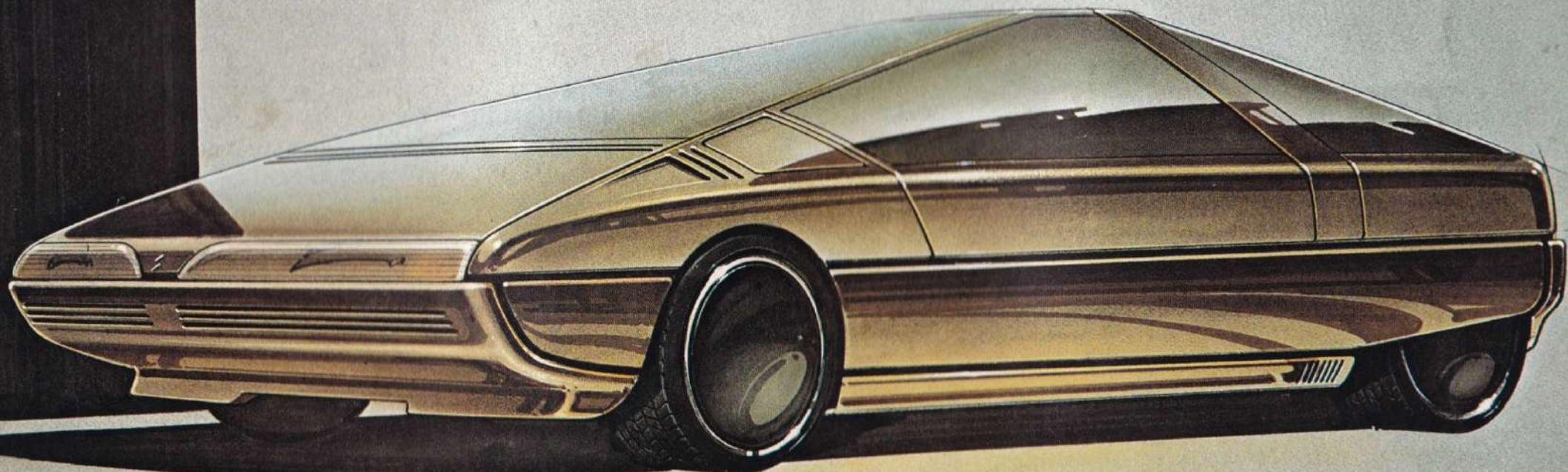


Exercices de Style

Citroën



Au Salon Automobile de Paris 1980, Citroën a présenté une « voiture de rêve » créée par son bureau de Style : « Karin ».

Ce prototype, qui est un premier état de recherche de forme se situe par hypothèse dans la gamme moyenne : coupé 2 portes « papillon », à 3 places décalées avec poste de conduite au centre. Sa longueur est de 3,70 m, sa hauteur de 1,075 m, sa largeur de 1,90 m. C'est une traction avant.

L'intérieur est lui aussi d'avant-garde. Un écran électronique donne en permanence toutes les informations sur la conduite et l'état du véhicule.

*
* *

Si l'esthétique des voitures de grande série s'est nettement améliorée au fil des dernières années, on dit parfois que le style risque de s'orienter vers une certaine monotonie parce que la marge de manœuvre laissée aux stylistes s'est amenuisée sous l'effet de contraintes de plus en plus draconiennes. C'est à partir de cette réflexion que le bureau de Style Citroën s'est livré à un « exercice de style » pour étudier comment, à partir par exemple de recherches aérodynamiques en vue d'obtenir des économies de consommation, on pouvait créer une ligne originale et étudier son impact sur la clientèle. En dessinant cette voiture, il a donc tenté d'esquisser une proposition pour l'avenir.

At the 1980 Paris Auto Show, Citroën presented a "dream car" created by its Styling Section : "Karin".

This prototype, which is a witness of the state of research in style is by hypothesis a middle-range car: a two-doors three-seater bat's wing coupé with three seats out of line and centered driving position. It is 112 ft long, 32 ft high and 58 ft wide. It is a front-wheel-drive car.

The inside too, is ahead of its time. A computer screen provides permanent informations on the driving and state of the car.

*
* *

While the aesthetics of mass-produced cars has been constantly improving in the recent years, it is often said that their design might turn to a certain dullness, due to the narrowing operating field left to the designers by ever increasing constraints. Keeping this in mind, the Citroën Styling Section have undertaken an "exercice of style" in order to study the way an original design could be created, starting, for example, from aerodynamic research aimed at petrol saving, and test the impression made on the public. With the design of this car they meant to sketch a proposal for the future.

le style, qu'est-ce que c'est ? *just what is styling ?*

La carrosserie d'une automobile est d'abord une œuvre de l'esprit... suivie d'une transposition dans la réalité. C'est aux créateurs du Département Style du Bureau d'Etudes qu'incombe la tâche difficile de concevoir les formes, pures et fonctionnelles du véhicule futur. Mais leur réflexion créatrice s'appuie sur des données concrètes : les cotes d'encombrement de la mécanique et les impératifs d'habitabilité qui leurs sont fournis. S'il leur est permis de rêver, leurs élans sont freinés par ces contraintes matérielles et un cahier des charges strict, lui-même défini par une étude de marché, les réglementations nationales et internationales, des considérations économiques...

