



3

LE DOUBLE CHEVRON

Bulletin trimestriel d'information édité par le Service de Presse de la Société Citroën.

Quarterly information bulletin edited by the Citroën Company Press Service.

sommaire :

	Page
Editorial	3
Sport d'hiver	4
Echangeur thermique pour 2 CV ...	6
Les rallyes	8
Spécial Musée du Louvre	13
Echos	26
Production 1965	31
Les Salons	31
Photothèque : la 2 CV	32
Chez l'antiquaire : la 5 CV	34

contents :

	Page
<i>Editorial</i>	<i>3</i>
<i>Winter sports</i>	<i>4</i>
<i>2 CV heater system</i>	<i>6</i>
<i>The rallies</i>	<i>8</i>
<i>Louvre Museum special feature</i>	<i>13</i>
<i>Echoes</i>	<i>26</i>
<i>1965 production</i>	<i>31</i>
<i>The 1965 Motor shows</i>	<i>31</i>
<i>Photograph library: The 2 CV</i>	<i>32</i>
<i>The antiquary's corner : The 5 CV... ..</i>	<i>34</i>

Rédaction, administration : Société Citroën, Service de Presse, 133 quai André Citroën, Paris XV* - Téléphone : 828-72-10, 828-73-10, 532-27-59 (postes 2931-2099-2932). Téléc. n° 27817 Paris.



Photo de couverture : voici l'hiver revenu, et son décor noir et blanc. Que peut-on faire l'hiver avec de la neige et une 2 CV ? Vous le saurez en vous reportant aux pages 4 et 5.

Cover photograph: winter is here again with its wonderful settings in black and white. What can one do in the winter with a 2 CV and snow ? Turn to pages 4 and 5, and you will find out.

Photo André Martin (Citroën n° 3 A 11).

éditorial

Bonne et heureuse année, tel est le vœu que nous formons, en ce début de 1966 pour tous les lecteurs du Double Chevron. L'expression traditionnelle résume en deux mots — le bon et l'heureux — les multiples souhaits à émettre. A la réflexion, nous lui préférerons cependant la formule, plus courte encore et sans doute plus appropriée ici, des pompistes et des rallyemen : « Bonne route! ». Pour Citroën la route 1965 n'a pas été mauvaise : production en hausse régulière et continue comme pour les exercices précédents, fusion-absorption de Panhard, accords techniques et constitution de filiales avec les sociétés Peugeot (la SFA) et NSU (la Comobil), présentation d'une gamme de nouveautés qui, une fois de plus, a mis la marque au premier rang non seulement de l'actualité automobile mais encore de l'économie européenne; enfin, d'une manière plus inattendue, exposition au Musée des Arts Décoratifs de Paris d'une grande rétrospective de la publicité Citroën. On l'a déjà dit : la publicité a fait descendre l'art dans la rue. Mais personne jusqu'ici n'en avait tiré cette conclusion que la publicité étant une forme de l'art, il convenait de l'envisager avec les mêmes critères que les manifestations artistiques classiques. Les dirigeants du Musée des Arts Décoratifs l'ont compris. Ils le prouvent avec la série d'exposition « Visages d'une entreprise ».

A happy and prosperous New Year, that is our wish in 1966 to all readers of Double Chevron. This traditional greeting summarizes in two words — happy and prosperous — all the many wishes which we have to express. Upon reflection, however, we prefer the shorter and perhaps more appropriate expression used by petrol pump attendants and rallymen : "Pleasant journey". For Citroen, the journey in 1965 was far from unpleasant : production rising steadily as in previous years, merger and absorption of Panhard, technical agreements and the formation of subsidiary companies with Peugeot (SFA) and NSU (Comobil), the presentation of a range of new models, which once again put our name in the front rank, not only in the field of motoring but also in that of economics ; finally, and more unexpectedly, the showing at the Musee des Arts Decoratifs de Paris of a large display of Citroen's publicity material. It has been said that advertising brings art down to earth, but until now no one had reached the conclusion that advertising was a form of art and that it should be considered by the same criteria as applied to recognized artistic expression. However; the authorities of the Musee des Arts Decoratifs did recognize it, and to prove it they are holding a series of exhibitions entitled "Visages d'une entreprise" (The faces of enterprise), which started with Citroen exhibiting their material.

LA REINE DES NEIGES

**A 60 km/h sur les lacs gelés
de Suède la : 2 CV**

Comme une grosse boule de neige, le soleil luit dans le ciel pâle; le lac gelé s'emmaillotte de fourrure crissante; entre eux, le graphisme léger des boulots blancs et des sapins noirs ménage une transition. Le décor est en place pour que la 2 CV s'offre des sports d'hiver. En Suède, le ski de neige réalise son rêve de ski nautique : à 60 km/h, la 2 CV 4 × 4 roule sur les lacs gelés, tirant dans son sillage un skieur qui s'envole. Seule, grâce à ses quatre roues motrices, à la bonne répartition de son poids et à l'adhérence de ses pneus à faible pression, la Citroën 2 CV 4 × 4 passe où nulle autre voiture ne se risquerait.

(Reportage photo réalisé par Pehr Hasselrot sur le lac gelé de Fittja, près de Stockholm).

QUEEN OF THE SNOWS

**40 mph on a frozen lake
in Sweden : a 2 CV.**

Like a huge snowball, the sun glows in a pale sky; this frozen lake is covered with a crisp blanket of snow; which, with a background of dark pine trees, paints a wintry scene in black and white. The stage is set for the 2 CV to indulge in winter sports. In Sweden they "water ski" on the snow: at 40 mph on the frozen lakes, a 4 × 4, 2 CV pulls the skiers around the lake. Only because it has 4 driving wheels and an even weight distribution and assisted by the exceptional adherence of its low pressure tyres is the 2 CV able to venture where no other car would dare.

(Photographic report by Pehr Hasselrot on the lake of Fittja, near Stockholm).

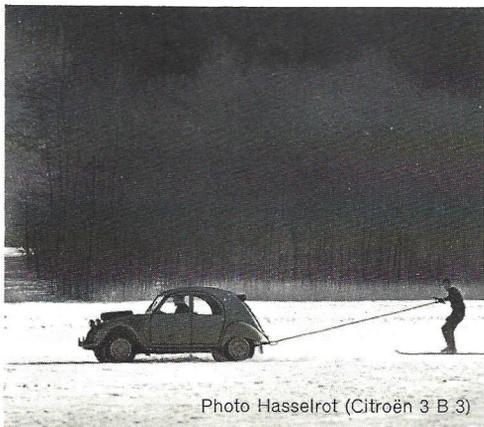


Photo Hasselrot (Citroën 3 B 3)

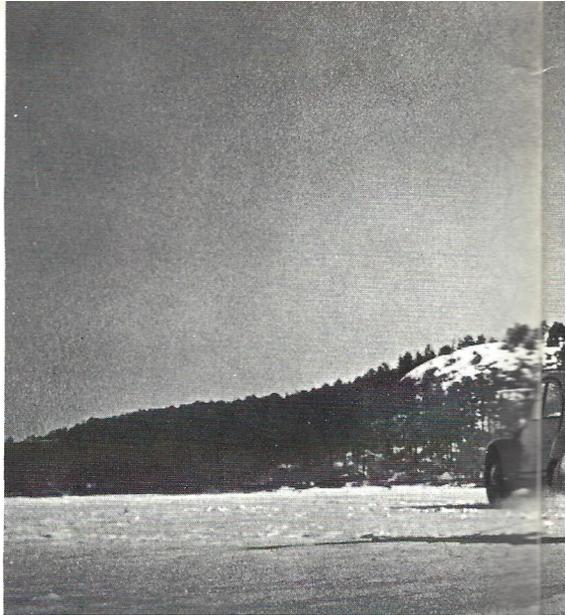


Photo Hasselrot (Citroën 3 B 2)

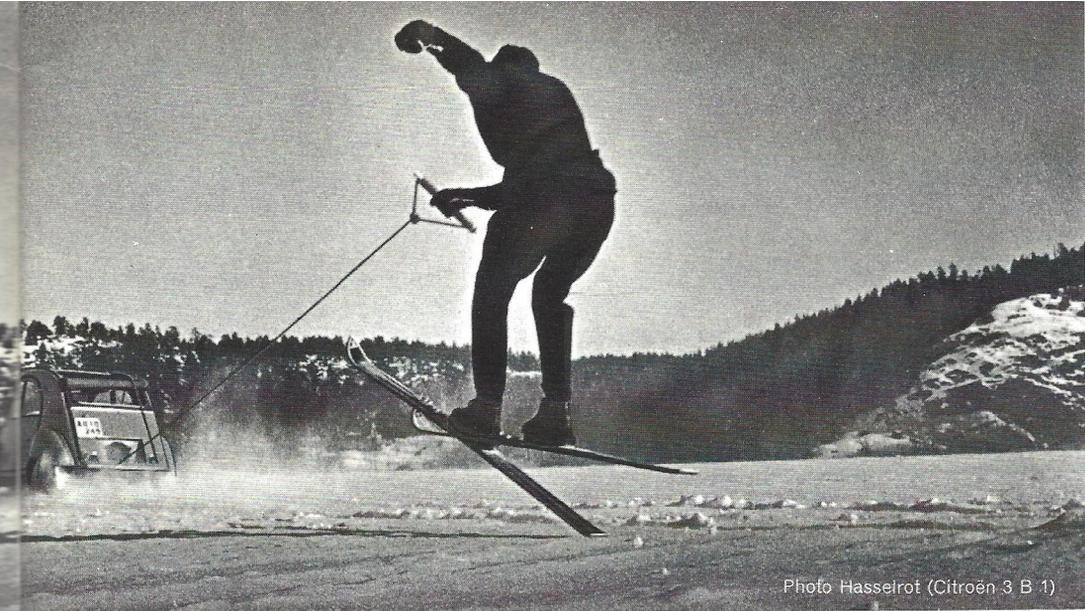
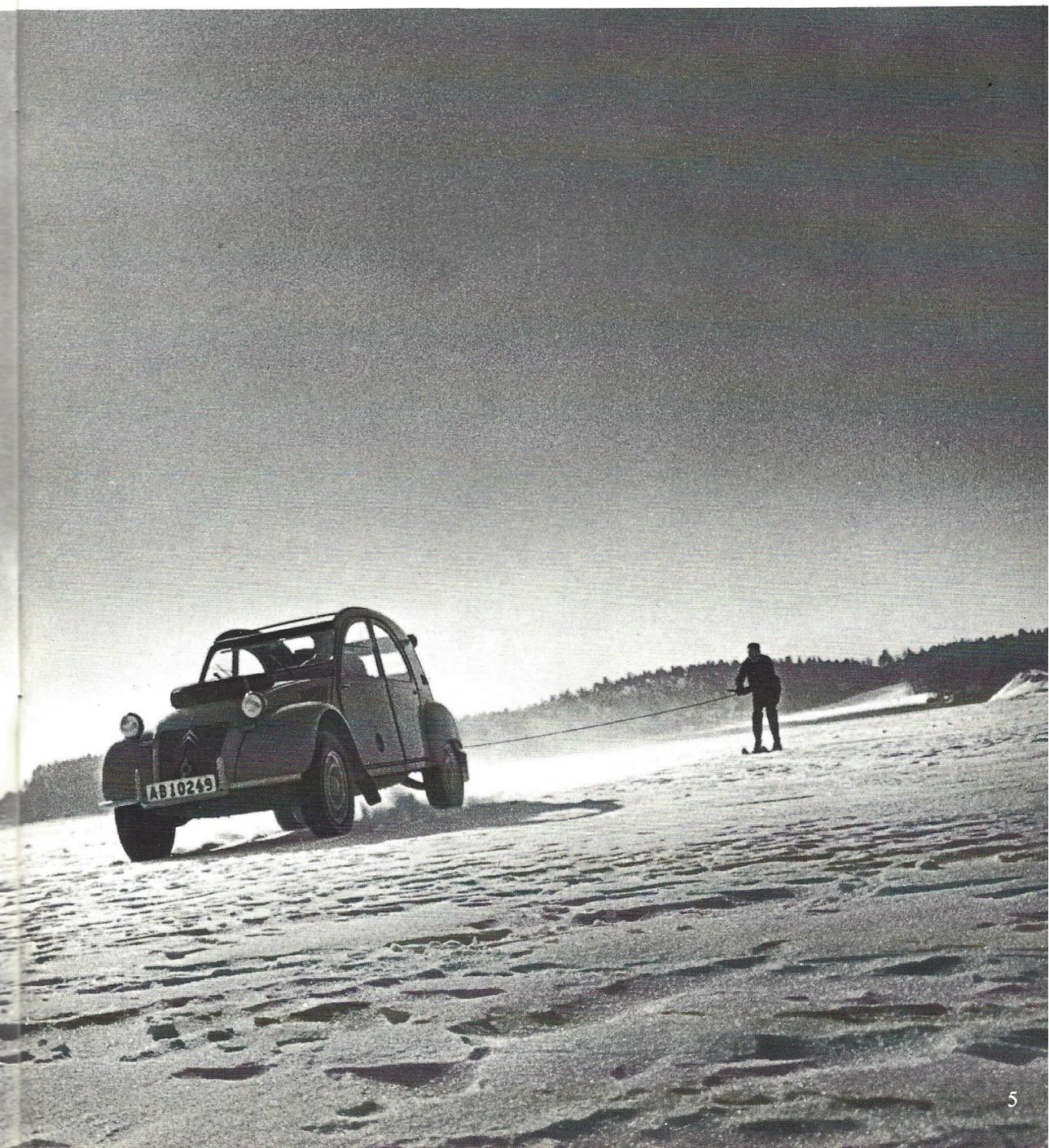


Photo Hasselrot (Citroën 3 B 1)



2 cv bien au chaud: l'échangeur thermique

Etudié pour les pays très froids, mais disponible partout sur option, il existe pour la 2 CV, un appareil de chauffage nouveau, indépendant, fonctionnant même lorsque le moteur de la voiture est arrêté : l'air prélevé à l'extérieur de la voiture passe dans un échangeur thermique qui le porte à une température pré-déterminée avant de le diriger vers l'habitacle.

Dans l'échangeur, le circuit de combustion est indépendant du circuit de chauffage et il fonctionne en dépression par rapport à celui-ci, ce qui exclut toute possibilité de contamination de l'air du chauffage par les gaz de combustion. L'essence employée à la combustion est celle qui est utilisée par le moteur de la voiture. Elle alimente un régulateur à diaphragme (préféré à un carburateur ordinaire à cuve à niveau constant parce qu'il peut fonctionner dans n'importe quelle position) qui assure le dosage essence-air. Le mélange est aspiré par le circuit de combustion, puis brûlé dans un brûleur dont l'allumage est provoqué par l'étincelle haute tension d'un ensemble rupteur-bobine de type spécial, qui assure la régularité des réallumages jusqu'à des températures de — 30 degrés centigrades. Les gaz chauds circulent alors dans la partie interne de l'échangeur thermique avant d'être aspirés et rejetés à l'extérieur. Simultanément, l'air froid prélevé à l'extérieur, au moyen d'une prise spéciale placée sur l'aile droite de la voiture, circule par soufflage dans la partie externe de l'échangeur où il se charge des calories produites dans le circuit de combustion. Il est alors dirigé vers l'habitacle. Un dispositif de régulation automatique assure la stabilité de la température : un système de bilames et de contact commande la mise en service ou la fermeture du circuit de combustion. Les deux circuits de l'échangeur sont alimentés par deux turbines montées sur un même moteur, l'ensemble des trois organes étant équilibré dynamiquement afin d'éviter toute vibration. Enfin, un ensemble de sécurités, également automatiques, élimine toute possibilité d'action dangereuse de l'appareil ou de l'utilisateur : 1/ l'essence ne peut alimenter le régulateur que si le contact-allumage est mis sur la voiture et le bouton de commande de l'appareil sur la position « marche ». Inversement, l'appareil ne peut plus fonctionner quand le contact est coupé. Il n'y a donc aucun risque d'écoulement d'essence. 2/ En aucun cas la température de l'air soufflé dans la cabine ne peut dépasser une valeur prédéterminée.

extra heating for 2 cv: a heat exchanger

Specially designed for very cold climates but not available everywhere as optional equipment, there is a new, independent heater unit for the 2 CV, which will function even when the car is stationary : air taken from outside the car passes through a heat exchanger which heats it to a predetermined temperature before it is passed into the interior of the car.

