers la Cordillière des Andes, et retour à Buenos Aires où ces équipages, dont certains étaient constitués de familles entières, ont fait une entrée triomphale sur le circuit municipal de Palermo. Ils ont remis au régiment des grenadiers un coffret de la Terre de Chacabuco (Chili) où les géné-

raux argentin San Martin et chilien O'Higgins battirent les Espagnols dans les combats pour l'indépendance du Chili. C'est à l'image des raids organisés par Citroën et Total vers Kaboul et Persépolis que Citroën-Argentine avait proposé à ses plus jeunes et dynamiques clients cette "Gran Traversia" qui fut en tous points un succès. 1 000 jeunes américains du sud y ont récolté de multiples et passionnants souvenirs, retrouvé les lieux d'un passé glorieux et vécu une exaltante aventure commune dont tous souhaitent qu'elle se renouvelle très bientôt.

THE "GRAN TRAVERSIA"

BUENOS AYRES (Argentina). The 256 teams which, aboard 2 CVs and AMI 8s, took part in the crossing of the South American subcontinent organized by Citroën-Argentina covered, in 28 days, a route over 6,800 miles long towards Tierra del Fuego, then to Santiago de Chile across the Andes, and back to Buenos Ayres where these teams, some of which were made up of entire families, made a triumphal entry on to the Municipal Track at Palermo. They presented the grenadiers with a casket containing earth from Chacabuco (Chile) where the Argentine general San Martin and the Chilean general O'Higgins beat the Spaniards in the fight for the liberation of Chile. It was on the same lines as the long-range runs organized towards Kabul and Persepolis by Citroën and Total that Citroën-Argentina has proposed to its youngest and most go-ahead customers this "Gran Traversia", which was a success in every respect. 1,000 young South Americans collected numerous enthralling memories ont the trip, rediscovered the background of a glorious past, and lived in common a thrilling adventure which all participants hope to see renewed soon.

LA GS AUX DRAPEAUX

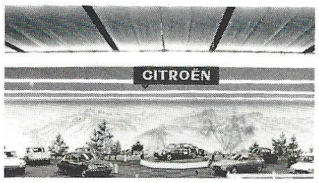


Photo Citroën 10.579

GENÈVE (Suisse). En Mars dernier, c'est la GS "sans frontière" qui avait la place d'honneur au stand Citroën du Salon de Genève, que visitèrent 580 000 personnes. Parmi tous les modèles Citroën et Autobianchi vendus en Suisse (11 500 véhicules en 1971), la GS décorée des drapeaux de nombreux pays et présentée sur un podium tournant, symbolisait le succès qu'elle y a déjà remporté, en même temps que sa vocation mondiale désormais confirmée (sur 157 245 GS vendues en 1971, 51 296 le furent hors de France).

FLAG-BEDECKED GS

GENEVA (Switzerland). In March last, the "frontierless" GS filled the place of honour on the Citroën stand at the Geneva Motor Show, seen by 580,000 visitors. Among all the Citroën and Autobianchi models sold in Switzerland (11,500 vehicles in 1971), the GS decorated with the flags of many countries and exhibited on a revolving stage symbolized the success it has already met with there and also its now confirmed world-wide vocation (out of 157 245 GSs sold in 1971, 51 296 were sold outside France).