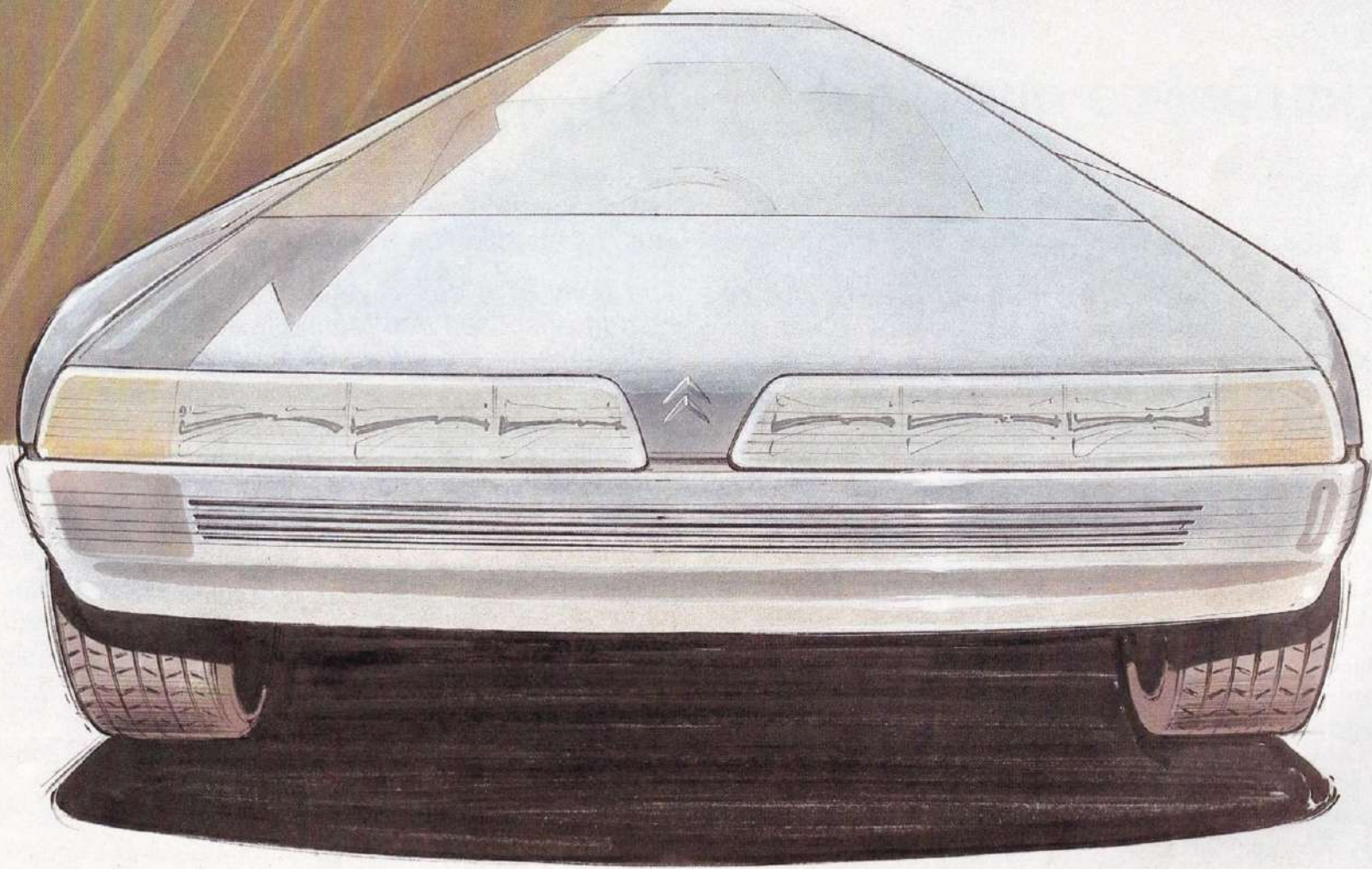
C'est sur ces données de base que débutent les recherches des stylistes et les différentes étapes de la réalisation d'une carrosserie.