Separate regulator

In this heat exchanger, the combustion circuit is independent of the heater flow and it operates at a relatively lower pressure which precludes any possibility of contamination of the heated air by combustion gases. The petrol used for combustion is the same as that used for the car and is taken from the car's petrol tank. It flows through a diaphragm type regulator which controls the petrol/air mixture. This is in preference to a constant level float chamber type carburettor as this regulator will operate in any position. The mixture is sucked into the combustion circuit and burnt in a burner, ignited by a high tension spark produced by a special coil-contact breaker system which regulates the re-ignition down to temperatures of — 30° C. The hot gases circulate in the internal part of the heat exchanger before being sucked away. At the same time, cold air taken from the outside through a special air intake under the wing of the car, is blown through the exterior portion of the exchanger where it is heated by the combustion circuit. It then passes into the car (see diagram).

Safety features

An automatic regulator keeps the temperature constant : a bi-metal contact system switches the combustion on and off. The two circuits of the exchanger are operated by blowers driven by the same motor, the whole unit being dynamically balanced to eliminate all vibration. There is also a series of automatic safety devices which prevent any possibility of danger from the unit : 1/ Petrol will only flow to the regulator when the car ignition is switched on and the unit control knob is in the "on" position. The unit stops functioning when the ignition is switched off. Therefore there is no danger of petrol flooding. 2/ It is impossible for the temperature of the air blown into the car to exceed a predetermined level. 3/ When the unit is turned off,

3/ Quand on arrête l'appareil, la turbine-ventilation continue à souffler pendant un certain temps pour assurer le refroidissement de l'échangeur.

the blower continues to turn for a while so as to cool the exchanger.
The 2 CV with extra heater is fitted with a special 12 volts dynamo.

FICHE TECHNIQUE :

- tension d'utilisation : 12 volts
- intensité à tension nominale : 7,5 A
- température sortie air chaud pour ambiance 0° : 120°
- débit d'air : 145 kg/heure
- puissance calorifique : 4.000 kg/cal/heure
- consommation essence : 0,7 à 1'heure.

TECHNICAL SPECIFICATIONS :

- operating voltage : 12 volts
- current at nominal voltage : 7.5 Amps
- output air temperature : — 120 °C for an ambient intake temperature of 0 °C
- air flow : 320 lb/hr
- heat output : 16,000 B.Th.U/hr
- petrol consumption : 1.23 pints/hr.

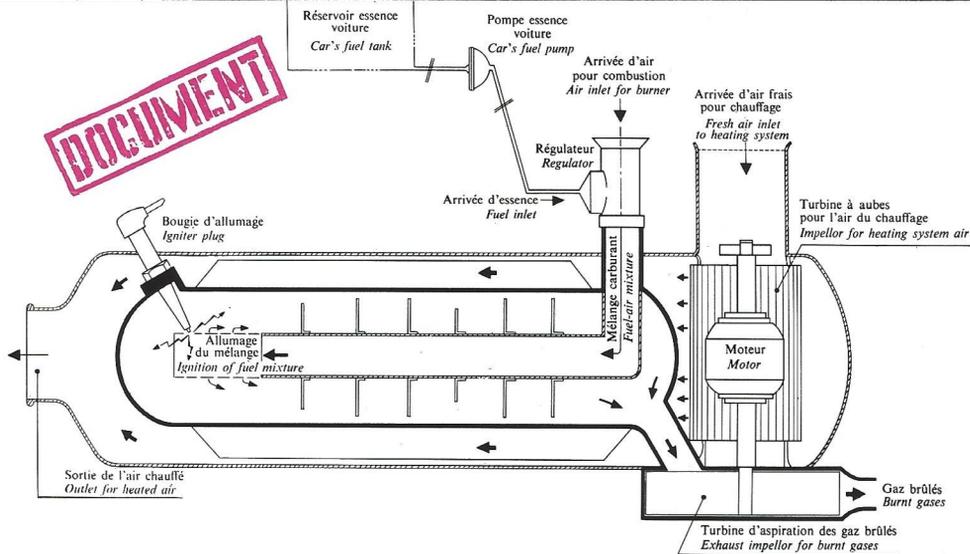


SCHÉMA DE L'APPAREIL DE CHAUFFAGE POUR 2 CV
 LAYOUT OF 2 CV HEATER SYSTEM

Doc. Citroën 3 At 7

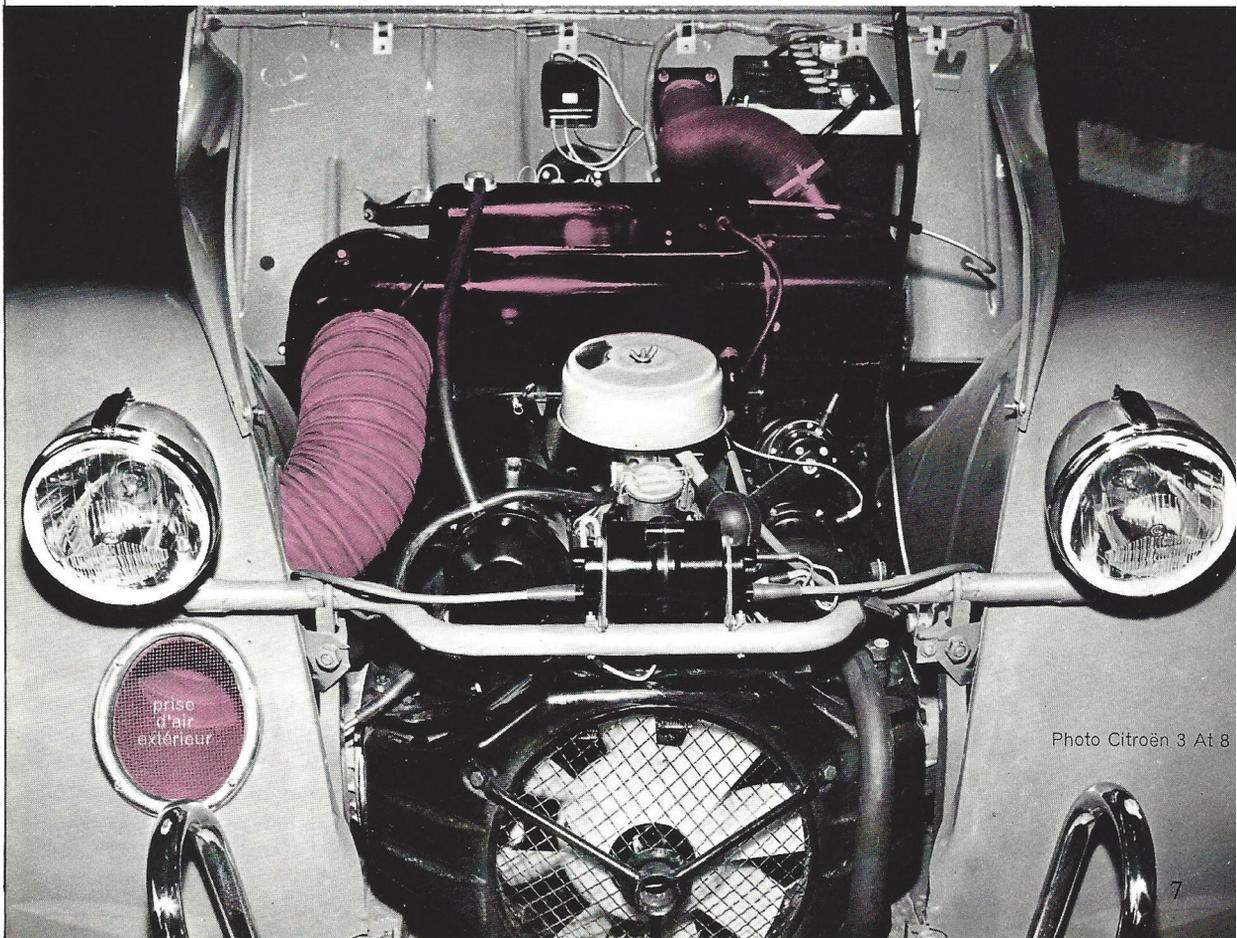


Photo Citroën 3 At 8

rallyes
rallyes
rallyes
rallyes



DE SA CLASSE LA PANHARD 24 CT

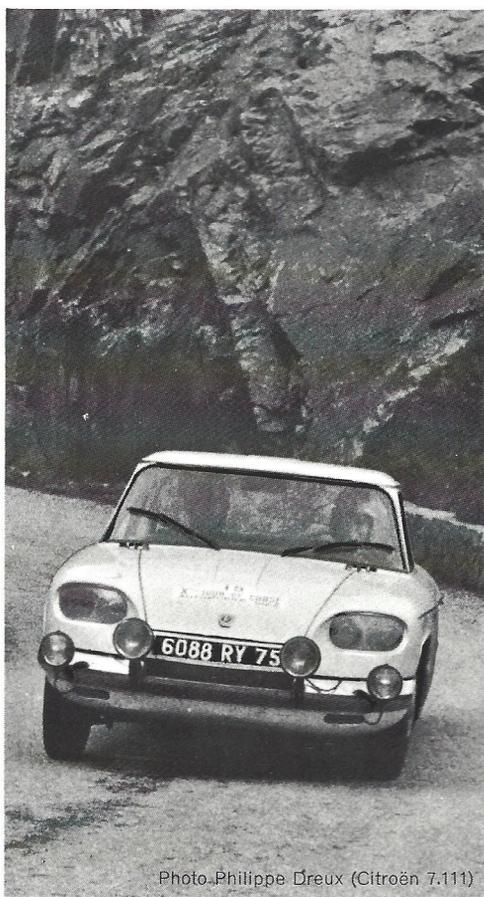


Photo Philippe Dreux (Citroën 7.111)



Photo Philippe Dreux (Citroën 7.110)

TOUR DE CORSE

Ogier tout seul
(... avec Lucette Pointet)

Casqué, attaché à son siège par la ceinture de sécurité, les deux mains de part et d'autre du volant, Jean-Claude Ogier conduit. A sa droite, casquée, attachée elle aussi, penchée sur son chrono et les notes qu'elle éclaire avec une petite lampe, Lucette Pointet lui dicte la route. Dehors, les 6 phares de la Panhard 24 CT découpent la nuit, tour à tour lustrant des pans de roches, illuminant les feuillages, ou se perdant dans des espaces incertains... C'est la fin du tronçon chronométré Cozzano-Vivario, la descente du col de Sorba. Il n'est pas encore 2 heures du matin. Jean-Claude enchaîne ses virages très vite, prenant chacun d'eux en légère glissade afin d'être en bonne position pour aborder le suivant. « Droite, soixante dix ! » annonce Lucette. Jean-Claude freine, rétrograde en seconde, braque son volant... la voiture continue tout droit ! Terre détrempee, feuilles de châtaigniers, la route est comme une patinoire... la voiture glisse des quatre roues... Jean-Claude rattrape un peu le volant, freine doucement, tout doucement... rien à faire ! Alors il accélère, braque, cisaille... et passe enfin. De justesse. A peine a-t-il eu le temps de voir une Alpine écrasée contre un arbre, puis, à quelques mètres, une Abarth 2000 GT en équilibre au-dessus du ravin. Lucette lève un œil et questionne : — « Qu'y a-t-il ? » — « Rien, répond Jean-Claude, ça glisse ! »

Ce n'est rien en effet, un simple épisode de ce dixième Tour de Corse automobile où Citroën a voulu engager des Panhard 24 CT de série, contre l'avis des experts qui voyaient là une gageure impossible à tenir, ne fut-ce que parce que la même moyenne routière (60 km/h) était exigée pour tous, ce qui constituait un handicap certain pour une petite cylindrée de série normale appelée à réaliser les mêmes performances que des voitures plus puissantes. Le 6 novembre, dix mille ajacciens sont sur le cours Napoléon pour assister au départ des 82 concurrents. Le Tour de Corse, l'épreuve aux 20.000 virages — exactement 18.252, quelqu'un les a comptés — c'est plus et mieux qu'un rallye : une véritable course de vitesse de 1 230 km, avec 5 tronçons chronométrés, et 31 contrôles horaires (un si grand nombre de contrôles raccourcit les étapes et ne permet plus de rattraper un éventuel retard). En Tourisme (série normale et série améliorée confondues), 51 voitures sont engagées, 9 en classe « 0 à 850 cc » : 2 Fiat Abarth 850, 2 Saab Sport, dont l'une vient de



Photo Philippe Dreux (Citroën 7.109)

Suède avec son pilote Lund qui fut 5^e au championnat d'Europe des rallyes, 1 Daf, 1 NSU, 3 Panhard 24 CT.

Dès les premiers kilomètres Jean-Claude Ogier prend la tête. Il ne la lâchera plus. A mi-course, à Bastia, à la fin d'une terrible nuit (la pluie s'était mise à tomber à Kamiesh, là où commençait la partie la plus dure du rallye) en classe 850 cc, on trouve : 1^{er} Ogier-Lucette Pointet (Panhard 24 CT), 2^e Lund-Wahlgren (Saab), 3^e Verrier-Pasquier (Panhard 24 CT). Quelques heures plus tard, il ne reste plus que deux voitures : les deux Panhard (Ogier-Lucette Pointet et Verrier-Pasquier) Lund a abandonné avant Porto. Mais à 100 km de l'arrivée, Verrier sort de la route sur une faute d'inattention et perd trop de temps pour figurer parmi les 18 voitures classées. La Panhard 24 CT de Jean-Claude Ogier et Lucette Pointet est seule de sa catégorie à terminer dans les temps, elle est 1^{re} de la classe 0 à 850 cc, 11^e au classement général, 6^e du classement Tourisme (normales et améliorées).

Ogier on his own (... with Lucette Pointet)

Helmeted and strapped to his seat, Jean-Claude Ogier drives. On his right, bent over a chronometer and notes, Lucette Pointet calmly directs him. Outside, the Panhard 24 CT's 6 headlamps pierce the darkness, shining on rock face, illuminating the foliage or disappearing into space... They near the end of the Cozzano-Vivario timed leg. It is not yet 2 o'clock in the morning. Jean-Claude is cornering fast, skidding slightly around each bend to be in the best position for the next. "Right, seventy!" calls Lucette. Here comes a right hand corner, Jean Claude brakes, drops to second gear,

turns the wheel... the car continues straight on. Wet and covered with leaves the road is like a skating rink... all wheels are slipping... Jean Claude brakes, very gently... nothing doing! So he accelerates, puts the wheel over, skids and just makes it. Lucette, hearing the roar of engine and wheels skidding, raises an eyebrow and enquires : — "What's the matter?" — "Nothing" replies Jean Claude "its a bit slippery!"

In fact, it was nothing but an incident in this very eventful tenth Tour de Corse in which Citroen entered production Panhard 24 CT's against the advice of the experts, if only because the required average speed (37.3 mph) applied to all classes and represented a severe handicap for a small engine capacity production car.

