COMMUNIQUE DE PRESSE

CITROËN 2 CV CONCEPT : LES ILLUSTRATIONS DERRIERE LE CONCEPT

- **Citroën 2 CV Concept a marqué de son empreinte le Mondial de l'Auto de Paris 2026.**
- **Le public a retrouvé avec émotion toute l'inspiration de ce qui a fait le succès de la 2 CV : la simplicité, la joie de vivre, une silhouette unique dans le paysage automobile.**
- **Un défi pour les designers qui ont dû faire dialoguer l'héritage et la création. Ils ne devaient pas copier une icone mais en reprendre les codes pour réinventer un objet ancré dans son époque.**
- **Retrouvez les sketchs des designers qui ont illustré leurs réflexions et donné vie à ce concept**

Poissy, le 28 Octobre 2026 – Après le succès rencontré au Mondial de l'Auto de Paris 2026, Citroën dévoile les sketchs et croquis à l'origine de 2 CV Concept. Une plongée dans près d'un an de recherches et d'expérimentations, pour relever un défi aussi passionnant que délicat : faire revivre une voiture emblématique de la Marque sans la copier, en réinterprétant son esprit pour notre époque.

Présenté en première mondiale au Mondial de l'Auto de Paris 2026, 2 CV Concept a suscité un vif intérêt auprès du public, touché par la force de son design et l'émotion qu'il réveille. Comment faire renaître une voiture aussi profondément ancrée dans la mémoire collective ? Comment retrouver ce qui la rend immédiatement reconnaissable, tout en imaginant un objet résolument contemporain ? C'est tout l'enjeu auquel les équipes du Design Citroën se sont consacrées pendant près d'un an.

Aujourd'hui, la Marque lève le voile sur les coulisses de cette aventure créative. Les sketchs et croquis dévoilés témoignent de la richesse des recherches menées, des premières intentions aux choix qui ont façonné le concept final. Ils racontent une démarche où chaque ligne, chaque volume et chaque détail ont été explorés pour trouver le juste équilibre entre héritage et modernité.

« S'attaquer au design d'une nouvelle 2 CV est le rêve de tout designer, mais aussi un immense défi. La 2 CV est la voiture préférée des français et c'est aussi le modèle le plus collectionné au monde. Dans l'imaginaire des touristes, c'est la voiture que l'on voit sur les routes, les villes et les villages de France. Aucune autre marque automobile n'a une 2 CV dans son patrimoine, nous ne devions pas nous rater ». **Pierre LECLERCQ - Directeur du design Citroën**

FAIRE REVIVRE UNE LÉGENDE, SANS JAMAIS LA COPIER

Réinterpréter la 2 CV ne consiste pas à reproduire ses formes. C'est avant tout retrouver ce qui fait sa singularité : une silhouette immédiatement identifiable, des proportions atypiques, une conception ingénieuse et une personnalité attachante. Plus qu'un exercice de style, le projet porte l'ambition de transmettre cet esprit à une nouvelle génération.

« Le Concept 2 CV devait réinterpréter une architecture d'avant-guerre, avec les élargisseurs d'ailes, tout en respectant la règlementation. Pour ne pas trop tomber dans le côté rétro et pour des raisons

Service de presse Citroën
43 Rue Jean Pierre Timbaud,
78300 Poissy
France

pratiques pour les clients, nous n'avons pas retenu le carénage des roues arrière. La face avant du concept devait être désirable, sans faire penser à un jouet »
Antoine GAILLOT-DREVON – Responsable du design avancé Citroën.

Les premières esquisses illustrent cette recherche d'équilibre. Les designers ont exploré différentes interprétations de la silhouette, de la face avant et des volumes, en travaillant sur les éléments qui font l'identité de la 2 CV. L'objectif : lui donner une expression plus dynamique et contemporaine, tout en conservant cette évidence formelle qui fait son charme. Le résultat assume pleinement cette filiation.

UNE HISTOIRE À RÉINVENTER DANS CHAQUE DETAIL

La recherche ne s'est pas limitée aux grandes lignes de la carrosserie. Elle s'est poursuivie dans chaque détail, avec la même exigence : retrouver l'esprit de la 2 CV tout en lui donnant une lecture nouvelle.