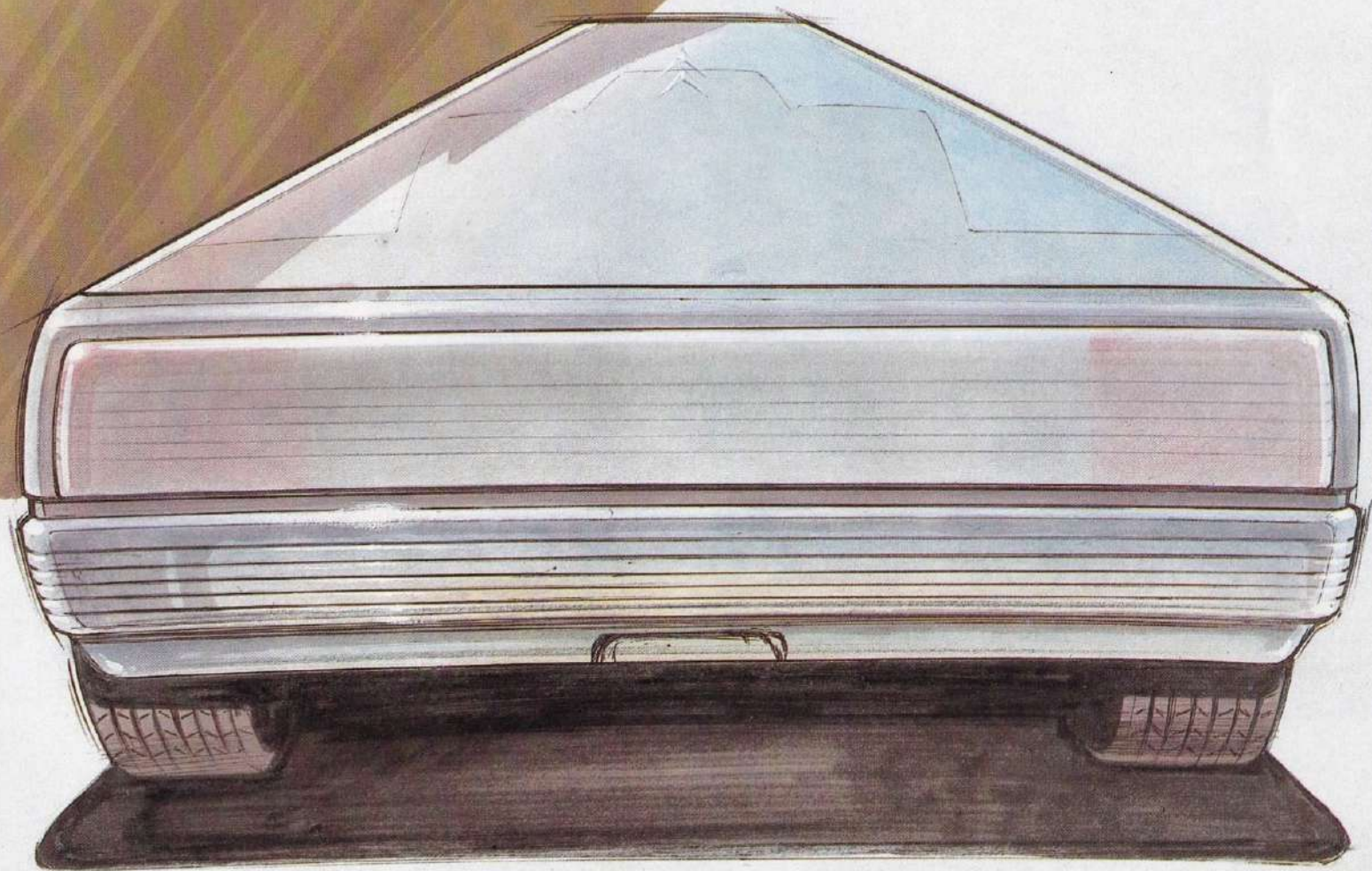
D'après les Instituts de recherche américains, 70 % des clients décident l'achat de leur voiture en fonction du style de celle-ci.