The Tour de Corse with 20,000 corners (18,252 to be exact), is more than a rally, it is in fact an uninterrupted road race, run this year over 765 miles, with 5 timed legs, and 31 time check points. In the "Tourisme" category (standard and improved performance production cars alike), 51 cars were entered, 9 in the 0-850 cc. class : 2 Fiat Abarth 850, 2 Saab Sports, 1 Daf, 1 NSU, 3 Panhard 24 CT.

In the first few miles, Jean Claude Ogier (Panhard 24 CT) took the lead. He never lost it. At the half way mark, at Bastia, the situation was in 850 cc. class : 1st Ogier-Lucette Pointet (Panhard 24 CT), 2nd Lund-Wahlgren (Saab), 3rd Verrier-Pasquier (Panhard 24CT). A few hours later, only two cars were left in the 850 cc. class : the two Panhards. They finished at Ajaccio. However, Verrier, who missed the way was not among the 18 cars to be classified. As to Jean Claude Ogier and Lucette Pointet, their Panhard 24 CT was the only car in its class to finish within the time limits, taking 1st place in the 850 cc class, and 11th in the general classification.

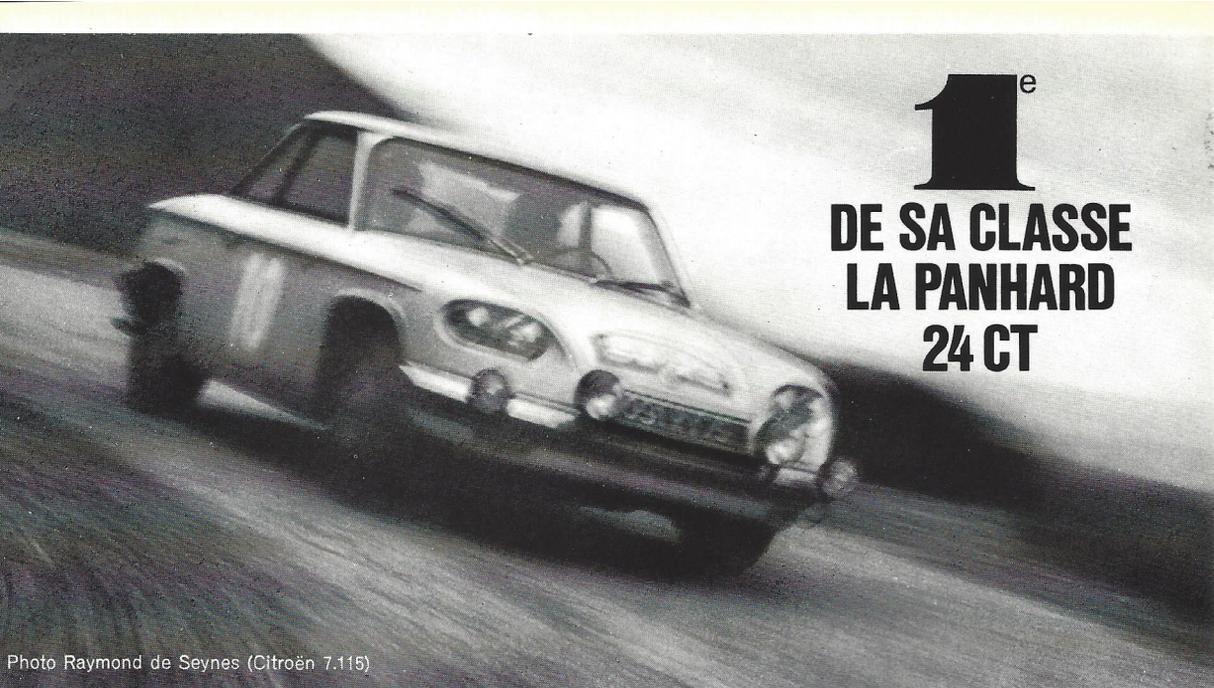


Photo Raymond de Seynes (Citroën 7.115)

1^e
DE SA CLASSE
LA PANHARD
24 CT

CRITERIUM DES CEVENNES

Encore Ogier !
(... et Lucette Pointet)

Ogier again !
(...and Lucette Pointet)

Disputé trois semaines après le Tour de Corse, le Critérium des Cévennes en constitue traditionnellement la revanche. Cette année deux violentes tempêtes de neige devaient en modifier considérablement la physionomie. Au départ : 87 concurrents dont 66 en Tourisme. Ils seront 56 à l'arrivée, dont 36 en Tourisme (ils eussent été moins encore si les pénalisations sur route avaient pesé plus lourdement). En classe 0-850 cc : dix voitures, parmi lesquelles 2 Saab, 2 Dauphine Gordini 1093, 1 Fiat Abarth, etc... et les Panhard. Leur tâche est ardue : il n'a pas été prévu de temps spéciaux pour la classe 0-850 cc, on exige d'elles les mêmes performances que pour la classe de cylindrée supérieure (850 à 1.000 cc).

La 24 CT de J.-C. Ogier-Lucette Pointet porte le n° 10. Elle double rapidement les voitures parties avant elle et se trouve en tête de la course. Lorsque la tempête s'abat sur le rallye, elle est la première à l'affronter. Jean-Claude verra tout un pan de montagne s'effondrer devant lui et ne devra qu'à ses réflexes et à son instinct de pilote de pouvoir se faufiler de justesse entre les blocs de rochers et la terre éboulée. Et lorsque la neige aura noyé la route sous une épaisse nappe blanche (dans l'étape spéciale Trèves-l'Espérou, par exemple) c'est encore Jean-Claude qui devra « faire

Contested three weeks after the Tour de Corse, the Critérium des Cévennes traditionally represents the return match. Common to both events are the rough and winding roads. On the other hand, whilst special trials are less of a determining factor in the classification for the Tour de Corse, they are more so in the Cévennes : numerous and difficult, they cost competitors dearly. This year two heavy snow storms put a very different complexion on the rally.

At the start, were 87 competitors, 66 in the "Tourisme" category. 56 finished the course including 36 in the "Tourisme" category. In the 0-850 cc class were 10 cars including 2 Saab, 2 Dauphine Gordini 1093, 1 Fiat Abarth, etc... and the Panhards. Their task an arduous one : unlike the other categories, no special time factor is allowed for 0-850 cc class, and the same performance is required as for higher engine capacity cars.

The J.C. Ogier-Lucette Pointet 24 CT quickly overtook cars which started ahead of it. When the snow storm hit the rally it was the first to face it. It was for Jean Claude to see a whole mountainside crash down ahead of him and only by his quick reflexes and driving instinct was he able to get through the fallen rocks and earth. Also, when the road became covered with a thick blanket of snow, it was Jean Claude

la trace » en passant le premier. Malgré ce handicap, Jean-Claude Ogier-Lucette Pointet remportent haut la main la victoire dans la classe 0 à 850 cc. Leur Panhard 24 CT est 7^e au classement général Tourisme. A la seconde place de la classe, une autre 24 CT: celle de Masoulier-Perekof.

who blazed the trail by going through first. Despite this handicap, Jean Claude Ogier-Lucette Pointet were easy victors in the 0-850 cc class. Their Panhard 24 CT was placed 7th in the "Tourisme" general classification. Second in its class was another 24 CT, that of Masoulier-Perekof.

«IL MASSACRANTE RALLY»

**4 DS au départ
4 DS à l'arrivée**

**4 DS 19's départ
4 DS 19's finish**

Tous les sportifs italiens ont conservé la nostalgie des « Mille miglia ». C'est dire que le « Rallye international des hôtels Jolly », disputé cette année pour la première fois, du 27 au 31 octobre, était voué au succès : 2600 km de Palerme à Trieste, avec trois épreuves de circuit : Syracuse, Enna, Imola, et six courses de côte. « Rallye massacre » titrait dès le départ la presse italienne considérant la longueur du parcours, la sévérité des épreuves comme la difficulté des étapes de liaison sur les étroites et sinueuses routes de montagnes en Sicile, en Calabre, dans les Pouilles ou les Abruzzes.

Dans ce « rallye-massacre », quatre Citroën DS 19 de série étaient engagées en classe Tourisme de plus de 1800 cc, avec les Ford Mustang, Fiat 2300, Alfa Romeo 2600. Trois étaient confiées à des équipes de l'écurie italienne « Los Caciques » : « Geki »-Manfredini, « Tiger »-Cormio, Enzo Guercio-Franchi (tous pilotes de formule 3, 2 ou même 1, sauf la Signora Enzo Guercio qui a remporté dans sa catégorie le Mobil Economy Run 1965 d'Italie à bord d'une ID 19). La 4^e DS appartenait au français Jean-Pierre Barde, assisté de Jean Cramaro. Très vite (après Syracuse), dans le groupe « plus de 1800 », on fut en famille : les DS n'avaient plus en face d'elles que des DS. Mais la cadence n'en tomba pas pour autant, bien au contraire : sur l'autodrome d'Imola, Geki roule 45 minutes pied au plancher et réalise 2'36" au tour, temps extraordinaire quand on le compare à ceux des voitures beaucoup plus puissantes; Manfredini parcourt la dernière course de côte, Masson-Tresche (14,5 km), en 11'6"... Non contentes de faire la preuve de leur robustesse, les Citroën multipliaient les exploits au fil des épreuves.

A l'arrivée, sur 60 voitures ayant pris le départ, il n'en reste plus que 35. Parmi elles, groupées l'une derrière l'autre, les 4 Citroën. Geki-Manfredini (DS 19) remportent la victoire en classe Tourisme de plus de 1800 cc. Quatre DS étaient au départ, ces quatre DS sont à l'arrivée.

All sporting Italians recall their "Mille Miglia" with nostalgia. This is why the "International Jolly Hotels Rally" (27-31 October) was destined to be a success : 1600 miles from Palermo to Trieste, with three track events and 6 hill climbs. The "massacre rally" was the name given to this event by the Italian press, because of its length and the severity of the trials as well as the difficult road sections of the course. Four production Citroen DS 19s were entered in the "Tourisme" class for over 1800 cc, along with Ford Mustangs, Fiat 2300s and Alfa Romeo 2600s.

Soon, in the "over 1800" group, it became a family affair: the DS's had only DS's to compete with.

At the finish only 35 cars remained, out of 60 starters. Among them, the 4 Citroens. Geki-Manfredini (DS 19) won the "Tourisme" class for over 1800 cc. Citroen was the only make to achieve this success : 100 % finishing a very difficult course.



Palerme : Tarruffi starter
(Attualfoto Bologna
Citroën 7.112)



Tortoretto-Lido (Attualfoto Bologna, Citroën 7.105)



Circuit
d'Imola
(Attualfoto
Citroën 7.106)



2e GRAND RALLYE DE ANGOLA

**4000 km
de pistes impossibles**

Jeune encore (il n'a que deux ans), le Rallye de l'Angola promet, en Afrique Occidentale, de marcher sur les traces de son aîné d'Afrique Orientale : l'East African Safari. Certes, plusieurs points du règlement mériteraient d'être revus, le fait que le parcours soit secret, par exemple, ou encore ces départs simultanés donnés dans 21 villes différentes, ou encore ces épreuves complémentaires dont l'une seulement est une course de côte, les autres relevant plutôt des exercices de gymkana. Reste que le rallye de l'Angola c'est avant tout : 4000 km de conduite harassante, hallucinante, sur des chemins de pierres et des pistes de terre, à travers montagnes et savanes; une course où les équipages comme les machines doivent aller jusqu'au bout de leur résistance, une épreuve de régularité où il faut pendant 5 jours sans arrêt rouler au maximum de vitesse compatible avec la limite de rupture des hommes et du matériel.

**Une DS 2^e
au classement scratch**

Les résultats sont d'ailleurs éloquentes : le 30 septembre, 34 concurrents étaient au départ; le 5 octobre, 6 terminaient dans les temps. Parmi eux : Manuel Machado-Fernando Falcão dont la DS 19 de série normale gagne la classe de cylindrée supérieure à 1600 cc et prend la 2^e place au classement général, à 146 points du vainqueur, le Sud-Africain Van Bergen sur Datsun spéciale (groupe GT et Sport), et à 15.113 points devant le troisième classé.

**2500 miles
on dreadful tracks**

Still young (only two years old), the Angolan Rally promises to follow, the footsteps of the East African Safari Rally.

However, the Angolan Rally represents above all : 2500 miles of gruelling and hallucinating driving over tracks of earth and stone, through mountains and savanna; an event in which drivers and cars alike have to go to the limits of their endurance.

The results speak for themselves : on 30th September, 34 competitors started; on 5th October, 6 finished within the time limits. Among them : Manuel Machado-Fernando Falcão whose standard production DS 19 won the over 1600 cc class and easily took second place in the general classification.



édition spéciale

CITROËN AU LOUVRE

amis
hidamis
AZL3
DS19
DS21
DS
amis
DS
ID&DS-19
CV



FLOATING LIKE A FISH...

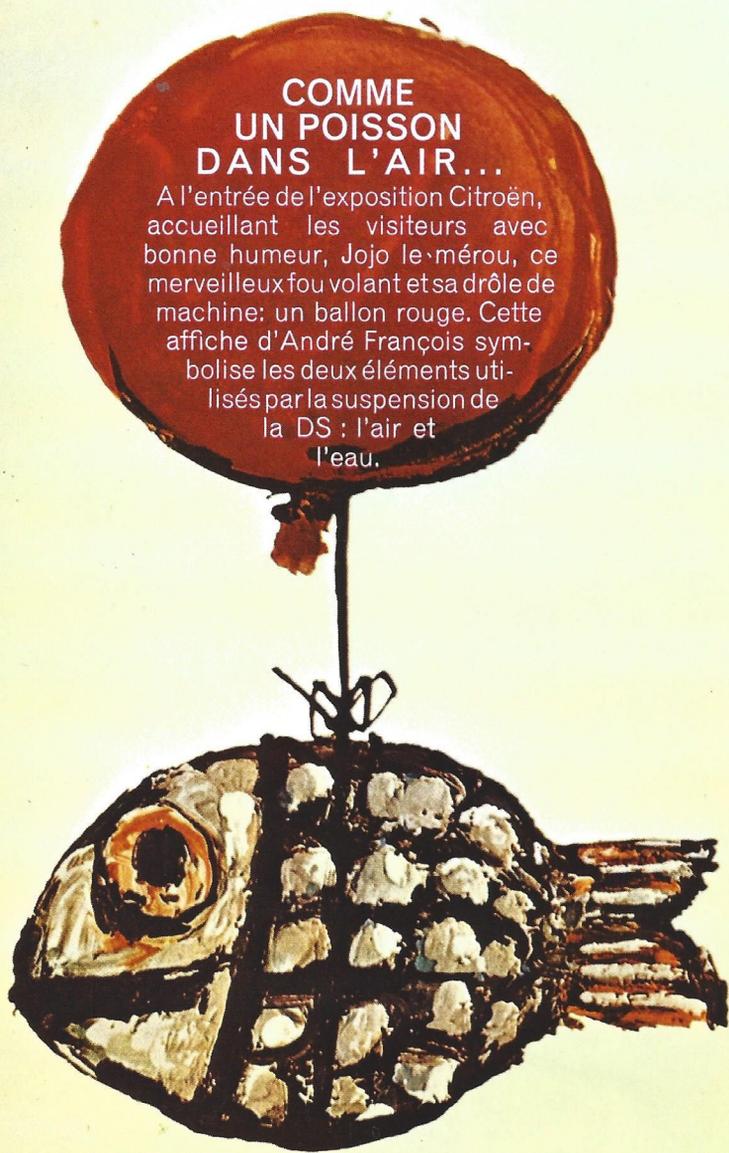
At the entrance to the Citroën exhibition at the Musée des Arts Décoratifs in Paris, visitors are welcomed by a good-humoured and playful "balloon" fish.

