

# autoactu.com

[Accueil](#) /

[Actualités](#) /

[Constructeurs](#) /

Citroën : reconquête des ...

07/04/2026 - [#Renault](#) , [#Citroen](#) , [#Dacia](#) , [#Peugeot](#) , [#Toyota](#)

Citroën : reconquête des particuliers au premier trimestre et lancement d'une prime de reprise en avril

Par Florence Lagarde

Inclus dans votre abonnement

Offrir cet article



**Citroën réalise un bon début d'année avec une dynamique "de commandes à deux chiffres". Pour amplifier le mouvement au deuxième trimestre, elle déploie une offensive commerciale majeure avec une prime de reprise pouvant atteindre 6.000 euros, destinée à déclencher l'achat dans un marché encore atone.**

*"On a tenu la barre des 9% sur le premier trimestre", se félicite Edouard George, directeur France de Citroën. Une performance jugée "satisfaisante".*

Le dirigeant parle de la position de la marque sur le marché VP + VUL qui se situe à 9,17% sur le premier trimestre soit une progression de 0,71 point.

Ces dernières années la forte position de Citroën sur le VUL a tempéré le décrochage sur le marché VP. En VP, 2024 avait été une année noire à seulement 6,5% de part de marché, ce qui l'avait fait reculer à la sixième place sur son marché domestique derrière Renault, Peugeot, Dacia, Toyota et Volkswagen. L'an dernier Citroën a redressé la barre sur le VP et reconquis quelques dixième de points à 7,08%. Sur le premier trimestre de cette année, le gain est encore plus net avec 8,59% de part de marché, cette fois nettement devant Dacia, Toyota et Volkswagen. Pour que cette reprise en main soit pérenne, la marque vise une reprise sur le canal des particuliers qui fut il y a longtemps un de ses points forts.

C'est là qu'il y a encore du chemin à parcourir puisque sur le segment des particuliers sa position n'est pas aussi flatteuse avec une part de marché de 7,24% sur le premier trimestre derrière Renault, Dacia, Peugeot et Toyota.

La dynamique est surtout visible du côté des commandes. **En début d'année, Edouard George nous avait dit** avoir en moyenne plus de trois mois de commandes en portefeuille. Celles-ci progressent encore de plus de 15,5%, avec même +17% sur le seul réseau (signe d'une baisse des ventes directes de la marque sur le trimestre) à fin mars. Un indicateur clé dans un contexte où les immatriculations restent dépendantes des contraintes de production et de logistique. *"Nous avons eu une belle dynamique de commandes sur le mois de mars, beaucoup de demandes, d'offres et d'essais. Les portes ouvertes en mars ont été les meilleures pour nous depuis 2019. On a réellement revu du monde chez Citroën surtout des clients particuliers dans un contexte qui est un peu particulier en ce moment. La tendance nous est favorable"*, souligne Edouard George.

Cette dynamique repose sur plusieurs facteurs : une gamme renouvelée, une image modernisée et un positionnement prix plus lisible. *"Notre positionnement s'est clarifié avec des voitures accessibles pour tous et une offre complète"*, explique le dirigeant.

Par modèles les résultats sont bons : la C3 reste dans le top 3 du marché, le C3 Aircross s'installe à la troisième place de son segment, la C5 Aircross avec des volumes à +55% est quatrième de son segment, le Berlingo VP retrouve une position de leader avec le retour d'une motorisation thermique.

Dans le même temps, l'électrique progresse progressivement, avec un mix à 22,7% et près d'un client sur quatre en commandes.

### **Une offensive commerciale centrée sur la reprise**

Pour maintenir cette dynamique, Citroën renoue avec une pratique commerciale qui a fait ses preuves : l'aide à la reprise.

Lancée en avril cette "prime à la reprise" est conçue pour lever le principal frein à l'achat, le prix. *"On veut provoquer le déclic chez des clients qui trouvent nos véhicules trop chers"*, résume Édouard George.

Cette prime reprise qui existe pour les modèles récents est doublée pour les modèles de plus de 8 ans. L'idée est de toucher une cible qui ne vient plus dans le réseau, sauf récemment pour le rappel Takata. C'est aussi une époque, il y a 8 ans, où les volumes de la marque étaient plus conséquents ce qui fait une base de prospection importante. *"Pratiquement un client sur quatre décide de garder son véhicule à l'issue de sa période de financement. Un client qui garde son*

*véhicule plus longtemps que la durée de son financement, y est forcément attaché, il y a une histoire qui s'est créée. Donc valoriser sa reprise, peut être un élément déclencheur de l'achat qu'on a envie de stimuler et d'offrir pour aussi rajeunir le parc ancien",* détaille Edouard George.

Citroën se veut également en acteur du renouvellement du parc et va communiquer sur le sujet pendant le mois d'avril. Au-delà de l'effet commercial, l'opération vise à adresser un enjeu structurel : le vieillissement du parc automobile français, proche de 12 ans en moyenne. *"On a un rôle à jouer dans le renouvellement du parc",* insiste Édouard George qui rappelle que cette pratique est ancienne chez Citroën.

Les montants varient selon les véhicules avec jusque 6.000 euros sur la C4, véhicule du segment C produit en Europe, pour la reprise d'un véhicule de plus de 8 ans (quelques soit sa marque). Les montants détaillés sont les suivants : jusqu'à 6.000 euros sur C4 et ë-C4, 4.000 euros sur C5 Aircross et ë-C5 Aircross, 3.500 euros sur ë-C3 Aircross, 3.000 euros sur C3 Aircross. Si le véhicule est plus récent, les montants sont divisés par deux.

Cette prime vient en plus de la valeur de reprise du véhicule et est entièrement financée par la marque, sans ponction sur la marge du réseau, nous a dit le dirigeant.

La prime s'inscrit dans une logique globale de financement, avec des offres en LLD (49 mois/40.000 km) intégrant reprise et premier loyer (entre 2.500 et 3.000 euros, aide déduite). Par exemple la C4 électrique est affichée à partir de 139 euros/mois après reprise de 6.000 euros (premier loyer de 2.500 euros) moins cher que la version essence à 219 euros/mois. C'est la même logique pour le C3 Aircross à 139 euros/mois en électrique et 199 euros/mois en essence. Le C5 Aircross est à partir de 349 euros/mois en électrique et hybride.

L'objectif est aussi de pousser l'électrique avec des mensualités moins cher pour les C3 et C3 Aircross que pour le thermique.

En ciblant les véhicules les plus anciens, Citroën espère générer du trafic en concession, reconquérir des clients absents depuis plusieurs années et soutenir une croissance *"organique et rentable"* plutôt qu'artificielle.

Avec cette offensive, Citroën vise une hausse d'environ 20% des commandes en avril pour valider l'efficacité du dispositif.

Plus largement, la marque entend consolider sa position autour de 9 % de part de marché, sans céder à des tactiques trop coûteuses. *"On ne cherche pas à tout prix à faire 10%, mais à construire une croissance durable avec le réseau",* conclut Édouard George.

Par **Florence Lagarde**

Florence Lagarde est journaliste spécialisée dans l'économie automobile et directrice de la rédaction d'Autoactu.com, qu'elle a contribué à développer... voir plus