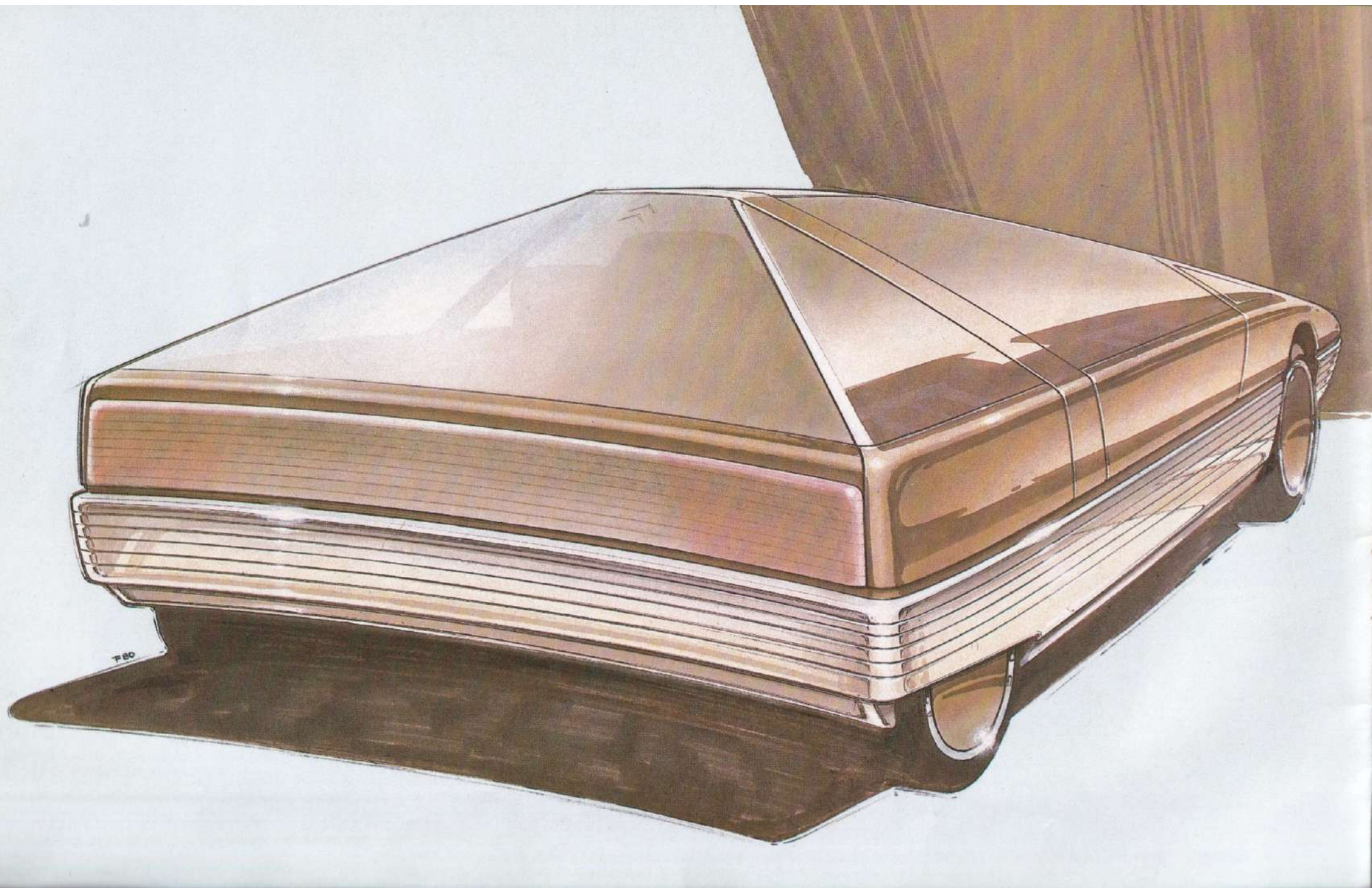
The body of a car is initially a creation of the mind... before being transposed into reality. It is the exacting task of the creative people in the Styling Section of the Design Department to invent the pure, functional lines of the vehicle to be. Their creative thinking must however rest on concrete data : the overall dimensions of the mechanical parts and the passenger-space obligations with which they