The poster, the work of André François, symbolizes the two elements incorporated in the suspension system of the DS : air and water (nitrogen and oil).

COMME UN POISSON DANS L'AIR...

A l'entrée de l'exposition Citroën, accueillant les visiteurs avec bonne humeur, Jojo le-mérou, ce merveilleux fou volant et sa drôle de machine: un ballon rouge. Cette affiche d'André François symbolise les deux éléments utilisés par la suspension de la DS : l'air et l'eau.

AF



Durant le mois de novembre 1965, à Paris, s'est tenue au Musée des Arts Décoratifs une exposition intitulée « Citroën, arts graphiques et publicité ». Des milliers de visiteurs y sont venus, des centaines d'articles ont été consacrés à cet événement : Citroën au Louvre ! A l'exception de cas particuliers comme les affiches célèbres de Toulouse-Lautrec, c'est sans doute la première entrée officielle de la publicité dans un musée.

On comprend qu'il ne s'agissait pas de célébrer les mérites d'un produit ou d'une marque, mais d'étudier les moyens mis en œuvre pour les évoquer. La manière est-elle un art ? Telle était la question posée.

La publicité moderne est née de la standardisation de la réclame lorsque celle-ci a été rendue nécessaire par les impératifs de la concurrence commerciale et le phénomène de standardisation des produits, consécutif à la révolution industrielle et à la fabrication de masse à laquelle celle-ci a donné naissance. Les produits devenant plus ou moins identiques entre eux, la publicité — une certaine forme de publicité — a cherché à les différencier en leur greffant des caractères secondaires distincts, en s'attachant à modifier leur apparence, à donner de l'objet à vendre une certaine image masquant sa réalité propre.

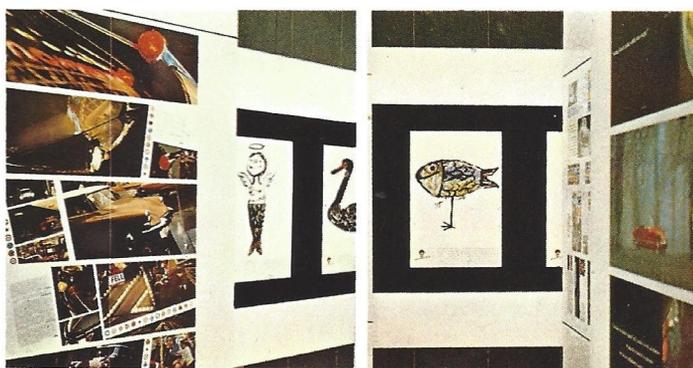
Pour ce faire, cette publicité a perdu de vue son objet même afin de s'attacher à

An exhibition entitled " Citroen, Graphic Arts and Advertising " was held during November 1965 at the Musee des Arts Decoratifs in Paris. The event drew thousands of visitors, and the press devoted a great deal of space to it. Citroen in the Louvre ! Apart from such special exhibits as the celebrated posters of Toulouse-Lautrec, it was probably the first time that advertising material had ever been on show in a museum.

The purpose was not, of course, to vaunt the merits of Citroen cars or to promote the firm's name, but to show how those merits are put over to the public, and how the Citroen image is promoted. Is advertising an art-form ? That was the question posed. Modern advertising grew out of the standardization of the cruder form of old-fashioned advertising, a development resulting from the demands of commercial competition and from the standardization of consumer products consequent on mass production, itself a consequence of the industrial revolution. When products in a given category came to differ little from one another, advertising — a certain form of advertising — attempted to differentiate them by endowing them with distinctive secondary characteristics, modifying their appearance and conferring on them an image masking their reality. In doing so, this form of advertising lost sight of the product itself in its preoccupation with the elucidation of consumer motivations; the examination of the product as such was



Photo de Seynes (Citroën 10.71)



Photos de Seynes (Citroën 10.94 et 10.70)

PLANCHES A IDÉES

Tout ce qu'une voiture peut inspirer de désirs, satisfaire de besoins, exprimé par cent images, affiches, photos, calendriers, dépliants, toute une mythologie de l'utilité, un bestiaire du confort : tout Citroën en quelques panneaux de modernes hiéroglyphes multicolores.

IDEAS GALORE

Every desire a car can arouse, every need it can satisfy, expressed in a hundred pictures, posters, photographs, calendars and folders—a whole encyclopedia of useful information, a thesaurus of comfort; but over the Citroën image on a few panels of modern hieroglyphs.



Photo de Seynes (Citroën 10.69)

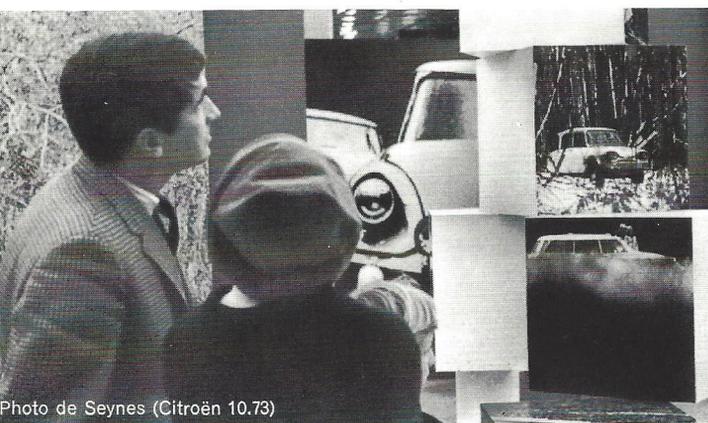


Photo de Seynes (Citroën 10.73)

LE PUBLIC : 15.000 VISITEURS

Chaque exposition a son public, celui de Citroën (15.000 visiteurs en un mois) a eu bien du talent. Intéressé, attentif, passionné, il a parcouru avec plaisir le labyrinthe publicitaire édifié pour lui.

THE PUBLIC - 15.000 VISITORS

Every exhibition has its public, but Citroën's (15,000 visitors in the course of a month) was particularly appreciative. Attentive, interested, fascinated, the numerous visitors enjoyed exploring the advertising labyrinth built for them.

l'élucidation des mobiles du consommateur, se constituant ainsi en technique de conditionnement. Se faisant, elle a presque totalement abandonné l'examen du produit à vendre pour ne se plus consacrer qu'à l'étude des conduites de l'acheteur.

Et l'on a vu fleurir différentes techniques d'investigations : enquête de marché, de motivations. Mais aux mêmes questions un même public ne pouvait que faire les mêmes réponses et ces enquêtes d'envergure n'ont fait qu'accélérer le nivellement de la publicité. Issue de la standardisation et y retournant par une erreur fatale qui lui fait stéréotyper d'elle-même sa clientèle, cette publicité n'a pu éviter de se soumettre aux trois règles de la Taylorisation : « identité, répétition, rapidité ».

Pourtant s'il est une publicité qui cache, une publicité qui fabrique un faux événement et finalement débouche sur la négation de l'objet, il en est forcément une qui montre, exalte l'objet, explore et explicite les rapports de celui-ci avec le monde.

C'est dans cette dernière perspective que s'inscrit l'effort publicitaire poursuivi depuis plusieurs années par Citroën. Le problème n'est pas de clamer l'existence d'un produit, puisque l'automobile prouve son existence en roulant, son succès en se multipliant. Il n'est pas non plus question d'inventer des différences avec les produits concurrents, puisque les voitures construites par Citroën possèdent leurs caractéristiques propres, qui suffisent à les distinguer des autres. Non, le propos publicitaire, ici, est à la fois plus simple — parce que procédant directement de l'objet auquel il s'applique — et plus complexe — parce que riche de multiples possibilités. Il va s'agir d'établir l'équivalent rédactionnel et graphique d'une certaine conception de la vie moderne exprimée dans ces architectures du mouvement que sont la DS ou la 2 CV. Il va s'agir de fournir un commentaire à ces matérialisations qu'elles constituent, d'une sensibilité contemporaine, d'une poétique de la vitesse, d'une notion renouvelée du confort. Il va falloir les faire surgir dans leur vrai climat, les placer dans l'atmosphère qu'elles appellent, esquisser les potentialités qui sont en elles. A ce niveau



almost totally abandoned for the study of the behaviour of the purchaser. Many different techniques of investigation were developed : market surveys, motivational surveys, and the like. But in the long run, the same public was bound to come up with the same answers to the same questions, and these clever investigators ultimately succeeded merely in accelerating the standardization of advertising. Born of standardization originally, advertising reverted to it through the fatal error of stereotyping its clientele. It could not avoid obeying the three rules of Taylorisation : identification, repetition, rapidity.

But though there is one form of advertising which falls into error and as a result negates what it attempts to achieve, there is another form of advertising which shows the product for what it is, extols its merits, and

explains how it relates to the world at large.

It is this latter conception of advertising that is Citroën's. The point is not to proclaim the existence of the product ; an automobile is anyway proof of its own existence ! Neither is it a question of emphasizing the differences between Citroën cars and competitive makes, because cars built by Citroën possess characteristics of their own which suffice to distinguish them from those of other manufacturers. No ; the content of the advertising message here is at once simpler — because it proceeds directly from the product it is about — and more complex, because it is so rich in multiple possibilities. The aim is to create the equivalent, in words and pictures, of a certain conception of contemporary life which is expressed in the " architecture in

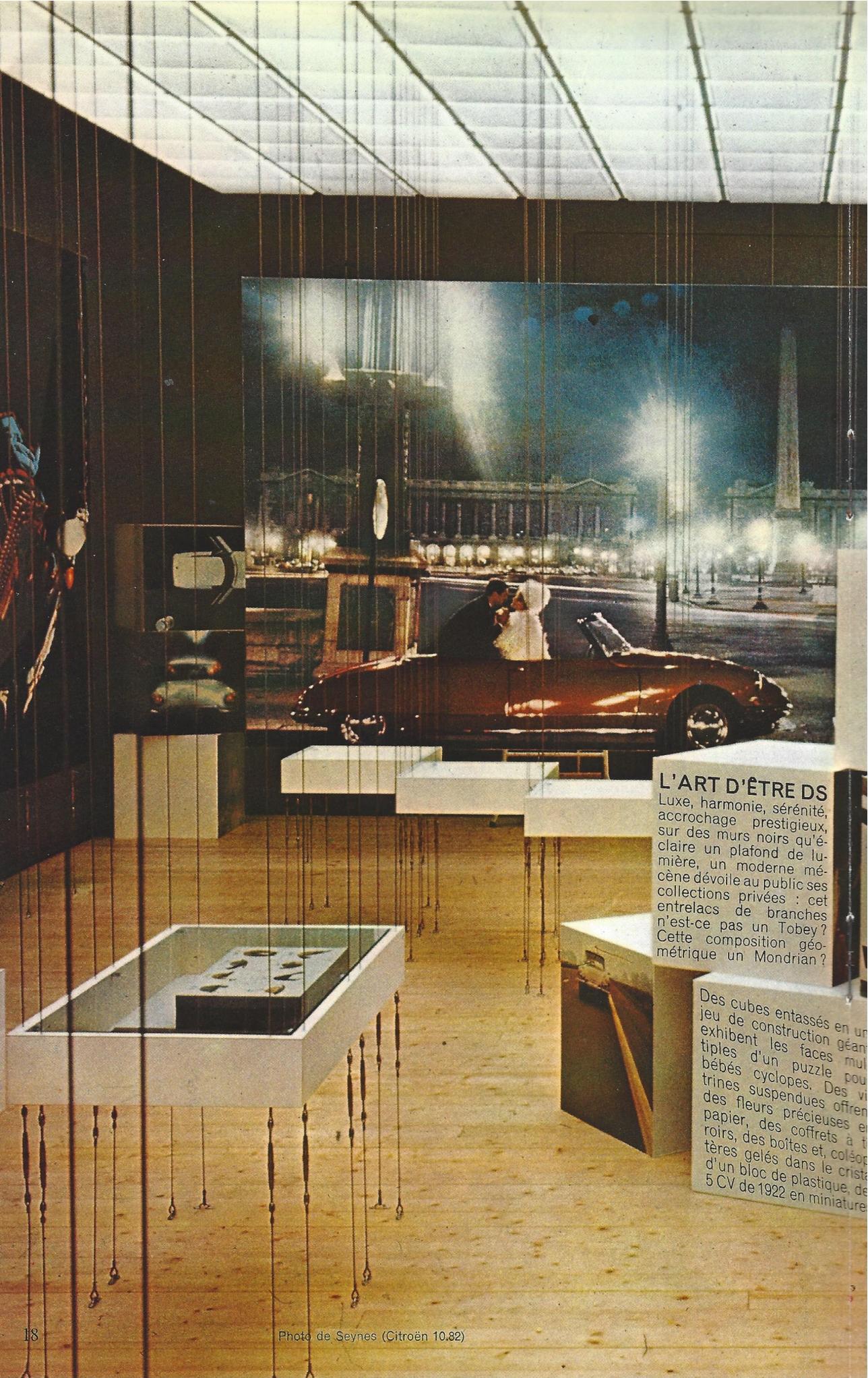
LA VIEILLE DAME TRÈS DIGNE

Tous les jours pendant un mois une grand-mère 'désuète et charmante a reçu de 13 à 19 heures au Pavillon de Marsan, en tricotant dans son fauteuil à bascule. Ce mannequin de cire utilisé pour la reconstitution d'une prise de vue de studio paraissait si vivant que des visiteurs lui adressèrent la parole.

A VERY DIGNIFIED OLD LADY

Every day for a month this charming old grandmother welcomed visitors to the pavillon de Marsan from 3 to 7 p.m. The effigy, which was modelled from a studio photograph, looked so lifelike that many people actually spoke to it!

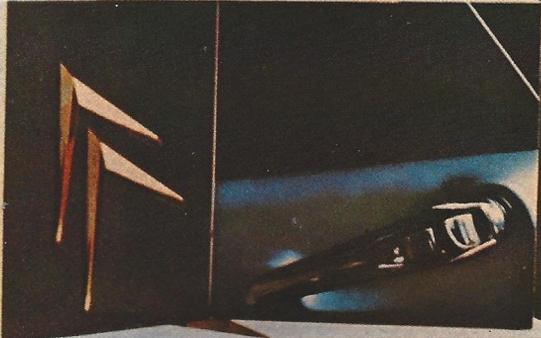
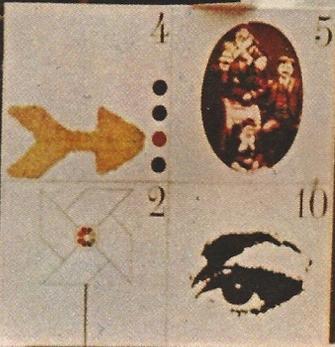
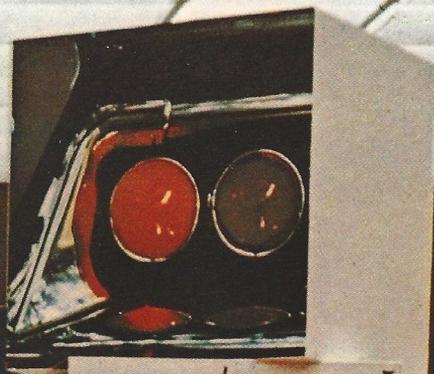




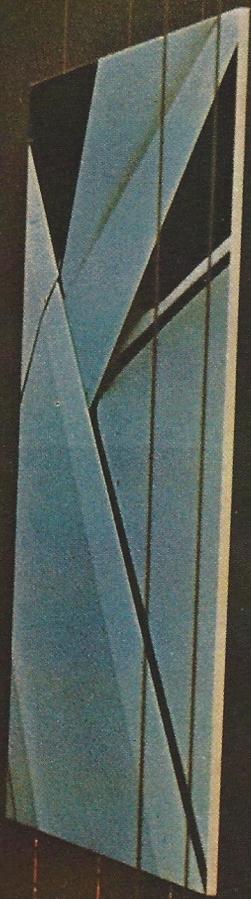
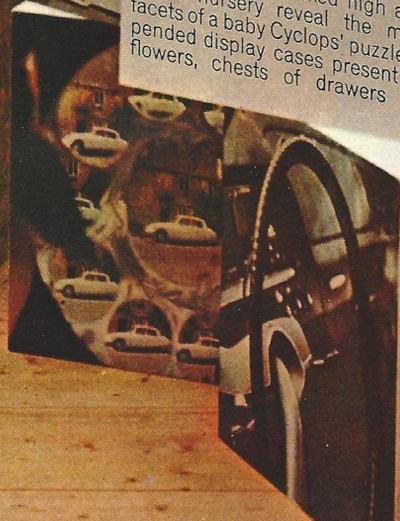
L'ART D'ÊTRE DS

Luxe, harmonie, sérénité, accrochage prestigieux, sur des murs noirs qu'éclaire un plafond de lumière, un moderne mécène dévoile au public ses collections privées : cet entrelacs de branches n'est-ce pas un Tobey ? Cette composition géométrique un Mondrian ?

