



COMMUNIQUE DE PRESSE

CITROËN C3 AIRCROSS MARINE NATIONALE : UN SHOW CAR INÉDIT QUI CÉLÈBRE 400 ANS D'ENGAGEMENT ET D'INNOVATION

- Citroën s'associe à la Marine nationale pour célébrer ses 400 ans et dévoile à cette occasion un show car inédit : le C3 Aircross Marine nationale.
- Imaginé par les équipes du Design Citroën en concertation avec la Marine nationale, il révèle une version musclée et aventureuse de C3 Aircross, pensée pour les interventions en conditions extrêmes, au service de la population.
- Son territoire d'expression inspiré de l'univers naval est clairement identifiable : la carrosserie s'inspire des couleurs caractéristiques de la Marine nationale, complétés d'éléments graphiques commémoratifs soulignant le caractère institutionnel du modèle.
- Plein de caractère et fonctionnel : il adopte de nombreux détails pratiques portés notamment par des boucliers redessinés, des antibrouillards spécifiques, et un roof rack dédié au transport des équipements de plongeurs.
- L'habitacle très esthétique offre une expérience immersive et sensorielle, avec des références directes à la vie à bord des sous-marins.
- C3 Aircross, SUV ultra habitable au style affirmé, disponible dans plusieurs énergies et partenaire de toutes les vies actives est le support idéal pour valoriser cette association.

Poissy, le 24 juin 2026 – Dans le cadre de son partenariat avec la Marine nationale pour célébrer les 400 ans de l'institution, Citroën dévoile un show car inédit : le C3 Aircross Marine nationale. Imaginé comme une véritable passerelle entre la terre et la mer, ce concept unique est né de la rencontre de deux univers qui, bien que distincts dans leurs missions, partagent un socle de valeurs commun profondément ancré dans l'histoire française : l'esprit d'équipage, la protection, et le sens du service rendu à la population.

C'est au sein du centre de Design de Citroën que ce projet singulier a pris forme, porté par une intention claire : donner un visage concret et plein de caractère à ce partenariat institutionnel. En s'appuyant sur l'histoire et les signes distinctifs de la Marine nationale, les designers ont réinterprété le C3 Aircross pour en faire bien plus qu'un simple show car commémoratif. Le résultat est un objet au style affirmé, à la fois robuste et symbolique, qui incarne la capacité de Citroën à s'emparer d'un territoire narratif fort pour en faire un terrain d'exploration créative.

Avec ce show car, Citroën ne s'éloigne pas de ce qui constitue l'essence de son ADN: imaginer des concepts audacieux, porteurs de sens et solidement ancrés dans des usages réels. Le C3 Aircross Marine nationale ne se contente pas d'afficher des attributs visuels forts, il raconte une histoire, celle de deux institutions françaises qui, depuis plus d'un siècle pour l'une, depuis quatre cents ans pour

l'autre, ont fait de l'innovation et du service leur raison d'être. Et le choix de C3 Aircross n'est pas anodin. Il met en avant les qualités de ce SUV compact, robuste, très habitable et pouvant loger jusqu'à 7 personnes dans 4,40m, disponible en plusieurs énergies et abordable pour accompagner le plus grand nombre dans toutes leurs vies actives.

UN DESIGN EXTÉRIEUR PENSÉ AUTOUR DE LA PROTECTION ET DE LA MISSION

Dès le premier regard, le C3 Aircross Marine nationale impose une présence qui ne laisse aucun doute sur ses intentions. Les boucliers ont été entièrement repensés et dégagent une impression de solidité et de fiabilité absolues, comme si le véhicule était pensé pour affronter les conditions les plus exigeantes. Ses lignes verticales et horizontales expriment la robustesse, la fierté, la protection et la stabilité sur la route.

Les références à l'univers naval irriguent chaque détail de la carrosserie. Les antibrouillards à lamelles, par exemple, évoque directement les lampes autrefois utilisées par les marins pour communiquer en morse entre navires. Les passages de roue élargis, quant à eux, accentuent la musculature du véhicule et renforcent cette impression de puissance contenue, prête à se déployer au moment où la mission l'exige.