have to comply. They must always retain at the back of their minds these hampering imperatives, together with a strict set of specifications, itself defined in accordance with the findings of market surveys, national and international regulations, not to mention economic considerations...

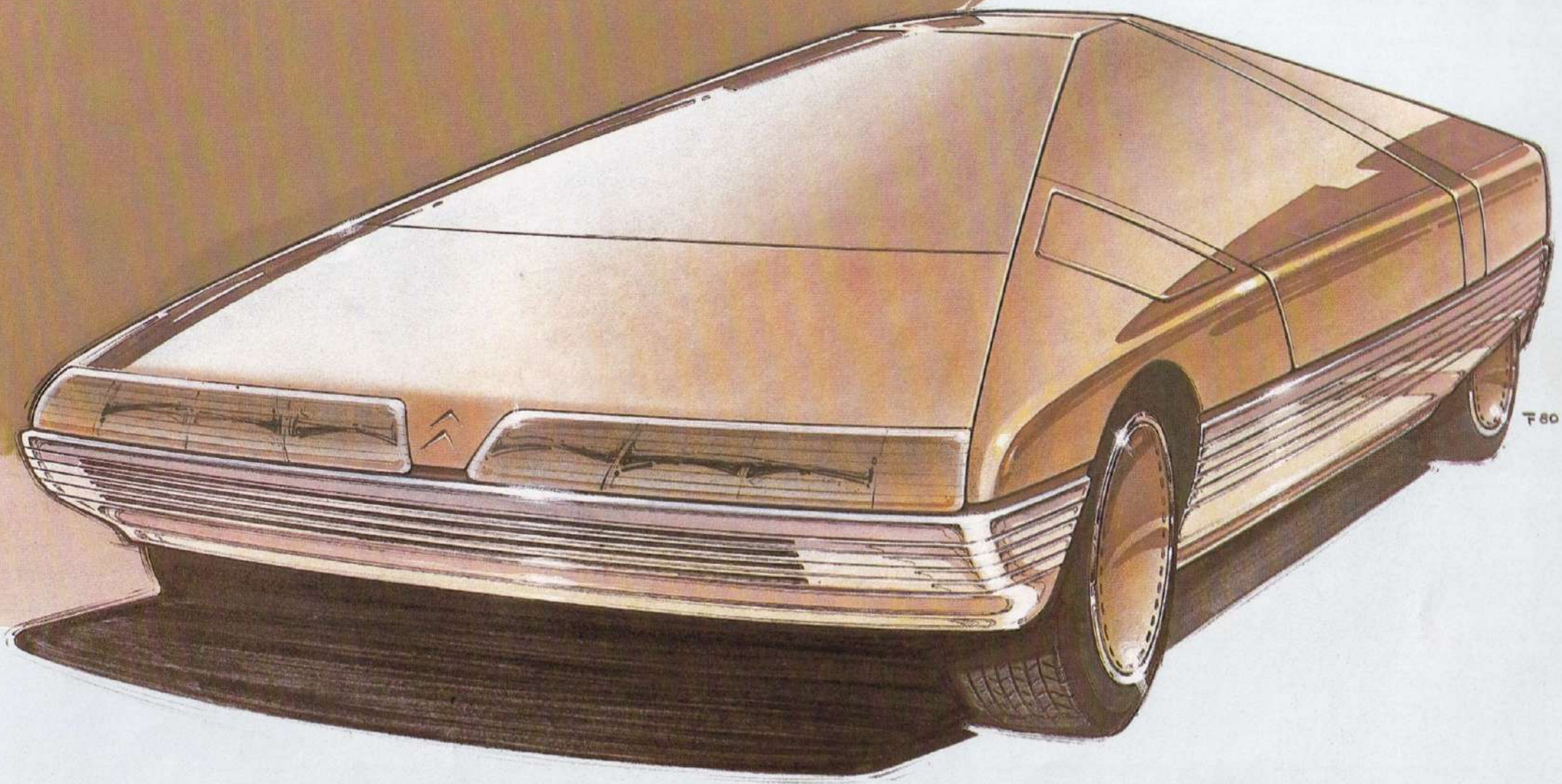
These are the basic data from which spring the stylists' research and the various stages in the design of a car body.