Des cubes entassés en un jeu de construction géant exhibent les faces multiples d'un puzzle pour bébés cyclopes. Des vitrines suspendues offrent des fleurs précieuses en papier, des coffrets à tiroirs, des boîtes et, coléoptères gelés dans le cristal d'un bloc de plastique, de 5 CV de 1922 en miniature



HOW TO BE A DS?
 In a setting of quiet distinction and elegant taste, enhanced by a discreetly luxurious decor of black walls illuminated by ceiling lights, a modern Maecenas puts his private collection on public display. Isn't that tangle of branches a Tobey? That geometric composition looks like a Mondrian. And surely that one over there is a Renoir? Cubes stacked high as in a giant's nursery reveal the multiple facets of a baby Cyclops' puzzle. Suspended display cases present paper flowers, chests of drawers boxes.



en un géant
 s mul-
 pour
 Des vi-
 offrent
 ses en
 s à ti-
 coléop-
 cristal
 ue, des
 iatures.



Photo de Seynes (Citroën 10,86)



Photo de Seynes (Citroën 10,86)

où il s'agit non d'imposer brutalement un désir mais tout au plus de susciter une inclination, la publicité est expression réelle de l'objet réalisé, elle suppose d'une part une éthique de la vérité (qui postule à la fois la maturité du consommateur et la recherche par le producteur de l'objet convenable et de son bon usage), d'autre part une esthétique de la réalité (qui s'exprime en des recherches formelles inspirées par l'objet dont il s'agit d'approfondir le contenu et les possibles). A ce niveau, peut-être la publicité est-elle un art.

Qu'est-ce qu'un art, en effet, sinon d'abord un langage qui incorpore l'héritage du passé à la réalité du présent, un langage qui exprime par sa structure même la logique intérieure d'une civilisation ?

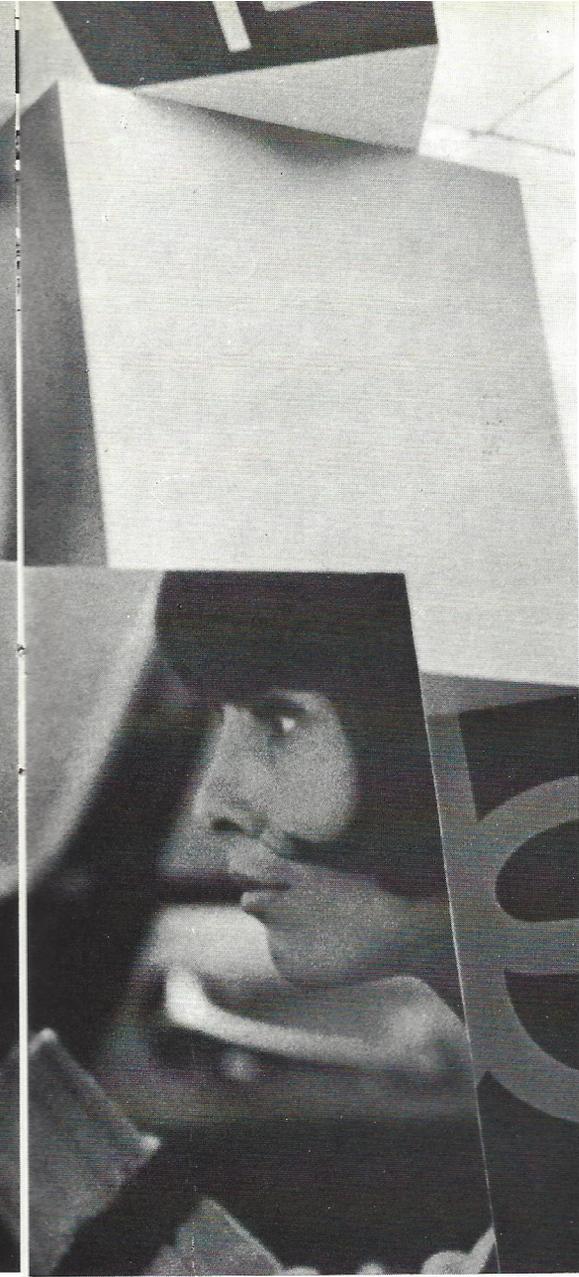
Qu'est-ce qu'un art sinon, aussi, un style qui s'élabore et qui à la fois reflète et constitue la sensibilité d'une époque ?

Qu'est-ce qu'un art sinon une tentative, plus ou moins intuitive ou plus ou moins

concertée, d'élucidation des rapports entre l'homme et le monde, un effort de médiation entre l'homme et les choses ?

Ces trois critères s'appliquent parfaitement à la publicité, pour peu qu'on accepte de dépouiller celle-ci d'une finalité commerciale trop évidente.

La démarche, le but même, de tous les arts depuis leurs plus lointaines origines — pensez à la peinture — n'est-il pas de montrer, d'évoquer, de faire apparaître, de transfigurer les choses ainsi que se le propose aussi la publicité ? Cette similitude est particulièrement apparente dans l'époque actuelle où tous les arts — peinture, architecture, littérature, musique même — évoluent, au moins par la plus en vue de leurs écoles, vers ce qui est la raison d'être de la publicité : l'objet. « Civilisation de l'image » dit René Huighe des temps modernes; ne devrait-on pas parler plutôt d'une « civilisation de l'objet » et, puisqu'il s'agit toujours



LES JEUNES FILLES DE LA MAISON

Facteurs non négligeables à la fois du succès de l'exposition et d'une rénovation de la muséologie : les hôtes. Souriantes, ravissantes, efficaces, pendant un mois elles ont fait plus qu'accueillir les visiteurs, elles leur ont dispensé avec gentillesse en plusieurs langues, explications, conseils et documents.

MEET THE GIRLS

The hostesses, besides being a new element in museology, played a by no means negligible part in ensuring the success of the exhibition. Smiling, glamorous and efficient throughout the month, they welcomed visitors and dispensed, daily, information and documentary material in several languages.

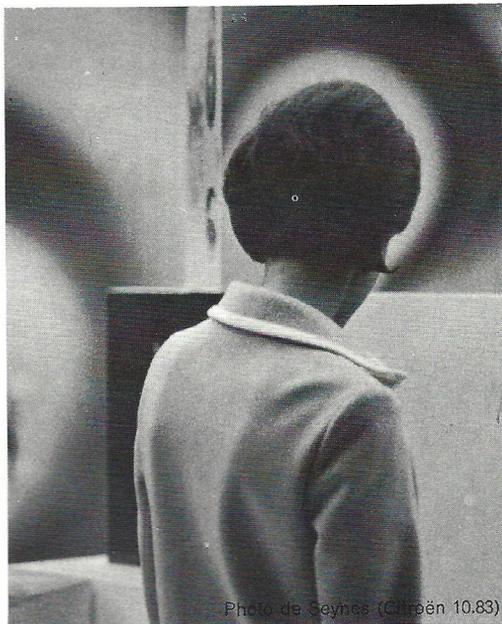


Photo de Seynos (Cité 10.83)

movement" of, say, the DS or the 2 CV. To provide a commentary, as it were, on what they are; to evoke the poetry of them; to relate them to their true context; to highlight their potentialities. At this level, where the purpose is not brutally to arouse a desire but rather simply to give birth to an inclination, advertising is a real expression of the product in question. It presupposes an ethic of truth (implying a degree of maturity on the part of the consumer and a sincere attempt on the part of the manufacturer to turn out a product which best serves the purpose for which it is intended) ! and also an aesthetic of reality — expressed in the formal attempt, inspired by the product itself, to present the latter and its potentialities in depth. At this level, we may claim that advertising does indeed become an art.

It depends, you may say, on what precisely is meant by an art. Admittedly, a number of definitions are possible. But it will not, we think, be contested that an art is, among other things, a medium of expression which

brings the heritage of the past into the reality of the present — a language which, by its very structure, expresses the inner logic of a civilization. It is also a style that develops and that at one and the same time reflects and constitutes the sensitivity of an age. It is an attempt, more or less intuitive, more or less concerted, to elucidate the relationships between man and the world around him; an attempt to mediate between people and things.

These criteria are seen to apply to advertising — the kind of advertising we have just described — as soon as we look beyond its purely commercial objectives.

Has not the purpose, and even the ultimate objective, of all forms of art right from the beginning (just think of painting, to take an obvious example) been to reveal, to evoke, to transfigure things, just as advertising aims to do? This is particularly apparent at the present time, when all the arts — painting, architecture, literature, even music — are tending more and more to concern themselves with what is the very raison



Photo de Seynes (Citroën 10.88)

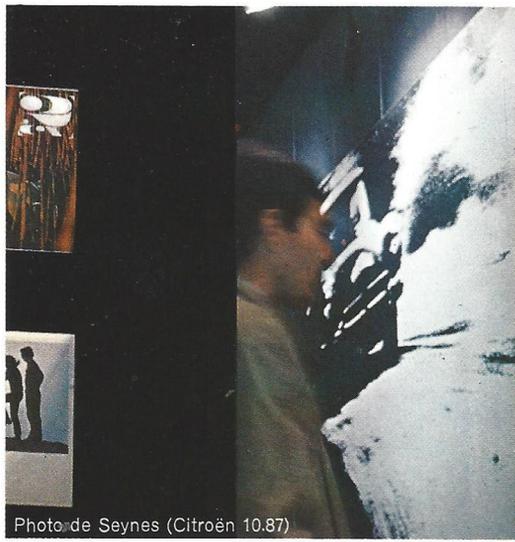


Photo de Seynes (Citroën 10.87)

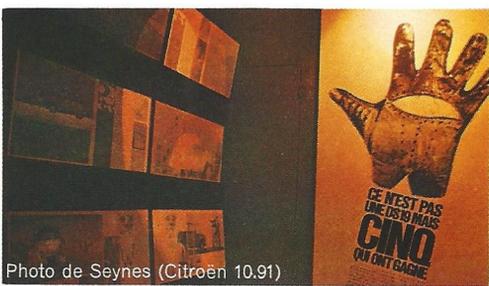


Photo de Seynes (Citroën 10.91)



d'un objet manufacturé, d'une « civilisation du produit » ? Dès lors, dans la mesure où une culture répond à une civilisation, il n'est pas faux de dire de la publicité qu'elle est l'art de notre temps.

Au reste, ces préoccupations de la composition qu'avaient un Dürer, un Paolo Uccello, un David, un Mondrian, ne sont-elles pas celles des metteurs en page et des graphistes d'aujourd'hui ?

Prenons cependant garde à ceci : que si l'on admet la publicité comme un art, il faudra ne pas se contenter de lui accorder un strapontin dans un musée, c'est tout le musée qu'il faudra lui donner. Un musée où la publicité sera vraiment considérée comme un art à part entière, avec ses écoles différentes, ses caractéristiques

d'être of advertising : the object. René Huyghe has called our age the "civilisation of the image" ; but should it not rather be the "civilisation of the object" ? Or, since it is mostly a question of manufactured objects, the "civilisation of the product" ; In which case, in so far as a culture corresponds to a civilization, advertising may be said to be the art of our time. In this context, it is by no means inapposite to point to a parallel between the preoccupation with composition of, for instance, Dürer, Paolo Uccello, David, or Mondrian and that of today's layout men and designers in the advertising agencies.

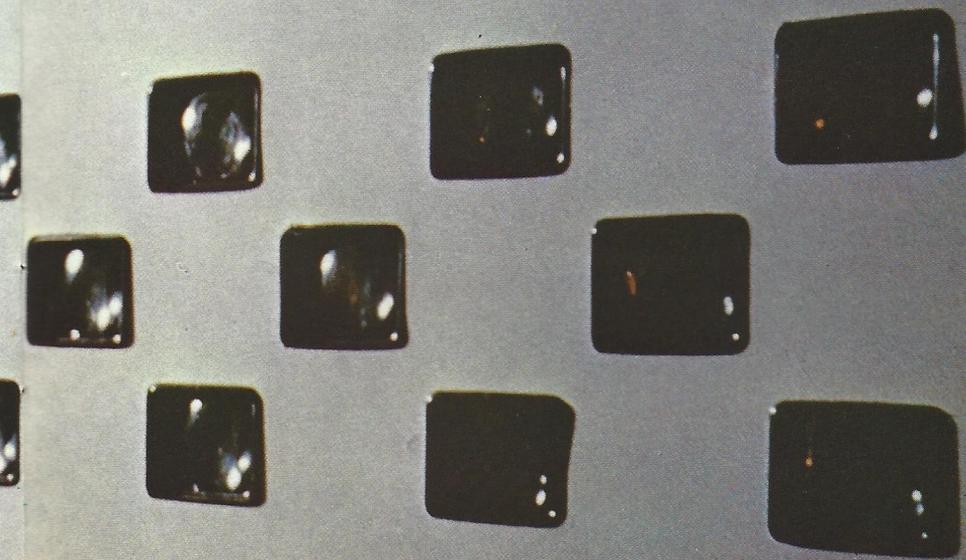
This line of thought leads us to the consideration of a point of some importance. If advertising is accepted as an art, we must not be content to allocate it just one small