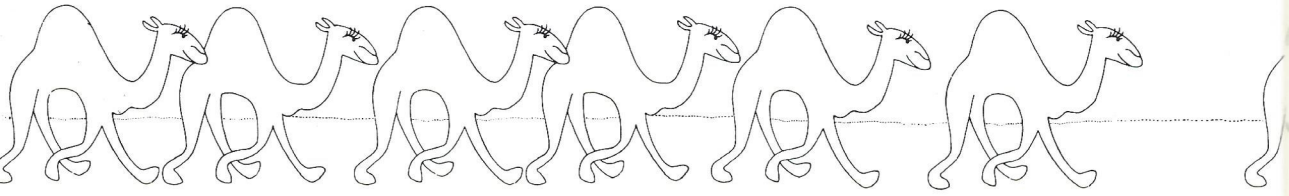
SM FRUA

Photo Citroën 10.604

GENÈVE (Suisse). Citroën à l'honneur chez les carrossiers au Salon de Genève : Pietro Frua, en utilisant une plateforme DS et la mécanique et la suspension SM, présente une berlinette 2 + 2, plus courte de 41,5 cm, moins haute de 12,5 cm, et plus légère de 245 kg que la SM de série. L'empattement est réduit de 32 cm, la voie arrière augmentée de 12,5 cm. Les articulations de la suspension avant se trouvent en arrière de l'essieu, de part et d'autre du moteur.

FRUA SM

GENEVA (Switzerland). Citroën was honoured by coachbuilders at the Geneva show : Pietro Frua, using a DS platform and the SM's engine and suspension, showed a 2 + 2 seater saloon 16 1/4" shorter and 540 lbs lighter than the



standard production SM. The wheelbase is reduced by 12 5/8", the rear track widened by almost 5". The articulations of the front wheels' suspension lie behind the axle, on either side of the engine.

AU SALON DE BRUXELLES

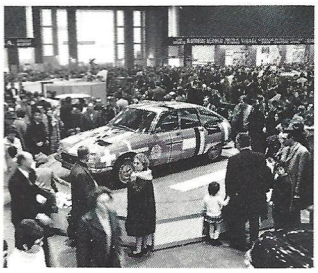


Photo Citroën 10.605

BRUXELLES (Belgique). Stand Citroën du 51e Salon de Bruxelles, en janvier, où tous les modèles de la marque se trouvaient exposés, jusque et y compris la monoplace d'initiation Mep X 27 de Formule Bleue. 21 904 Citroën furent vendues en 1971 sur le marché belge, soit 3,6 % de moins qu'en 1970, alors que le marché en général a subi une diminution de 11,4 %.

AT THE BRUSSELS SHOW

BRUSSELS (Belgium). Record crowds swamped the Citroën stand at the 51st Brussels Motor Show in January, where all the make's models were exhibited, including the "Blue Formula" Mep X 27 single-seater racing trainer. Citroën sales on the Belgian market for 1971 amounted to 21,904 vehicles, or 3.6 % less than in 1970, whereas the market as a whole flagged by 11.4 %.

LE MAROC CHEZ TOTAL

Photo Citroën 10.606

GENÈVE (Suisse). Sur le stand Total se trouvait exposée l'authentique SM victorieuse, pour sa première sortie en compétition, du Rallye du Maroc 1971 où elle était conduite par Jean Deschazeaux et, bien sûr, alimentée et lubrifiée par Total.

MOROCCO ON TOTAL STAND

GENEVA (Switzerland). On the Total stand was exhibited the very SM which, for its first competitive "outing", had won the 1971 Morocco Rally, driven by Jean Deschazeaux and fuelled and lubricated by Total.

L'OBJET

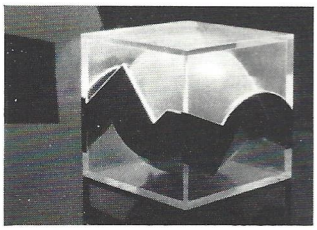


Photo Citroën 10.630

PARIS (France). Un objet inutile a été envoyé, au début de cette année, à quelques amis de Citroën : un cube de plastique transparent, s'ouvrant selon une ligne brisée, et contenant une sphère de plastique rouge. Un objet sans fonction définie, un objet pour le plaisir des yeux ou de la main. Il a été conçu et réalisé par le jeune et célèbre peintre espagnol Luis Feito qui expose ses œuvres en exclusivité à la Galerie Jean Robert Arnaud, 212 boulevard St-Germain, Paris 7e.

THE THING

PARIS (France). An object of no practical use whatever was sent as a New Year's gift to a few very good friends of Citroën : a transparent plastic cube opening along a broken line and containing a red plastic sphere. An artefact with no defined function, save the pleasure of the hand and that of the eye, it was thought up and created by the well-known young Spanish painter, Luis Feito, whose works are on exclusive show at the Arnaud Gallery, 212, boulevard Saint Germain, Paris 7e.