« Le défi du design Néo Rétro est d'exprimer les lignes d'une voiture existante avec simplicité, mais en retravaillant chaque détail. Nous avons humanisé le design du Concept 2 CV, par exemple avec le toit en toile qui s'enroule manuellement, pour que le public retrouve ses yeux d'enfant. ».
Pierre ICARD – Designer Extérieur.

À l'extérieur, les projecteurs déportés arrondis, le capot strié inspiré des premières générations de 2 CV et la ligne de toit courbe jusqu'au parechoc arrière renouent avec les codes historiques du modèle. Les ailes généreuses, les flancs purs et tendus et les jantes en tôle réinterprétées lui confèrent une présence plus affirmée.

JOIE DE VIVRE ET SIMPLICITE A BORD

À bord, la même démarche a guidé les équipes. Les banquettes, le volant monobranche, le pommeau du levier de vitesses sur la console, la Radioën amovible ou encore le panier de rangement font écho à l'histoire du modèle et à son approche ingénieuse du quotidien. Il ne s'agissait pas de reconstituer un intérieur d'époque, mais de concevoir un habitacle astucieux et chaleureux, sans superflu.

« Le design intérieur a été guidé par la fonctionnalité et le minimalisme de l'habitacle de la 2 CV originelle. Dans le concept 2 CV, cette recherche d'essentiel rencontre le confort et l'esprit joyeux des Citroën d'aujourd'hui. » **Andreas STUMP – Designer intérieur**

L'habitacle de 2 CV Concept privilégie l'espace, la lumière et la convivialité, Les couleurs jaunes et blanches lumineuses, le motif Tartan des banquettes, les tissus chaleureux et les nombreux « easter eggs » composent un univers fidèle à l'esprit de liberté et d'optimisme qui a fait le succès de la 2 CV.

« On respire à bord du concept 2 CV : les couleurs et les matières jaunes amènent de la chaleur et de la lumière. Nous avons joué le côté *Madeleine de Proust,* avec des touches beiges qui rappellent la Bakélite des commandes des 2 CV. Le tressage des matériaux est un clin d'œil au cannage, un savoir-faire français et populaire. ». Madeleine Ternisien- Designer Couleurs, Matières et Finitions.

L'ÉMOTION DU PASSÉ, LE REGARD TOURNÉ VERS DEMAIN

La force de la 2 CV ne tient pas seulement à son design, mais à l'émotion qu'elle suscite et à la manière dont elle a accompagné la vie de plusieurs générations. C'est cette dimension profondément humaine que les designers ont voulu préserver dans chaque courbe et chaque détail.

La démarche ne consiste donc pas à reproduire les souvenirs, mais à les faire résonner avec les usages d'aujourd'hui. Un toit en toile qui s'enroule manuellement, des banquettes accueillantes, une technologie mise en scène sans ostentation : autant de choix qui traduisent une vision de l'automobile où l'ingéniosité sert le quotidien et où le design crée une relation émotionnelle avec l'objet.

L'accueil réservé à 2 CV Concept au Mondial de l'Auto de Paris a confirmé la capacité de ce modèle à toucher le public, bien au-delà de la seule nostalgie. En faisant dialoguer mémoire et innovation, Citroën démontre qu'un design emblématique peut continuer à inspirer, à surprendre et à faire naître de nouvelles émotions.

Faire revivre la 2 CV, ce n'est pas revenir en arrière. C'est faire vivre son esprit dans son temps.

Citroën

Depuis 1919, Citroën crée des automobiles, des technologies et des solutions de mobilité pour répondre aux évolutions de la société. Audacieuse et innovante, Citroën place la sérénité et le bien-être au cœur de son expérience client et propose une large gamme de modèles, du singulier Ami, objet de mobilité électrique pensé pour la ville, jusqu'aux berlines, SUV et véhicules utilitaires, dont la plupart sont disponibles en version électrique ou hybride. Marque pionnière dans les services et l'attention portée à ses clients particuliers et professionnels, Citroën est présent dans 101 pays et dispose d'un réseau de 6 200 points de vente et de services dans le monde.
Pour plus d'informations sur Citroën, visitez le site médias https://fr-media.citroen.com