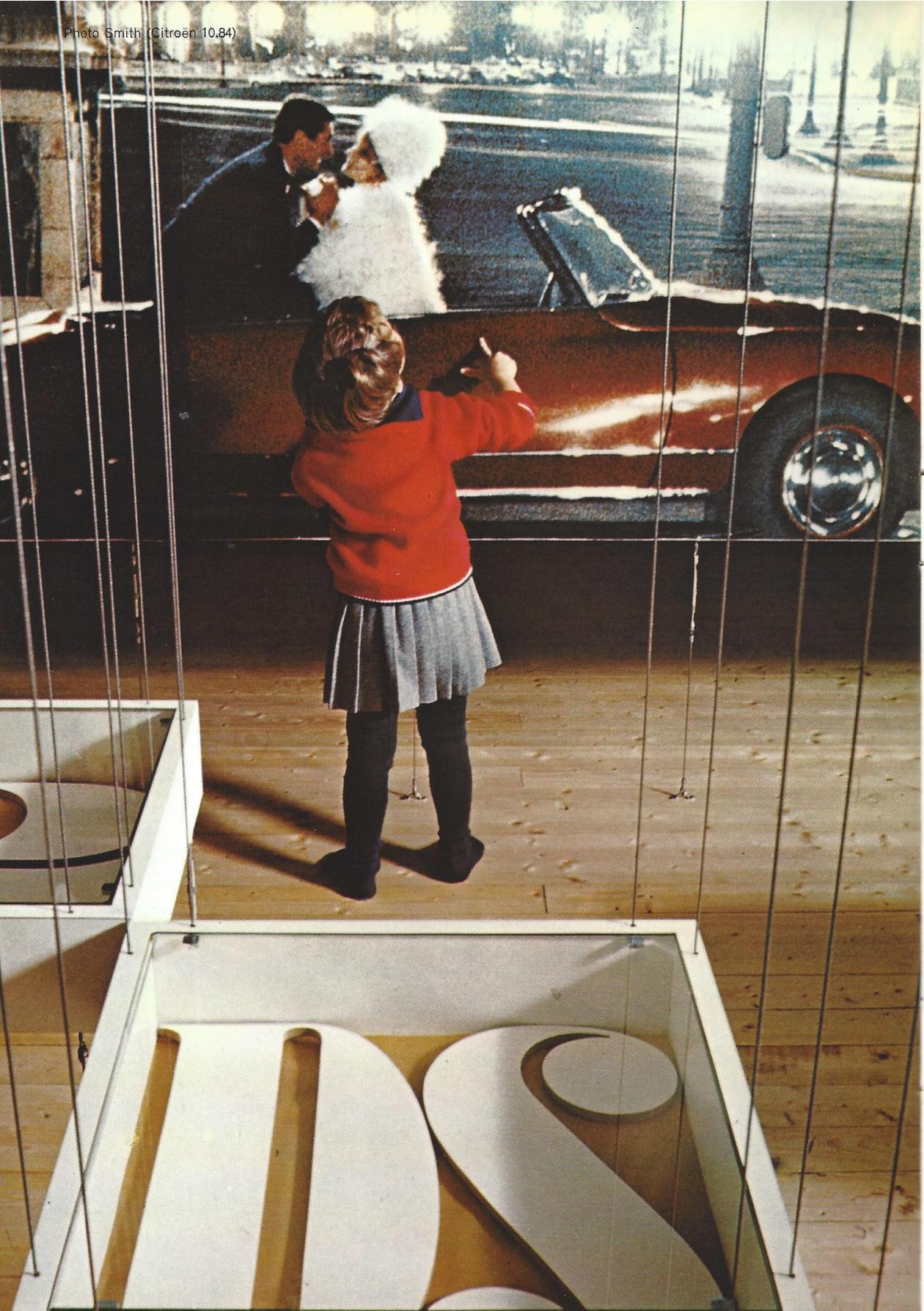
LA COURSE SUR LES MURS

Choc, violence de la vitesse dans un circuit expressionniste. Des spots clignotants font surgir, sur un fond blanc cru, les éclats noirs d'immenses photos arrachées aux voitures de rallye lancées à toute allure. Au centre, une chambre noire pour la vision de diapositives.

MURAL SPEEDWAY

The impact and the violence of speed on a Surrealist race-track. Against a brilliant white background, flashing spotlights give movement to the dark forms of blown-up photographs of rally cars being driven at their limits. There is also a darkroom for transparencies.





A QUOI REVENT LES JEUNES FILLES

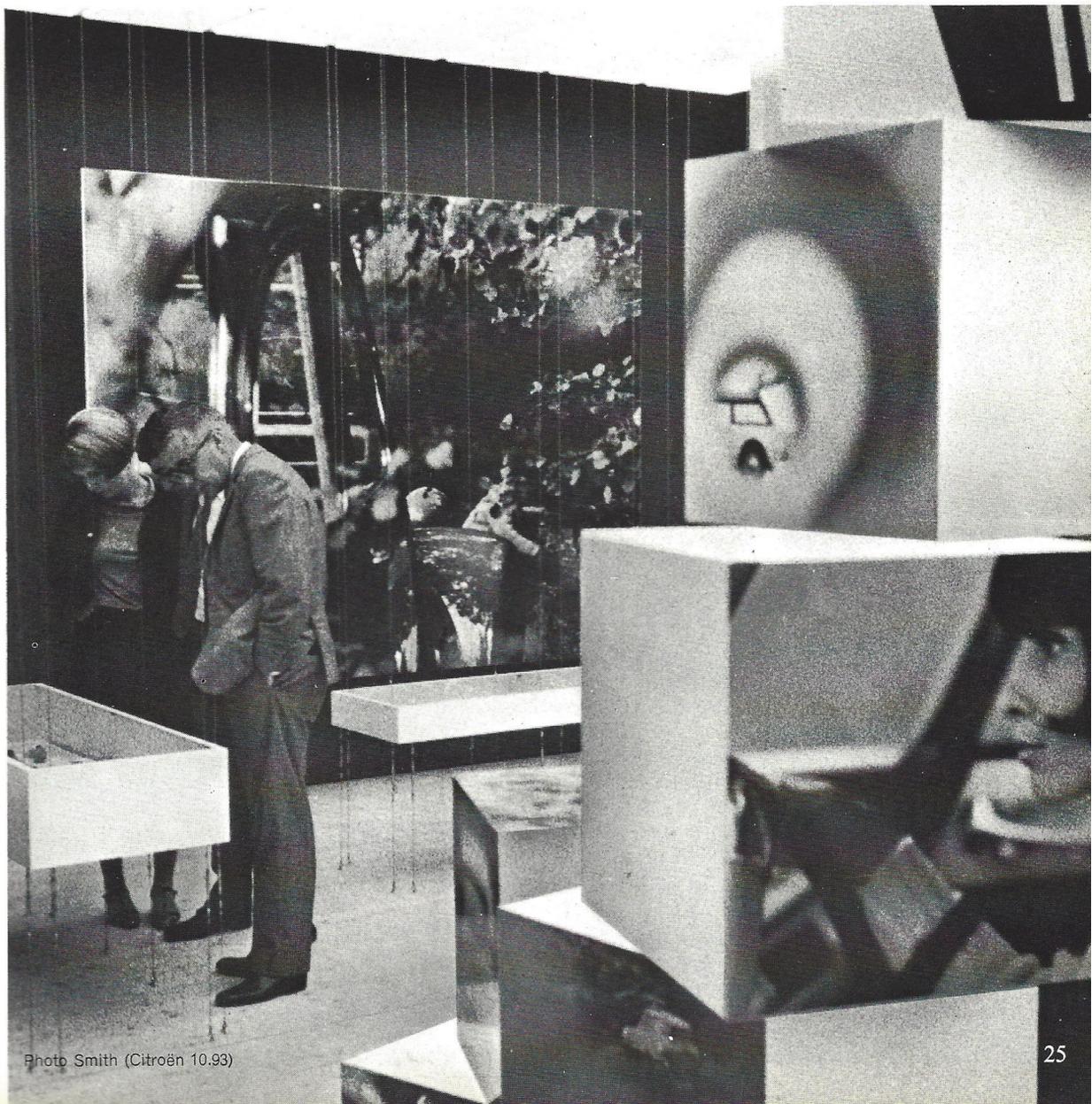
Etre une petite fille, n'est-ce pas rêver pendant dix ans d'être un jour une belle dame qu'un prince-chauffeur emportera dans sa DS rutilante vers les riches Noëls des contes de fées très heureux?

A LITTLE GIRL'S DREAM

All little girls dream of one day being a beautiful lady driven by a handsome chauffeur in a gleaming DS to sumptuous Christmas parties in settings of fairyland stories. Why not princesses are?

de nationalités, ses tendances allant de l'expressionnisme à l'impressionnisme... Car ces écoles, ces tendances existent : dogmatisme suisse, baroque italien, expressionnisme tchèque... A ce concert, la France joint son chant. L'une des raisons du choix des organisateurs de l'exposition du Musée des Arts Décoratifs, c'est peut-être justement que Citroën pourrait bien représenter, en matière de publicité, l'école française. Un certain équilibre, un certain accord entre rigueur et sensibilité, composition et fantaisie, qui rejoint la tradition de Jean Fouquet, de Georges de la Tour, d'Ingres, de Cézanne, de Georges Braque. C'est ainsi que le Conservateur de la bibliothèque des Arts Décoratifs a pu écrire : " Il nous est apparu que la juxtaposition et la confrontation des éléments de publicité conçus au cours des années par la firme Citroën, permettait de dégager des constantes, une unité significative, un style et que, tout compte fait, le respect du public, un constant souci de la qualité en soi sont les plus sûrs moyens de forcer l'attention et l'estime".

section of a museum ; it must have a whole museum to itself. Such a museum of advertising would really stand as an art gallery in its own right, with its different schools, different nationalities, different tendencies, ranging from expressionism to impressionism... for these schools, these tendencies, do exist ; we have Swiss dogmatism, Italian baroque, Czech expressionism, and so on. France has its place, too, in this gallery. One of the reasons why the organizers of the Citroen exhibition chose the Musée des Arts Décoratifs in which to stage it was, perhaps, precisely because Citroen's advertising is representative of the French school. A certain equilibrium, a certain balance between rigour and sensitivity, between composition and fantasy — in these features we see a link with the tradition of Jean Fouquet, Georges de la Tour, Ingres, Cézanne and Georges Braque. So, to the question " Is advertising an art ? ", this Citroen exhibition, though it does not offer the definitive answer, provides a significant pointer. It is for those who view it to decide for themselves.



échos

CITROËN HISPANIA : 100.000^e 2 CV

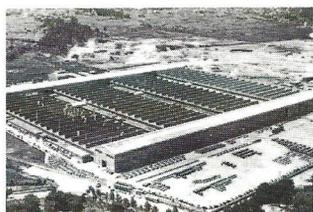


Photo Citroën N° 10.106

VIGO (Espagne) — En novembre 1965, la 100.000^e 2 CV fabriquée en Espagne est sortie de l'usine Citroën de Vigo. La production de cette usine était en 1958 de 400 véhicules. Elle a été de 40.000 véhicules pour 1965.

CITROËN HISPANIA : 100,000th 2 CV

VIGO (Spain) — In November 1965, the 100,000th 2 CV to be built in Spain left the Citroën factory at Vigo. In 1958, production at this factory was 400 vehicles. In 1965 it was 40,000.

OSLO-BERGEN AU COMPTE-GOUTTES



Photo PR Teknisk AS Oslo
(Citroën N° 10.50)

OSLO (Norvège). — Couvrir 500 km en voiture en consommant moins de 4 litres d'essence au 100 km, c'est presque une histoire écossaise. Elle nous vient de Norvège : à la suite d'un pari, M. Oluf Berrum, président du Club Norvégien des 2 CV, réussit à parcourir, avec sa 2 CV âgée de cinq ans et de 60.000 km, un passager et des bagages, les 528 kilomètres du trajet

montagneux et accidenté d'Oslo à Bergen en ne consommant que 20,80 litres d'essence, soit 3,94 l aux 100 km. L'état du moteur et la pression des pneus étaient normaux et M. Berrum s'était interdit de débrayer en descente.

OSLO-BERGEN DROP BY DROP

OSLO (Norway). — 350 miles at 70 miles per gallon: it sounds like a tall story. In fact it comes from Norway where, for a bet, Mr. Oluf Berrum, President of the Norwegian 2 CV Club, a passenger and luggage in a 5 year old 2 CV with 40,000 miles on the clock, succeeded in covering the 330 miles from Oslo to Bergen over tortuous mountain roads using only 4.6 gallons of petrol, i.e. 71.5 m.p.g.; the condition of the engine and tyre pressures were normal and Mr. Berrum did not allow himself to free-wheel down any hill.

DES AILES POUR LA DS



Photo Jacques Dubourg
(Citroën N° 10-49)

DINARD (France). — Depuis l'antiquité, les Déesses ne volaient plus. Ce n'est plus vrai désormais : grâce à Fantomas, une Pallas vole. Dans le film réalisé par André Hunebelle, une DS déploie ses ailes pour permettre à Fantomas — Jean Marais — d'échapper une fois encore au commissaire Juve. (Effets spéciaux : Gil Delamare). Munie de 2 turbo-réacteurs et d'ailes effilées, la DS prend son élan vers les constellations cinématographiques pour y devenir une étoile filante.

WINGS FOR THE DS

DINARD (France). — Goddesses have not flown since the age of mythology. This statement is no longer

true: thanks to Fantomas, there is now a flying Pallas. In a film by André Hunebelle, a DS spreads its wings to enable Fantomas — Jean Marais, to escape once again from Inspector Juve. (Special effects: Gil Delamara). Powered by two turbo-jet engines and with streamlined wings, the DS takes off towards the constellations of the cinema wanting to become a famous star.

TRÈFLES ET FILLES EN FLEURS

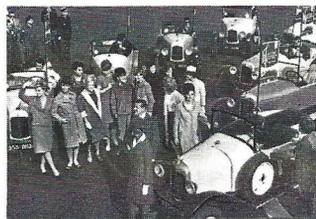


Photo Pressenda - Nice
(Citroën N° 10.97)

NICE (France) — Jaune pour les carrosseries, bleu pour le ciel, c'étaient les couleurs du gracieux défilé de 5 CV "Trèfle" qui traversait Nice vers l'aéroport. A bord des voitures, de jolies amazones bottées de blanc et casquées de mèches courtes : des mannequins venus présenter la mode de l'été 1966 au Festival international de la couture, et repartant dans ces 5 CV Citroën qui furent en 1923 les premières vraies voitures de (vraies) femmes.

IN THE CLOVER

NICE (France) — Yellow cars and blue skies, these were the colours of the graceful parade of the 5 CV "Trefle's" (clover) through Nice towards the airport. In the cars were pretty girls with white boots and short hairstyles : models who had come to show the 1966 summer fashions at the international Festival of "couture" and who were returning in these 5 CV Citroëns which, when introduced in 1923, and were then considered the first real "ladies" car.

LES TRANSPORTS DE LA 2 CV



Photo Ossi Polari. Seinajoki (Citroën N° 10-51)

HELSINKI (Finlande). — Quand deux finlandais se promènent en voiture, ce n'est jamais le coffre vide. C'est ainsi qu'on a pu récemment extraire d'une 2 CV finlandaise 11 paires de skis, 11 sacs à dos, 8 bagages de toutes sortes... et aussi deux hommes. Le tout en bon état de marche après plus de 50 km de routes plutôt mauvaises.

2 CV 2 BOYS SCOUTS

HELSINKI (Finland). — There are two Finlanders who do not believe in driving around in an empty car. Recently, out of a Finnish 2 CV came 11 pairs of skis, 11 rucksacks and 8 items of miscellaneous luggage... also two boy-scouts. All in good running order after a 30 mile trip, on bumpy roads.

ESPAGNE : CITROËN FAIT SON TROU



Photo Juamar. Madrid (Citroën N° 10-29)

MADRID (Espagne). — Si la Société Citroën ne bâtit pas de châteaux en Espagne, elle y construit un nouvel édifice : le nouveau siège à Madrid de

« Citroën Hispania ». Ce sera un grand bâtiment de quatre étages, d'une superficie de 40.000 m², où seront installés ateliers d'entretien et de réparation, magasins, bureaux commerciaux. Les fondations impressionnantes évoquent bien l'ampleur de cette entreprise.

CITROEN MAKES IT MARK IN SPAIN

MADRID (Spain). — The Citroën Company may not build castles in Spain, but it is putting up a new building there: the new premises in Madrid for "Citroën Hispania". It will be 4 storey with 400,000 sq. ft. of floor space, housing the repair and servicing workshops, stores and offices. The impressive foundations give a good indication of the size of the latest Citroën project.