GS BERTONE

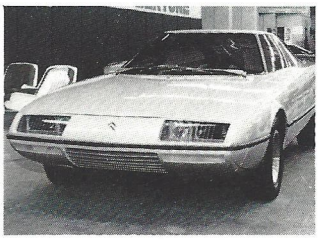


Photo Citroën 10.608

GENÈVE (Suisse). Bertone présentait sur son stand un coupé GS d'allure sportive. Cette carrosserie élaborée à partir de la

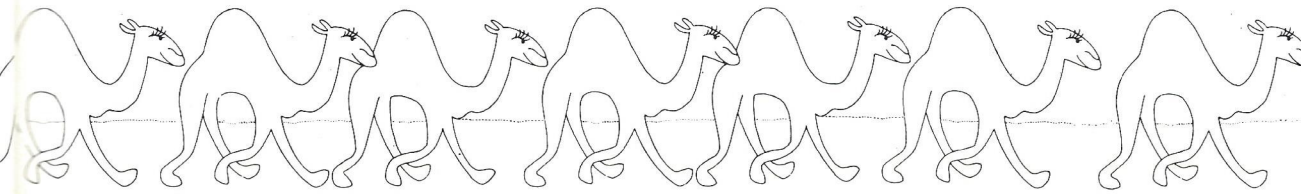


plate-forme d'origine a conservé à peu de choses près les mêmes dimensions extérieures que la berline de série (7 cm de plus en largeur, 20 cm de moins en hauteur) et le même empattement. Cette confortable 2 + 2 de ligne très aérodynamique, aux quatre phares rectangulaires carénés à l'avant, au pare-brise très avancé et très incurvé, possède une ligne de ceinture soulignée d'une épaisse moulure de caoutchouc (protection contre les chocs). Ce prototype nommé "Camargue" sera présenté au public français sur le stand Citroën des 24 heures du Mans.

UNE ANCETRE A CROQUER

Photo Citroën 10.613

BRUXELLES (Belgique). La "bombe" Citroën du Salon de Bruxelles 1972 était une doyenne de 50 ans : la 5 CV "Tréfle" de 1922, servie sous forme de bombe surprise au banquet annuel des agents belges qui commémorèrent ce cinquantenaire en dégustant l'ancêtre à belles dents.

A DELECTABLE VETERAN

BRUSSELS (Belgium). The Citroën "bombshell" of the 1972 Brussels Motor Show was a 50-year-old veteran : the 5 HP "Trèfle" of 1922, served up in the form of a "bombe surprise" at the Belgian agents' yearly banquet. They celebrated this golden jubilee by enthusiastically tucking into the succulent veteran.

LA SM PRIX DE L'INNOVATION

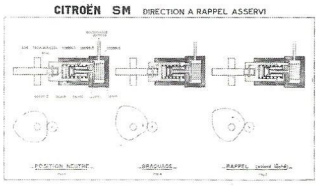


Schéma Citroën 17.50 T

PARIS (France). Sous l'égide des revues « Les Informations » et « Phase zéro », un jury de hauts responsables de la Recherche, de l'Industrie et de l'Administration, a décerné à Citroën le « Grand Prix Apollo de l'Innovation 1971 » pour la direction à rappel asservi de la SM (schéma ci-dessus).

"INNOVATION" AWARD

PARIS (France). Under the patronage of the periodicals "Les Informations" and "Phase zero", a jury of persons of great responsibility in Research, Industry and Civil Service awarded to Citroën the "Grand Prix Apollo for Innovation 1971", for its assisted steering system on the SM (diagram above).