La vocation opérationnelle du show car se lit aussi dans ses équipements. Les roues 17 pouces chaussées de pneus crantés de 275 mm sont dimensionnées pour affronter n'importe quel terrain, offrant la motricité nécessaire pour atteindre rapidement un lieu d'intervention.

Le roof rack fixé sur les barres de toit est spécialement conçu pour accueillir les sacs et équipements des plongeurs de la Marine. Son motif en chevrons, qui évoque les insignes de grades des seconds maîtres ou des quartiers maîtres, a été traité avec une peinture ultra-résistante aux chocs pour répondre aux contraintes du terrain.

Cette logique fonctionnelle se retrouve jusque dans les accessoires : les crochets d'attelage ont été redessinés pour reprendre la forme des taquets d'amarrage des bateaux, tandis que les sangles, qui remplacent ici les habituels Color clips, arborent une teinte Infra Red caractéristique, signalant leur rôle fonctionnel avec une clarté visuelle immédiate. Chaque élément, aussi discret soit-il, participe à la cohérence d'ensemble de ce show car pensé comme un tout.

UNE IDENTITÉ VISUELLE FIDÈLE AUX CARACTÉRISTIQUES DE LA MARINE NATIONALE

Le travail sur les couleurs, matières et finitions traduit une immersion totale dans l'univers maritime. La carrosserie est peinte dans un bleu tempête profond, choisi pour sa capacité à évoquer l'océan et le gris du toit pour rappeler la teinte des coques de navires. Il contraste avec le toit, traité en gris clair brillant, une référence à l'écume du sillage et aux ciels marins nuageux, pour donner à l'ensemble une silhouette à la fois affirmée et cohérente avec les couleurs caractéristiques de la Marine nationale.

La personnalisation graphique vient compléter cette identité visuelle forte. Un sticker noir portant le message « 400 ans de la Marine nationale » est positionné dans la gellule des portières, tandis qu'une cocarde tricolore ornée d'une ancre décore le montant de custode, deux éléments qui ancrent clairement le caractère commémoratif et institutionnel du modèle sans jamais sacrifier la lisibilité ni l'élégance de l'ensemble.

UN HABITACLE IMMERSIF INSPIRÉ DE LA VIE À BORD

L'intérieur du C3 Aircross Marine nationale prolonge avec intensité l'univers développé en carrosserie. La signature rouge InfraRed, couleur identitaire de Citroën, est présente sur le logo de la marque à l'extérieur ainsi que sur le logo présent au centre du volant. Mais c'est la nuit que l'expérience prend toute sa dimension : l'habitacle s'illumine alors d'un rouge profond, référence directe à la lumière utilisée à bord des sous-marins pour permettre à l'équipage de conserver son sens du rythme jour/nuit. Une façon subtile et poétique de faire entrer le monde sous-marin dans l'habitacle, et de donner une signification vécue à la notion d'équipage.

Le soin apporté aux matières renforce par ailleurs cette cohérence narrative. Le tissu gris clair utilisé sur le haut des sièges a été spécialement conçu pour réfléchir la lumière rouge nocturne, créant un effet visuel saisissant qui unifie les passagers dans une même atmosphère. Les coussins de sièges sont embossés d'un motif suggérant le confort, tandis que des logos « 400 ans » en PVC, clin d'œil à l'univers sportswear, personnalisent les sièges avant. Un liseré tricolore bleu-blanc-rouge vient finalement border la planche de bord, offrant une touche institutionnelle discrète mais signifiante qui vient clore avec élégance l'ensemble de la composition intérieure.

Equipe Design :

- Alicia Kate Moulleron, Design project manager
- Antoine Gaillot, Head of Advanced design
- Armand Hervé, Interior designer
- Alix Bovy, CMF designer.

Contact :

BENJAMIN DEMOZAY

Responsable Communication Produit

benjamin.demozay@citroen.com

TEL +33 (0)6 17 69 91 43

GUILLAUME LECOMBE

Communication Produit

guillaume.lecombe@citroen.com

TEL +33 (0)6 32 43 34 26

Citroën

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