Following American Research Institutes, 70 % car buyers choose a car for its design.

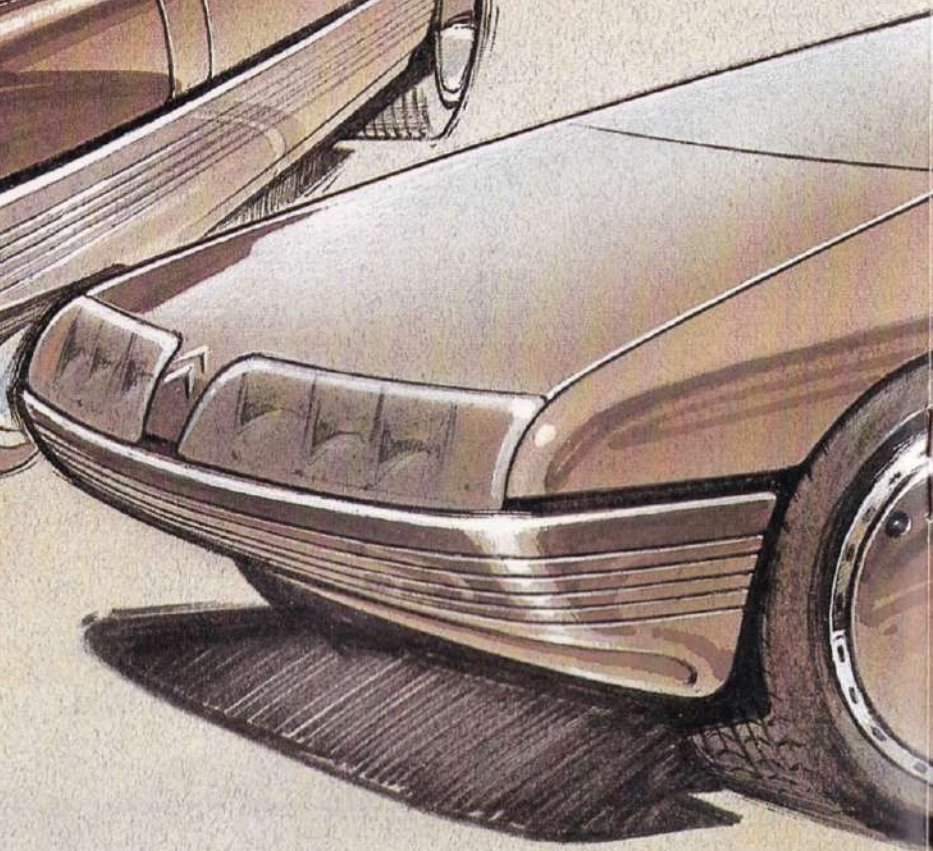
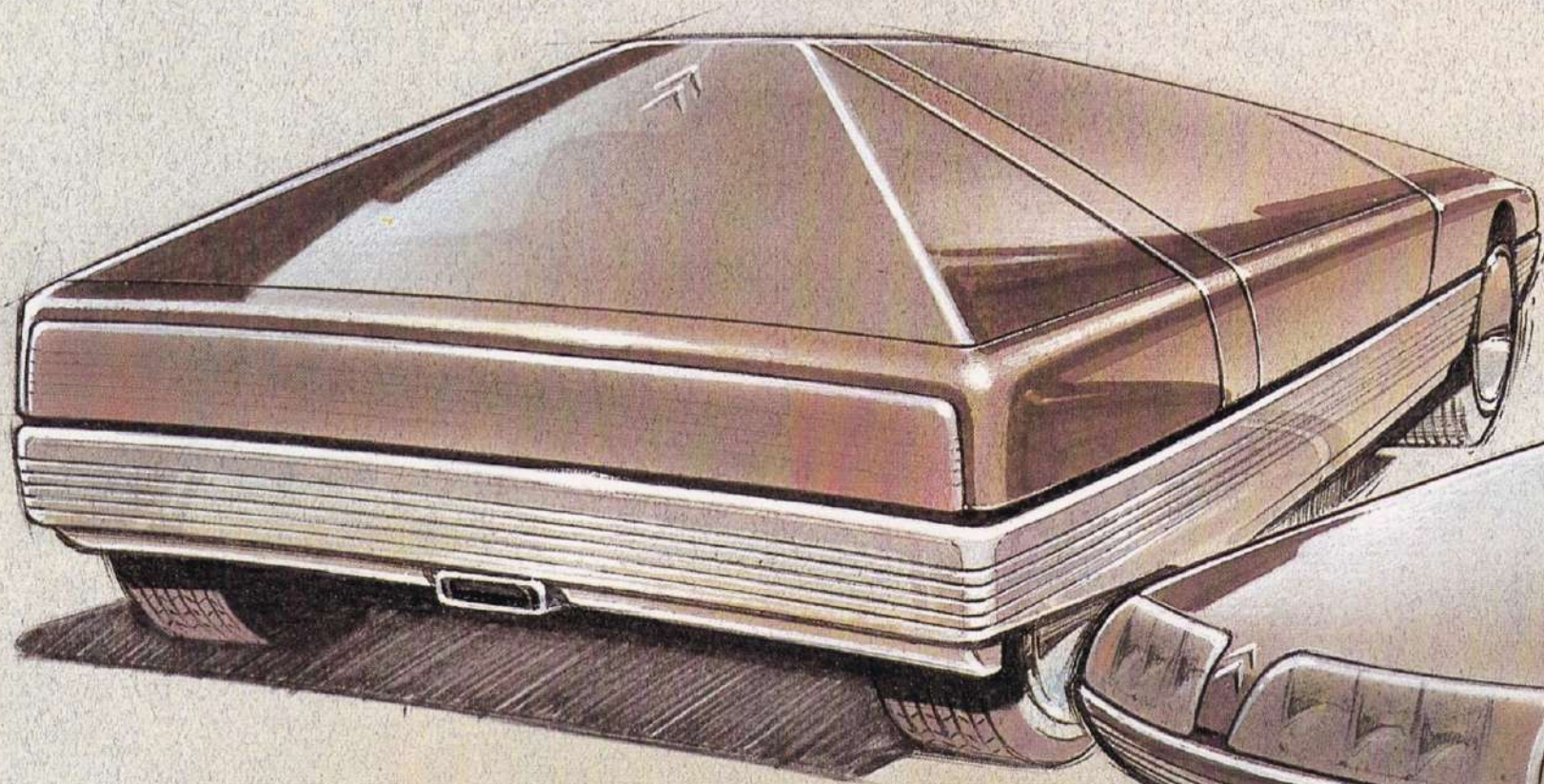