H AU SAHARA

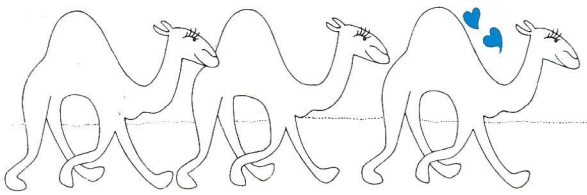
Photo Citroën 10.615

CONAKRY (Guinée). Monsieur et Madame José Berrueta ont choisi pour effectuer une série de reportages en Afrique un "H" Citroën d'occasion allongé. Avec un véhicule qui avait déjà parcouru plus de 80 000 km, ils ont couvert 12 000 km de sable et de cailloux, à travers montagnes et déserts. Du Maroc à la Guinée, les deux globe-trotters ont pu, à leur grande satisfaction, réaliser leur reportage dans les meilleures conditions.

"H" AS IN SAHARA

CONAKRY (Guinea). Mr. and Mrs. José Berruetas, have chosen a second-hand lengthened "H" Citroën van with which to complete a series of reportages in Africa. With a vehicle which had adready done over 50,000 miles, they covered 7,500 miles of sand and scree through mountain and desert land. To their great satisfaction, the two journalists were able to fulfil their assignment under the best of conditions, from Morrocco to Guinea.

échos



Deux SM pour le Président

SM convertible for the President

Photo Citroën 17.77

La visite en France de sa Majesté la Reine d'Angleterre, le 15 mai 1972, a été l'occasion de la première sortie officielle de 2 nouvelles voitures d'apparat de l'Élysée. C'est une version spéciale à quatre portes carrossée par Chapron. Ces voitures sont destinées à remplacer dans le garage présidentiel les Chambord décapotables qui datent de 1959.

De couleur "Black-Tudor" (gris foncé métallisé) et à capote noire, ces véhicules mesurent 560,3 cm hors tout (soit 71 cm de plus que le coupé), la largeur (183,6 cm) est inchangée par rapport au modèle de série.

Les sièges avant ont été déplacés vers l'extérieur et la direction de 60 cm vers la gauche pour permettre l'aménagement d'un siège d'interprète face aux passagers arrière.

La mécanique est identique aux modèles de série mais les rapports de boîte ont été modifiés pour permettre la circulation à faible allure pendant longtemps. Suspension et freinage de type SM sont adaptés à l'augmentation de poids du véhicule.

The visit to France of Her Majesty Queen Elisabeth II, on 15 May 1972, set the date of the first official outing of the new State convertible of the French Presidency. This is a special four-door version, with coachwork by Chaperon. Registered under the number 2 PR, the car is intended to replace, in the presidential garage, the Chambord convertible dating back to 1959.

"Tudor Black" in colour (a dark metallized gray), with a black hood, this vehicle has an overall length of 18' 41/2" (that is to say 2' 4" longer than the coupé), but its width (6' 01/4") remains unchanged by comparison with the standard version.

The front seats have been moved outwards, and the steering column 2' to the left, to allow for an interpreter's seat facing the passengers in the rear.

All mechanical features are the same as in the standard model, but the gear ratios have been modified to allow low-speed running for long periods on end. The SM-type suspension and braking system have been adapted to cope with the vehicle's extra weight.