LES 2 CV DES ÉCLAIREURS



Photo Citroën N° 10.61

PARIS (France) — Les Eclaireurs de France ont réuni par collecte la somme nécessaire à l'achat de 2 fourgonnettes 2 CV destinées aux éclaireurs de Madagascar et du Dahomey. Une gentille cérémonie a eu lieu à Paris, au cours de laquelle les voitures ont été symboliquement remises aux ambassadeurs des deux pays qui étaient concernés.

2 CV FOR THE SCOUTS

PARIS (France) — The Boy scouts and Girl guides of France ("Eclaireurs of France") recently collected

between them enough money to buy two 2 CV vans. These vehicles were not for them : their 2 CVs were for the scouts and guides of Madagascar and Dahomey. During a friendly ceremony held in Paris, the cars were presented to the Ambassador of Madagascar and the Ambassador of Dahomey.

LE BONJOUR D'ERROLL

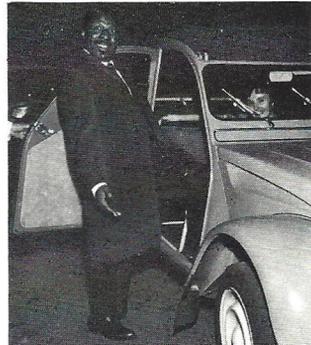


Photo Philipps (Citroën 10-41)

PARIS (France) — Erroll Garner, le plus grand pianiste de jazz du monde, de passage à Paris, a tenu à s'asseoir dans une 2 CV. « Il y a longtemps que je voulais essayer cela » a-t-il dit. Déjà Susan Mac Donald, une séduisante harpiste américaine, effectue sa tournée des grandes salles de concert européennes en emportant sa harpe dans sa 2 CV. Erroll Garner pense-t-il transporter son piano de la même façon ?

ERROLL SAYS HALLO

PARIS (France) — When he passed through Paris, Erroll Garner, the world's greatest jazz pianist, insisted on sitting in a 2 CV "I have wanted to do that for a long time" said he. Already, Susan MacDonald, a charming American harp player, tours the great concert halls of Europe taking her harp with her in a 2 CV. Could Erroll Garner be thinking of carrying his famous piano in the same way ?

échos

A LA POURSUITE DU LECTEUR

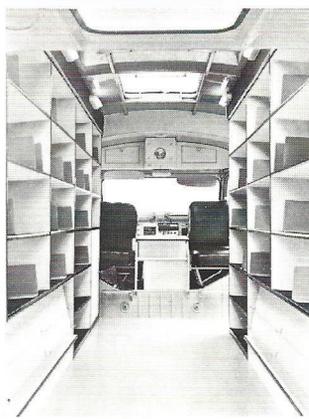


Photo-Promotion Bruxelles
(Citroën n° 10.22)

LUXEMBOURG (Luxembourg). — La culture se motorise et les belles lettres prennent la route. Comment? Choisissez un fourgon H Citroën, coupez-le en quatre, recoupez-le en huit, étirez-le en longueur, empilez le tout en cases que vous remplirez de livres en laissant un passage au centre : vous avez un « Bibliobus ». C'est un tel véhicule que le Département des bibliothèques publiques de l'Éducation Nationale de Belgique vient de mettre en service dans la région de Forrières, au Luxembourg. Il s'agissait d'aménager en bibliothèque de 1.200 volumes une camionnette maniable et rapide. Le fourgon Citroën HY 72 (1.250 kg) répondit le mieux aux exigences des techniciens : plancher très bas, vaste volume utile, deux accès possibles, etc. Devenu « Bibliobus », il va porter la littérature à domicile dans les villages les plus isolés et les régions les moins accessibles d'habitude.

BOOKS ON FOUR WHEELS

LUXEMBOURG (Luxembourg). — Culture is being motorised and the "Belles lettres" are taking to the road. How?... Take a Citroën H van, divide it into four and again into eight, lengthen it, fill it with

shelves full of books leaving a central aisle, and you have a "Librarybus". This is the vehicle that the Belgian National Education Department of Public Libraries, has just put into service in the region of Forrières in Luxembourg. The requirement was for a mobile library of 1,200 books in a fast and manœuvrable vehicle: the Citroën HY 72 (1 1/4 ton) van was best suited to the purpose: very low floor, plenty of usable space, two access doors, etc. As a "Librarybus" it takes literature to the most isolated villages and towns in the least accessible regions.

LE BREAK VOLANT DE LA TV



Photo Allardet - Télémagazine
(Citroën N° 10.46)

PARIS (France). — Rapide, robuste, pratique, économique, et surtout équipé de la suspension hydropneumatique qui autorise tous les travellings et permet de tourner depuis le véhicule en marche à n'importe quelle vitesse, telles sont les caractéristiques du break ID 19 qui le font choisir comme véhicule de reportage par la plupart des hommes de télévision et de cinéma. L'O.R.T.F. pour sa part possède une flotte de quelque 170 breaks Citroën qui assurent les reportages rapides. Déjà des expériences réussies permettent d'imaginer un service d'actualité capable de retransmettre dans un délai inférieur à deux heures n'importe quel événement se produisant quelque part en France : un avion Bréguet 941 (capable d'atterrir ou de décoller avec plusieurs tonnes de fret sur des distances non aménagées de l'ordre de 100 m) amène à pied d'œuvre (champ ou terrain d'aéro-club proche

de l'événement signalé) un break ID équipé d'une caméra électronique légère et d'un appareil d'enregistrement magnétique. Embarquement et débarquement du break — et même, si l'on veut, de deux motards pour lui ouvrir la route — s'effectuent en quelques secondes. Le break se rend immédiatement sur les lieux, effectue le reportage, et revient prendre sa place dans les flancs de l'avion qui décolle immédiatement. Pendant le vol de retour, la bande magnétique des images est lue depuis le break et rediffusée directement à l'antenne. Avec un break équipé d'un émetteur de retransmission, on pourrait même émettre depuis le sol, il suffirait que l'avion reprenne l'air à la verticale du véhicule pour assurer un relais vers un récepteur du réseau national principal.

TV's FLYING ESTATE CAR

Why have the majority of television and cinema camera-men chosen the ID 19 estate car as the ideal vehicle for a mobile film unit? Because it is fast and strong, yet practical and economical and above all because it has the Citroën hydropneumatic suspension which allows the camera-men to film at any speed over all kinds of ground. The French Radio and Television Company itself runs a fleet of 170 Citroën estate cars which ensure that they are able to give rapid film coverage. Successful experiments have already proved the feasibility of "on the spot" coverage capable of broadcasting within two hours, a filmed report of any occurrence anywhere in France: A Breguet 941 Aircraft, which is capable of landing or taking off from a 325 yard unmade runway, with a high tonnage payload, can fly to the nearest aeroclub carrying an ID estate car equipped with a light electronic camera and videotape recording machine. Loading and unloading, the estate car—and even a two motor cycle escort to clear the road if necessary—takes only a few seconds. The vehicle rushes to the scene,

records the event and returns to the aircraft which is soon airborne. On the return flight, the videotape is checked on equipment inside the estate car and then transmitted. If the estate car is equipped with a transmitter, the event can also be broadcast on the spot with the aircraft flying immediately above it to ensure an efficient relay to the local or national broadcasting stations. This style of experiment shows the versatility of the ID estate car and the amount of equipment that can be carried without impairing its performance.

TAXI-YÉYÉ



Photo Caroly (Citroën n° 10.40)

PARIS (France) — Pyramidal, copurchic, terrible, dément, insensé, le taxi le plus yéyé de France est une DS 19. Ivoire à toit gris métallisé, elle vous conduira à travers Paris sans secousses mais non sans surprises. Son chauffeur, Jacky Gimonet, reçoit en favoris châains et shetland sable. Il a décoré l'intérieur de sa DS comme une loge de l'Olympia. Sous un ciel de pochettes de disque et de photos de vedette, coussins moelleux, fleurs artificielles, miroirs rococos, électrophone, réfrigérateur — sont là pour le confort du client. Jacky offre whisky et coca (mais lui ne boit pas), cigares, cigarettes (il ne fume pas). Et, pour le charme, le soir, une lampe orientale tamise la lumière tandis que le chauffeur rêve à voix basse de sa vocation de

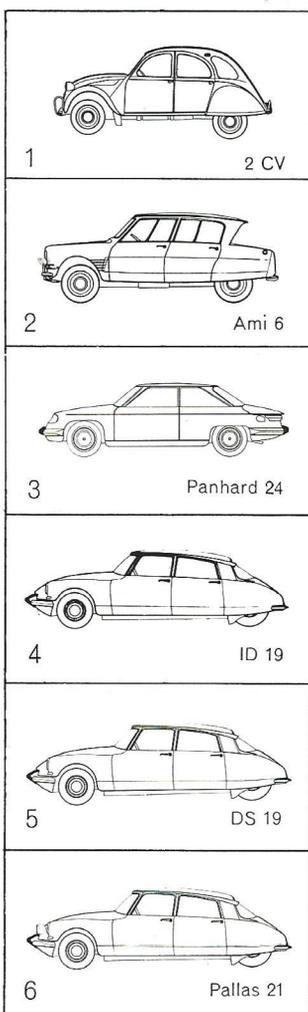
chanteur contrariée. Il compose des chansons qu'il chantera peut-être un jour sur une scène. En attendant, il vous propose d'écouter celles des autres dans sa discothèque (auto) mobile qui va de la valse viennoise au folklore grec ou américain. Par la grâce de sa magie rose et romantique, il vous entraîne bien loin, sans supplément de prix, tout en vous déposant à bon port aussi vite qu'un autre et en toute fantaisie !

"HIP" TAXI

PARIS (France) — Fabulous, crazy, terrible, wild, the most "hip" taxi in France is a DS 19. Ivory coloured and with a metallized grey roof, it will drive you across Paris in comfort but not without surprises. Its driver, Jacky Gimonet, will greet you dressed in a fawn sweater and wearing sideboards. He has decorated the interior of his DS like a box at the Olympia theatre. Under a sky of record covers and photographs of the stars, there are soft cushions, artificial flowers, rococo mirrors, interphone and refrigerator for the comfort of passengers. Jacky will serve whiskey and coke (but he doesn't drink), and cigars and cigarettes (he doesn't smoke). Also, to lend charm to the evening, a swivelling lamp provides subdued lighting whilst the driver, in a soft voice, reflects upon his frustrated singing career. He composes songs which he may one day sing on the stage. In the meantime, he invites you to listen to those of others on his (auto)-mobile discotheque which range from Viennese waltzes to Greek or American Folk songs. By the magical grace of his romanticism he will carry you far away, at no extra cost, whilst at the same time driving you to your destination as quickly and safely as other taxis.

échos

FAITES VOTRE CHOIX, C'EST UN JEU



FAITES VOS JEUX, C'EST UN CHOIX

Demandez à quelqu'un de choisir en secret un des modèles de la gamme Citroën ci-contre. Demandez-lui de multiplier le chiffre du modèle choisi par 2, puis d'y ajouter 5, de multiplier par 50 le résultat obtenu et d'y ajouter l'année de la mort de Louis XIV (vous pouvez la lui indiquer : 1715). Qu'il en retranche alors l'année de sa propre naissance. C'est fait? Qu'il vous dise quel nombre (de trois chiffres) il obtient, vous pourrez alors lui révéler quelle voiture il a choisi : le premier

chiffre vous l'indiquera. Les deux derniers vous dévoileront son âge — si c'est une femme, soyez galant.

CHOOSE A CAR, ITS A GAME

Ask somebody to choose one of the models in the Citroen range shown here, without telling you which one. Ask him to multiply the number of his chosen model by 2, then add 5 and multiply the result by 50, then add the year of Louis XIV's death (you can tell him it was : 1715) then tell him to subtract the year when he was born. You then ask him to tell you the (three figure) number he has obtained and you will be able to tell him which car he has chosen : the first figure will tell you this. The last two will reveal his age.

MOINS CHER QUE L'AUTOBUS

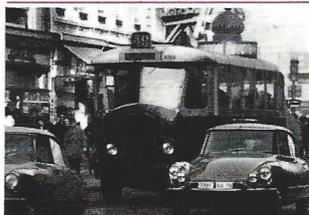


Photo Ph. Dreux (Citroën N° 10.98)

PARIS (France) — A l'aide des rapports et des statistiques officielles, un étudiant en Sciences économiques de la Faculté de Droit de Paris M. Jean-Claude Daniel, a calculé, pour un travail universitaire, le coût moyen du transport dans l'agglomération parisienne. Prix du transport pour un cadre qui utilise chaque jour l'autobus : 1.205 francs par mois, 117 francs de tickets et 1.088 francs d'heures perdues. S'il utilise une DS 19 il réduit sa dépense de moitié : 610 francs, 483 pour l'essence et la voiture, 127 pour le temps perdu.

CHEAPER THAN BY BUS

PARIS (France) — Using official reports and statis-

tics, a student of economics at the Faculté de Droit of Paris, Mr. Jean-Claude Daniel, has worked out, as an academic exercise, the average cost of transport in the Paris area. The cost of transport for an executive who uses the bus everyday is : 1,205 Francs per month, 117 Francs in fares and 1,088 Francs in lost time. If he were to use a DS 19 he would cut this cost in half : 610 Francs, in total.

LA CONSULTATION

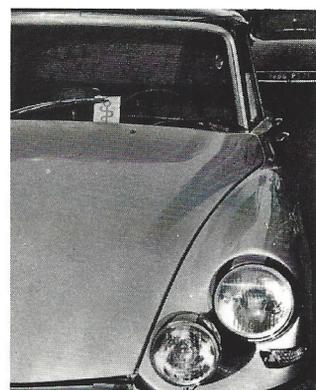


Photo Citroën n° 10.53

PARIS (France) — Les médecins sont parmi les automobilistes français qui roulent le plus, une enquête du Centre français d'information médicale vient de l'établir : chacun d'eux parcourt en moyenne 30.000 km par an, contre 13.000 km pour les autres professions. La même enquête a permis de déterminer quelles étaient les marques préférées du corps médical français : Citroën vient en tête avec 23,4% des suffrages.

CITROEN DOCTORS

PARIS (France) — Doctors are among the French drivers who drive most, an enquiry has just established; each one of them drives on average 20,000 miles per year, against 8,000 miles for other professions. The same enquiry gave information on the favourite makes of cars of the French doctors : Citroen is along way ahead with 23.4 % of the votes.

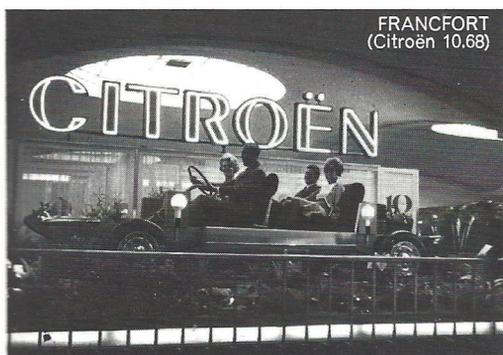
PRODUCTION CITROËN 1965

12 mois 12 months	1964	1965
voitures particulières passenger cars	374,755	401,439
total	464,959	485,496

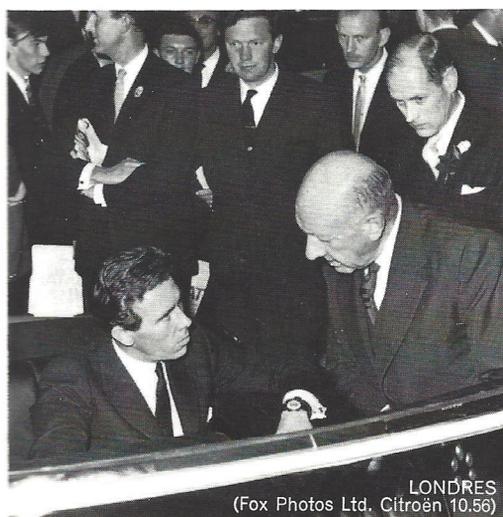
L'augmentation de la production est de 4,4 % par rapport à 1964, de 7,1 % pour les voitures particulières. Les exportations 1965 ont été de 127.172 véhicules, soit 26,2 % de la production, soit 15,9 % de plus qu'en 1964 (109.709 véhicules).