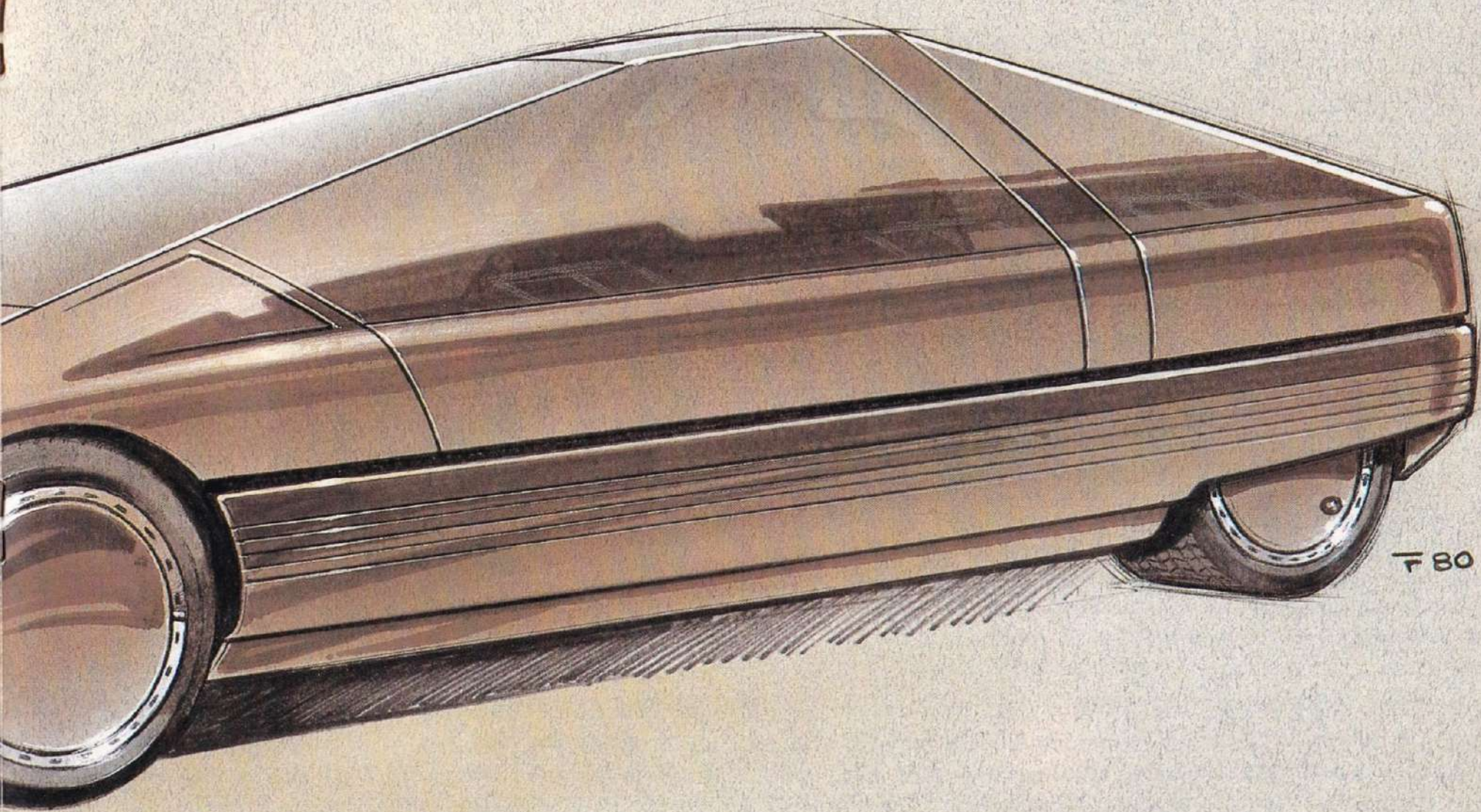






F 80





F80

trevor fiore, qui est-ce ?

Consultant à temps partiel en 1979, puis à temps complet à partir du 1^{er} janvier 1980, Trevor Fiore a été nommé responsable du Style Citroën à partir du 1^{er} juillet 1980.

Trevor Fiore est né en Angleterre en 1937 de mère française et de père britannique d'origine italienne. A la fin de ses études il vient travailler en France avec Raymond Loewy. Il découvre alors la réalité de l'esthétique industrielle. Il entame une longue collaboration avec des carrossiers italiens, dessine la TVR Trident, l'Elva BMW, la Monteverdi Hai. Il travaille aussi pour Daf, Aston Martin, AC Bristol et de Tomaso.

Pourquoi êtes-vous entré chez Citroën ?

Je suis parvenu à un âge où l'on éprouve le désir d'animer une équipe. Pour moi, c'est une étape normale pour un styliste qui a atteint une certaine maturité et souhaite exprimer ses capacités dans le Centre de Style d'un constructeur automobile. Nous avons au Centre de Style Citroën cinq ou six personnes en formation qui ont entre 21 et 24 ans. C'est un métier qu'on ne peut pas apprendre à l'école, il s'apprend dans la pratique en travaillant sur la matière et avec des gens expérimentés. C'est ainsi que j'ai eu la chance dans ma jeunesse d'être pris en main par Raymond Loewy et plusieurs designers dont j'ai gardé l'empreinte.

En quoi consiste le travail d'un styliste ?

Un styliste doit d'abord comprendre et connaître l'objet sur lequel il travaille. La voiture est un objet complexe, à la fois symbole de prestige, instrument de travail et prolongement de

who is trevor fiore?

A part-time in 1979, then full-time from January 1st. 1980 consultant, Trevor Fiore was appointed Head of the Citroën Styling Section starting from July 1st. 1980.

Trevor Fiore was born in England in 1937, of a French mother and British — of Italian origin — father. A graduate, he worked in France with Raymond Loewy. He then discovered the reality of industrial aesthetics. Afterwards, a long-lasting collaboration with Italian car designers started, and he drew the TRV Trident, the Elva of BMW, the Monteverdi Hai. He worked for Daf too, as well as Aston Martin, AC Bristol, and de Tomaso.

Why did you join the Citroën team ?

I've come to an age when one feels like being the leader of a team. To me, it is a normal step in the life of a stylist who has reached a certain maturity, and who wishes to express his own abilities in the Design Centre of a car builder. We have at the Citroën Styling Section some five or six persons from 21 to 24 of age being educated. This is a job you cannot learn at school, you have to work and practise it with experienced people. A young man, I myself was lucky enough to have Raymond Loewy as a mentor, together with other designers who have made a deep impression on me.

What is the job of a stylist ?