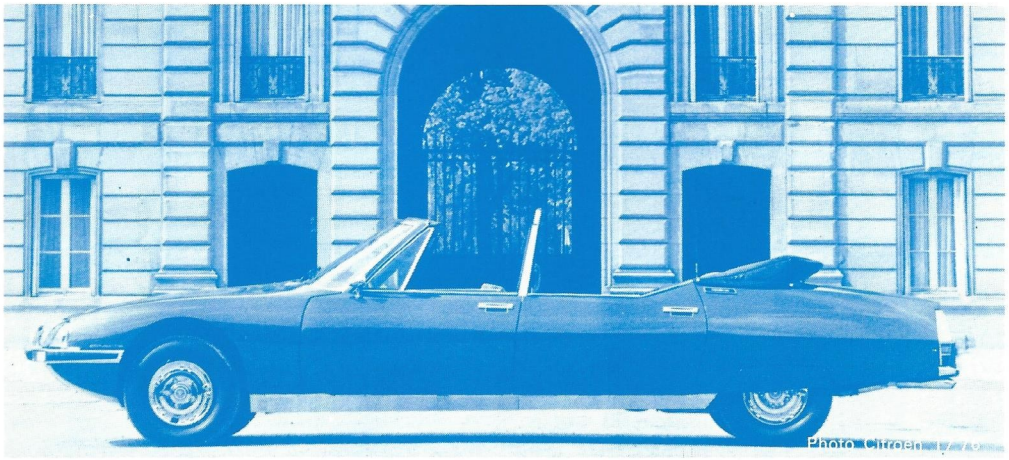


Photo Citroën

CHEZ L'ANTIQUAIRE

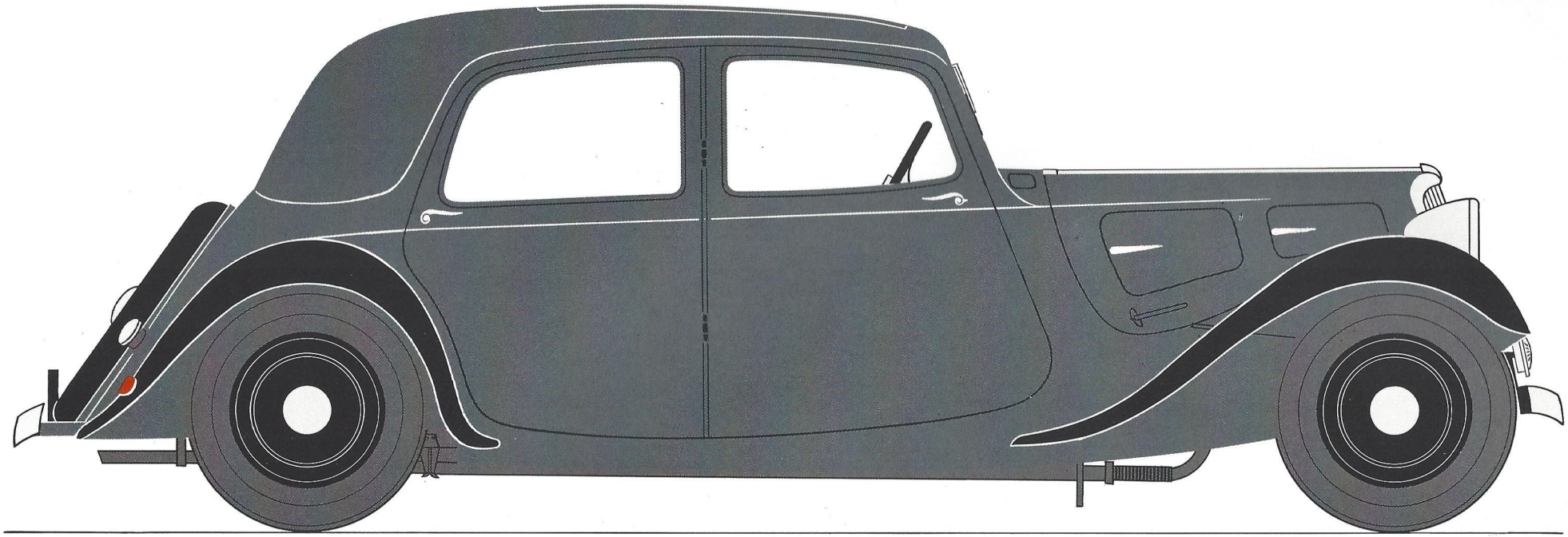
Citroën 7 A traction-avant, 1934

La "7 A" fut le premier modèle d'une lignée qui devait se prolonger jusqu'en 1957. Son succès ne se démentit en effet jamais, en dépit des critiques qui saluèrent sa sortie, le 3 Mars 1934. La première traction-avant Citroën fut présentée aux concessionnaires de la marque le 21 Mars et le premier client en prit livraison le 7 Mai. C'était vraiment une voiture révolutionnaire, réunissant en un ensemble cohérent une considérable somme d'innovations. Sa carrosserie et son moteur resteront des chefs-d'œuvre de conception et ont été une source d'inspiration pour de nombreux constructeurs. Pour la première fois au monde, on ne "monte" pas dans sa voiture : il n'y a pas de marchepied à franchir, on descend dans l'habitacle. L'adoption en grande série de la formule à traction-avant devait faire du terme "traction" le synonyme de "Citroën". Cette formule, ainsi que celle de la suspension (barres de torsion) à quatre roues indépendantes, devaient ouvrir le chemin à d'autres constructeurs. Le prix de lancement de la "7" était de 17 700 F au tarif du 15/4/34, en "berline 4 places avec coffre à bagages intérieur".