The production increase is therefore 4.4 per cent compared with 1964. 7.1 per cent for passenger cars. 1965 exports amount to 126,000 units, i.e. 26.2 per cent of the total production figures and 15.9 per cent more than in 1964 (109,709 units).

SALONS 1965



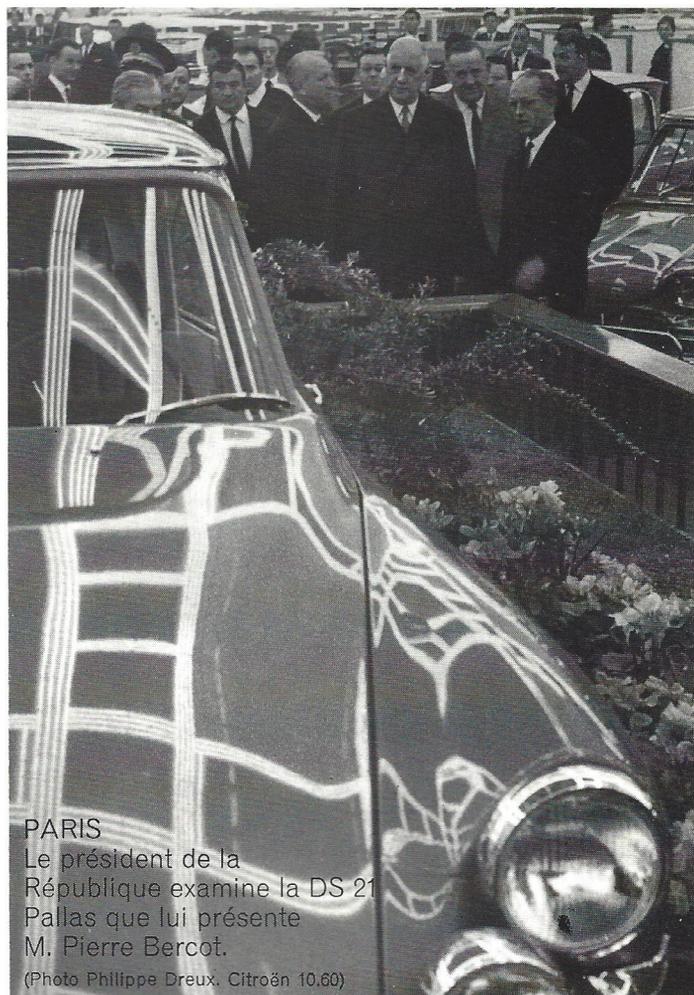
FRANCFORT
(Citroën 10.68)



LONDRES
(Fox Photos Ltd. Citroën 10.56)



PARIS
(10.58)



PARIS
Le président de la République examine la DS 21 Pallas que lui présente M. Pierre Bercot.

(Photo Philippe Dreux. Citroën 10.60)

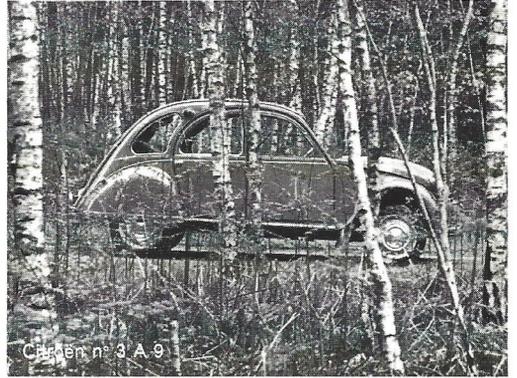


TUNIS
(Itaifoto. Citroën 10.52)

PHOTOTHÈQUE 2 CV



Citroën n° 3 A 37



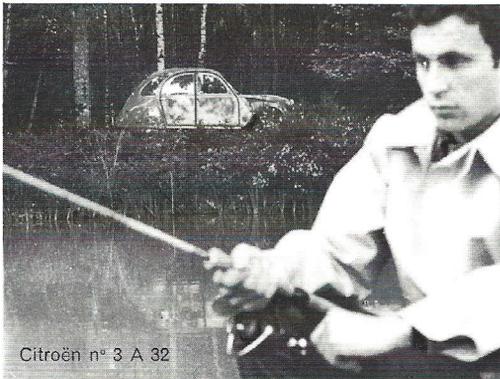
Citroën n° 3 A 9



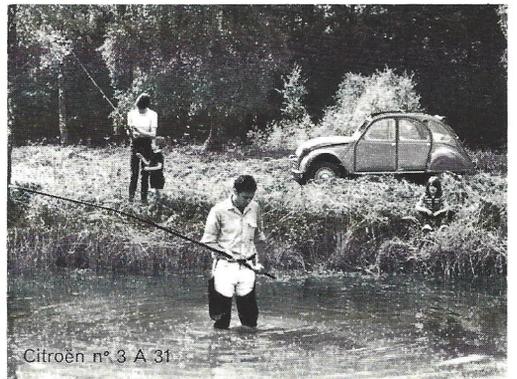
Citroën n° 3 A 8



Citroën n° 3 A 22



Citroën n° 3 A 32



Citroën n° 3 A 31



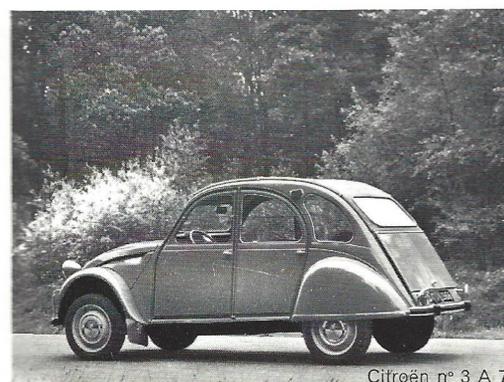
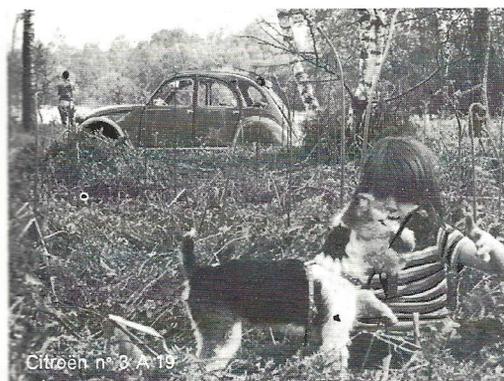
Citroën n° 3 A 2



Citroën n° 3 A 25

Ces photographies sont à votre disposition. Il vous suffit d'écrire au Service de presse Citroën en indiquant le n° de référence pour recevoir le nombre d'épreuves 18 × 24 que vous aurez demandé.

These photographs are at your disposal. All you have to do is write to the Citroën Press Service quoting the reference number and you will receive the quantity of 18 cm × 24 cm prints you request.





CHEZ L'ANTIQUAIRE

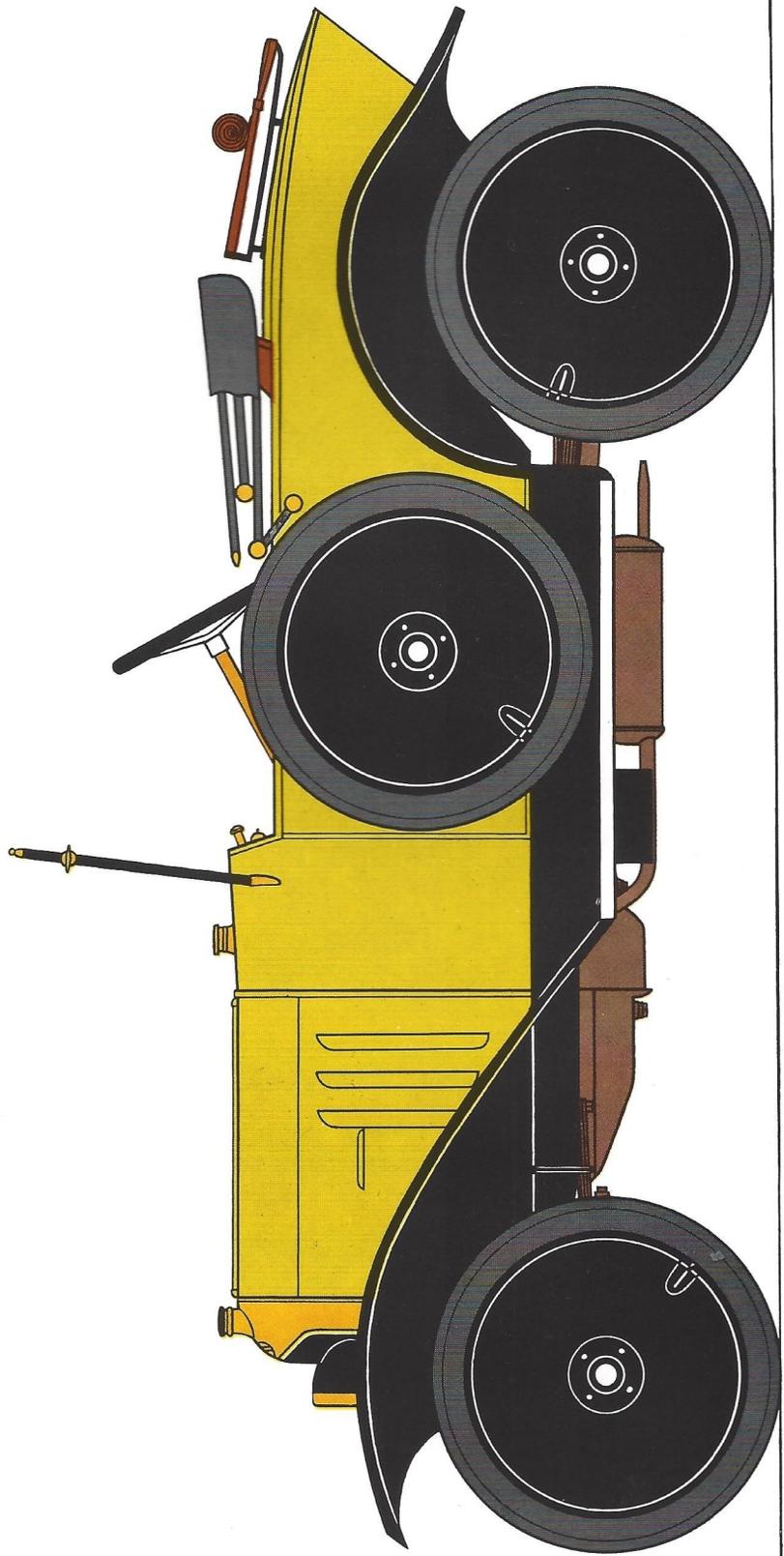
Citroën 5 CV type C - 1922

Cette voiture d'une utilisation économique et d'une grande maniabilité connut un succès rapide qui mit un terme au règne éphémère des cyclecars. La couleur franche de sa carrosserie fit beaucoup pour la popularité de la 5 CV jaune « Citron ». Sa facilité de conduite et d'entretien en firent la première voiture de femme. Prix en 1922 : 10.700 francs.

FICHE TECHNIQUE : Citroën type C, alias 5 CV. Puissance fiscale française 5 CV. **MOTEUR** : 4 cylindres monobloc, à soupapes latérales, alésage 55 mm, course 90 mm, cylindrée 856 cc. Vilebrequin 2 paliers. Puissance réelle 11 Ch à 2.100 tr/mn. Circulation d'eau par thermo-siphon (pas de pompe à eau, pas de ventilateur). Graissage par barbotage. Allumage de type original : par batterie et distributeur (présenté en mai 1922, commercialisée en août 1922). Démarrage électrique. Réservoir à l'avant (18 l). **EMBRAYAGE** : à disque sec unique. **BOITE DE VITESSES** : 3 vitesses, levier à rotule au centre du plancher. **TRANSMISSION** : arbre avec flectors Hardy, pont arrière en 2 parties, avec plan de joint vertical et trompettes assemblées. **ÉCLAIRAGE ÉLECTRIQUE**. **SUSPENSION** : 4 demi-ressorts (semi-cantilever) inversés à effet d'auto-amortissement (pas d'amortisseurs séparés). **FREINS** : A pied sur transmission, poulie à la sortie de boîte (pédale à droite, accélérateur au centre). A main sur tambours des roues AR. Volant à 3 branches en aluminium. **PNEUS** : 650 × 80. **CHASSIS** : Empattement 2,25 m. Voies AV et AR 1,18 m. Longueur hors tout 3,20 m. Largeur hors tout 1,40 m. Hauteur (capote levée) 1,55 m. **POIDS** : 543 kg à vide. **CARROSSERIE** : Torpédo 2 places, pointe arrière avec coffre, roue de secours sur côté gauche, 1 porte côté droit, ailes plates à rebord rapporté. Variantes à partir de 1923 : le « coupé du docteur » (première voiture de ville), la voiturette de livraison (première fourgonnette moderne), la torpédo C 3 « trèfle ». **PERFORMANCES** : Vitesse maxi. 60 km/h. Consommation aux 100 km : essence 7 l, huile 0,250 l.

Extremely economical and easy to handle, this car was an immediate success and put an end to the reign of the cycle-car. The striking colour of its bodywork did much to popularize the yellow "Citroen" 5 CV. Easy to drive and maintain as well as comfortable, it became the first "woman's" car. It was manufactured in the latest Citroen mass-production factory of Levallois at a rate of 250 per day in 1924. Price in 1922 : 10,700 Francs.

TECHNICAL SPECIFICATION : Citroen Type C, alias 5 CV. French fiscal rating 5 CV. **ENGINE** : 4 cylinder, side valve, bore 55 mm, stroke 90 mm, capacity 856 cc. Two bearing crankshaft. 11 bhp at 2,100 rpm. Thermo-siphon water circulation (no water pump, no fan). Splash lubrication. Ignition of original type by battery and distributor (announced in May 1922, commercialized in August 1922). Electric starter. Forward positioned petrol tank (4 gallons). **CLUTCH** : Single dry plate. **GEARBOX** : 3 speeds, ball change lever in the centre of the floor. **TRANSMISSION** : Propellor shaft with Hardy couplings, 2 piece rear axle assembly with vertical parting line and separate axle tubes. **ELECTRIC LIGHTING**. **SUSPENSION** : 4 half springs (semi-cantilever) inverted for self damping effect (no separate shock absorbers). **BRAKES** : Foot operated on transmission, pulley on gearbox output shaft (pedal on right, centre accelerator). Hand brake on rear wheel drums. 3 spoke aluminium steering wheel. **TYRES** : 650 × 80. **CHASSIS** : Wheelbase 7'5". Track, front and rear 3'11". Overall length 10'6". Overall width 4'7". Height (hood up) 5'. **WEIGHT** : 1197 lb. unladen. **BODY** : Torpedo shaped 2 seater, pointed rear with boot, spare wheel on left hand side, single door on right hand side, flat wings with beaded edges. Variants from 1923 : The "doctor's coupe" (first town car), the delivery van (first modern light van), the "C 3 trèfle" (The Clover Leaf) torpedo. **PERFORMANCE** : Maximum speed : 37 mph. Consumption : petrol 40 miles per gallon, oil 140 miles per pint.



Citroën 5 cv Type C, 1922

