

06/06/2025 - [#Renault](#) , [#Dacia](#) , [#Peugeot](#) , [#Stellantis](#) , [#Toyota](#)

Citroën France annonce un niveau de commandes plus flatteur que les immatriculations

Par **Florence Lagarde**

Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

[Vous êtes abonné](#)

[Offrir cet article](#)



Malgré le lancement de la nouvelle C3, le niveau de Citroën sur le marché français reste bas avec une part de marché à 7,46% en VP (8,27% en VP+VUL). Edouard George, directeur de la marque Citroën en France depuis trois mois annonce un niveau de commandes bien meilleur et mise sur un travail "main dans la main avec le réseau" pour remonter vers les 10%.

Dirigée depuis quelques jours par Xavier Chardon qui en a vécu les beaux jours au poste de directeur du commerce France, la marque Citroën serait à la veille d'un rebond de ses volumes en France. Ces dernières années ont été difficiles avec une part de marché tombée en 2024 à 6,49% sur le VP, au sixième rang derrière Renault, Peugeot, Dacia et aussi Toyota et Volkswagen.

Revenir à 10% est l'une des ambitions affichées ce qui placerait la marque au quatrième rang. Sur les cinq premiers mois de l'année, il y a du mieux (-5,40% sur un marché à -8,25%) et une part de marché qui remonte à 7,46% et place la marque devant Toyota et Volkswagen, soit en quatrième. En VUL, la situation reste tendue avec des volumes à -20% (sur un marché à -8%) et une part de marché à 11,96% (contre 13,40% à fin mai 2024).

C'est dans ce contexte qu'**Edouard George** a pris la direction des ventes de Citroën en France il y a trois mois. Avant cette prise de fonction, il est resté trois ans au sein de la direction Supply chain au poste de directeur de la demande et de la performance commerciale de Stellantis Europe élargie. Quels enseignements en a-t-il tiré qui lui seront utiles dans ses nouvelles fonctions ? *"Mes fonctions précédentes m'ont permises de voir comment piloter quatorze marques dans vingt-neuf marchés et comment optimiser les prévisions commerciales. Il y a beaucoup de pilotage de data à ce poste ce qui est utile pour diriger une marque sur son marché domestique : il faut une ligne directrice sur ce que l'on veut atteindre, savoir où on va et d'où on vient. Dans d'autres fonctions, j'ai passé du temps dans le réseau ce qui m'a permis d'acquérir des réflexes"*, nous a-t-il répondu.

Dans la perte de volume de ces dernières années, il y a aussi la perte de contact avec les concessionnaires et les agents (au sens traditionnel) qui avaient un poids important avec près de 30% des ventes aux particuliers. *"La part des agents dans les volumes est actuellement entre 22% et 25% et certains sont plus forts que d'autres, nous visons 25%. Nous avons 1.400 agents sur l'ensemble du territoire et nous avons besoin de cette présence locale. Travailler main dans la main avec le réseau c'est une priorité."*

La lancement d'une "journée révolutionnaire" en janvier, mars et juin chez les agents après les journées portes ouvertes des concessionnaires a d'ailleurs pour mission de *"faire entrer les clients chez les agents"*, souligne le dirigeant. *"Nous avons pour C3 et C3 Aircross une gamme simple avec trois niveaux de finition, peu d'équipements avec plutôt des packs. Cette simplicité et visibilité de la gamme séduit les agents."*

Les agents sont aussi distributeurs de l'Ami, un véhicule sur lequel Citroën veut capitaliser. Ce modèle permet à des jeunes de découvrir la marque et pourrait devenir une porte d'accès aux modèles classiques. *"Nous avons lancé lundi une offre fidélité pour l'achat d'une C3 ou C3 Aircross avec une offre de 1.000 euros pour tout client qui loue Ami et veut un véhicule hors Ami."*

Cette offre fait partie des nouvelles expériences clients innovantes dont le développement figure dans la feuille de route d'Edouard George : *"Avec l'offre fidélité Ami nous avons travaillé la structure de gamme et la montée en gamme des véhicules avec des pas lisibles. Nous avons fait un travail important sur l'offre de solutions pour chaque besoin."*

Regagner la confiance après les épisodes traumatisant des rappels Takata et PureTech est un autre point clé. La réponse c'est une garantie étendue jusque 8 ans qui sera même élargie au véhicule utilitaire à partir du 6 juin. *"C'est une réponse à une demande du réseau qui permet de rester au contact du client. La campagne Takata se termine et les clients sont satisfaits de la prise en charge par le réseau."*

Pour le développement d'offres de services, Edouard George s'appuiera sur *"ce qui existe dans les autres pays et les autres marques et les remontées de ses visites sur le terrain"*.

"Nous avons une clientèle fidèle et aussi de conquête et proposer des loyers compétitifs est le meilleur moyen de montrer qu'on sait répondre aux besoins des clients. Nous proposons des financements longs pour pouvoir élargir le panel et écouter ce que demandent les clients et le réseau."

Ces derniers mois les résultats se sont améliorés même si ce n'est pas encore brillant. *"Ce qu'il faut retenir, c'est que les résultats s'améliorent : en mai nous avons réussi à progresser sur les véhicules électriques en VP et VUL et nous avons une bonne performance de C4 et une belle fin de vie de C5 Aircross."* Ainsi, en mai, la marque a doublé ses immatriculations de VUL électriques (296 unités) et multiplié par 6 ses ventes VP électriques (2 796 unités et 14,40%) prenant la deuxième place derrière Renault.

Surtout, les commandes repartent à la hausse. *"Ce qui nous donne confiance c'est la croissance à deux chiffres de nos commandes. Il y a du monde dans le réseau, nous avons un bon rebond avec la campagne promotionnelle de mai. Cela ne se voit pas encore dans les immatriculations"*, nous a dit Edouard George.

La reconquête du terrain perdu alors que les marques chinoises arrivent avec des offres tarifaires agressives ne sera pas facile. Le dirigeant estime que *"la gamme innovante et audacieuse"* de la marque, son maillage réseau et la force de son image sont des atouts qui lui permettront de rebondir. *"Le réseau est une de nos forces numéro un pour le contact client."*