The "7 A" was the first model of a family that was be produced until 1957. Never was its success put to fault, in spite of the criticism which surrounded its first bow, on 3 March 1934. A first front-wheel-drive Citroën model was presented to the wholesalers on 21 March, and the first customer took delivery on 7 May. It was a truly revolutionary car - a coherent whole comprising a considerable sum of innovations. Its body and its engine will long remain among masterpieces of design, and have proved an inspiration to many manufacturers. For the first time in the world, one no longer had to "step up into" the car : there was no footboard to be coped with ; one just stepped down into the passenger cabin. The mass-production and mass-adoption of the front-wheel-drive "formula" was to make "front-wheel drive" synonymous with "Citroën". This system, as well as that for the suspension (torsion bars) with four independently sprung wheels, was to open up fresh avenues for other manufacturers. The launching price of the "7" was 17,700 francs, according to the tariff of 15/4/34, in the "4-seater saloon with inside luggage boot" version.

FICHE TECHNIQUE : Citroën 7 A. MOTEUR : flottant 4 cylindres en ligne, 1303 cm³ (72 × 80 mm) 32 Ch à 3 200 tr/mn. Soupapes en tête. Vilebrequin à 3 paliers. Carburateur Solex horizontal. Réservoir à essence de 3 l. Allumeur et bobine. Batterie 6 volts. TRANSMISSION : traction avant. Roues indépendantes. Boîte 3 vitesses 2e et 3e synchronisées. DIRECTION : à vis globique et galet. FREINS : à tambours à l'AV et AR à commande hydraulique. SUSPENSION : barres de torsion AV et AR. PNEUS : Michelin 140 × 40. CHASSIS : intégré à la carrosserie. CARROSSERIE : berline monocoque tout-acier formée d'éléments en tôle soudée, pavillon en moleskine noire. Longueur : 445 cm, largeur : 162 cm, hauteur : 152 cm. Empattement : 291 cm. Voie AV : 134 cm. Voie AR : 132,4. POIDS : 900 kg. PERFOR MANCES : vitesse maximale 100 km/h. CONSOMMATION : 9 l. aux 100 km.

TECHNICAL SPECIFICATIONS : Citroën 7 A. ENGINE : Floating power in-line 4-cylinder o.h.v. engine of 1303 cc (72 × 80 mm), developing 32 HP at 3,200 rpm. 3-bearing crankshaft. Horizontal Solex carburetter. Petrol tank capacity 7.7 gals. Coil and battery inition. 6-volt battery. TRANSMISSION : front-wheel drive. Independently sprung wheels. 3-speed gear-box with synchro-mesh 2nd and 3rd. STEERING : Hour-glass screw and roller type. BRAKES : hydraulic front- and rear-wheel drum brakes. SUSPENSION : torsion bars at front and rear. TYRES : Michelin 140 × 40. CHASSIS : built-in with body. BODY : all-steel monocoque saloon made up of welded steel units : black art-leather roof. Length : 14'7", width : 5'3 1/2", height : 4'11 1/2". Wheelbase : 9'6 1/4". Front track : 4'4 1/4"; rear track : 4'3 1/2". WEIGHT : 1,984 lbs. PERFORMANCE FIGURES : max. speed 62 mph. CONSUMPTION : 32 mpg.



Dessin : Oliver

Citroën 7 A traction avant - 1934

Relations Publiques Citroën. Achevé d'imprimer le 1er Mai 1972 DELPIRE ADVICO Printed in France Citroën S.A. 133, quai André Citroën Paris 15e. R.C. Seine 54 B 9455 N° d'entreprise 825.75.115.0.025.