A good stylist should first and before all have a deep understanding of the object he works on. A car is something complex, it is at the same time a symbol of prestige, a working instrument and

la personnalité. C'est un tout. D'autre part, le styliste travaille avec des contraintes techniques, des contraintes de dimensions, des contraintes d'espace et c'est avec ces éléments bien souvent contradictoires que nous devons essayer de composer et de concevoir une belle voiture, en tenant compte bien sûr des goûts et des attentes de la clientèle. Avec la difficulté supplémentaire d'avoir à prévoir 5 ans à l'avance ses goûts et ses attentes, avec un maximum de précisions.

A quelle fin avez-vous réalisé le prototype Karin ?

Je crois que l'avenir de l'automobile est dans l'innovation. Ce projet est une excursion dans le futur. C'est un exercice loin des clichés traditionnels, une sculpture comme il nous arrive d'en faire, « à blanc » en quelque sorte. C'est une démarche qui est aussi une méthode de recherche. Il y a dans Karin des idées applicables à la voiture de série. Je ne dis pas que, dans un proche avenir, vous verrez circuler une voiture de ce type, mais cet exercice a fait prendre conscience à mon équipe qu'il lui était possible de dépasser le stade du court terme.

Selon vous, qu'est-ce qui intéresse le plus, l'intérieur ou l'extérieur d'une voiture ?

Il y a des maisons qui sont esthétiquement très belles à l'extérieur et décevantes à l'intérieur. C'est la même chose pour la voiture, si elle est belle à l'extérieur, il faut qu'elle soit belle à l'intérieur pour que les passagers et le conducteur en soient fiers et s'y sentent à l'aise.

Sous la pression des normes administratives, les voitures iront-elles vers une banalisation des styles ?

Plus les contraintes augmentent, plus le talent des créateurs doit s'exprimer pour s'affranchir de ces contraintes.

an extension of your personality. It is a whole. On the other hand, the stylist must take into account technical imperatives of overall dimensions and space, and very often, it is from contradictory elements that we have to design and conceive a beautiful car — while, of course, taking into account the taste and expectations of the public.

But with the additional difficulty that we must foresee their preferences and their expectations as precisely as possible 5 years in advance.

What were you aiming at making the prototype Karin?

I think that the future, for cars, is to be found in innovation. This project is an excursion into the future. It is an exercise far from the traditional clichés, we often make such "blank" sculptures. It is an approach that is also a method of research.

There is in Karin a number of ideas which can be used for a mass-produced car. I am not saying that in the near future you will see a car of this type in the streets, but through this exercise, the Citroën team realized that it was possible to go beyond the stage of short term prospects.

Do you think it is the inside or the outside of a car which arises more interest?

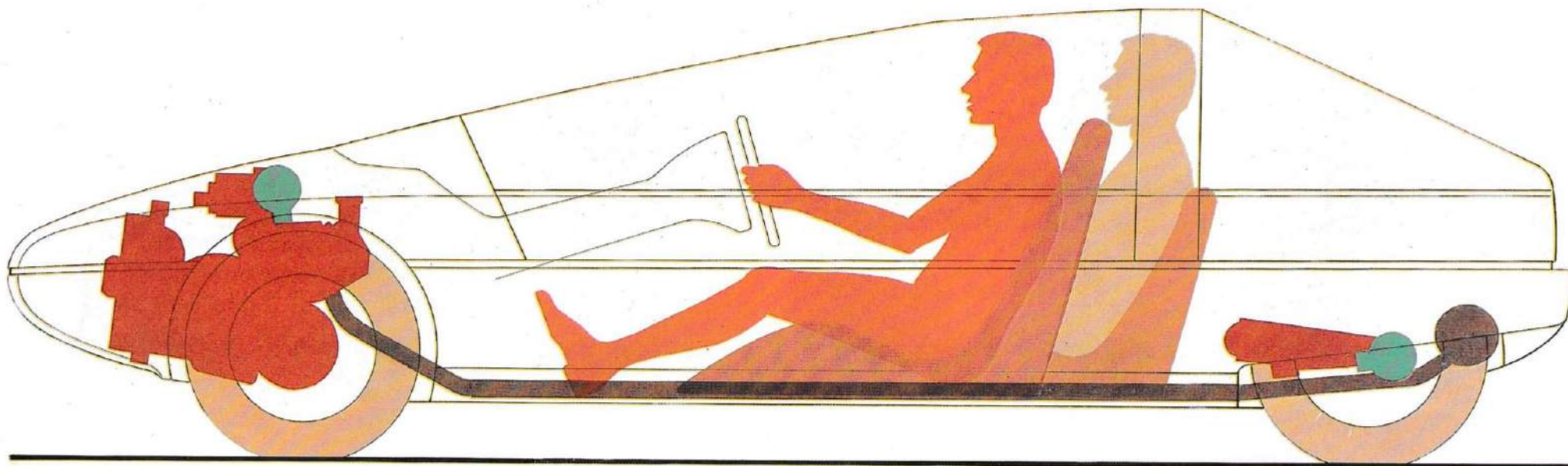
You can find houses that are beautiful from the outside, and disappointing from the inside. It is the same for cars, if it is beautiful outside, then it must be beautiful inside too, in order that the driver and passengers be proud of it and feel at ease in it.

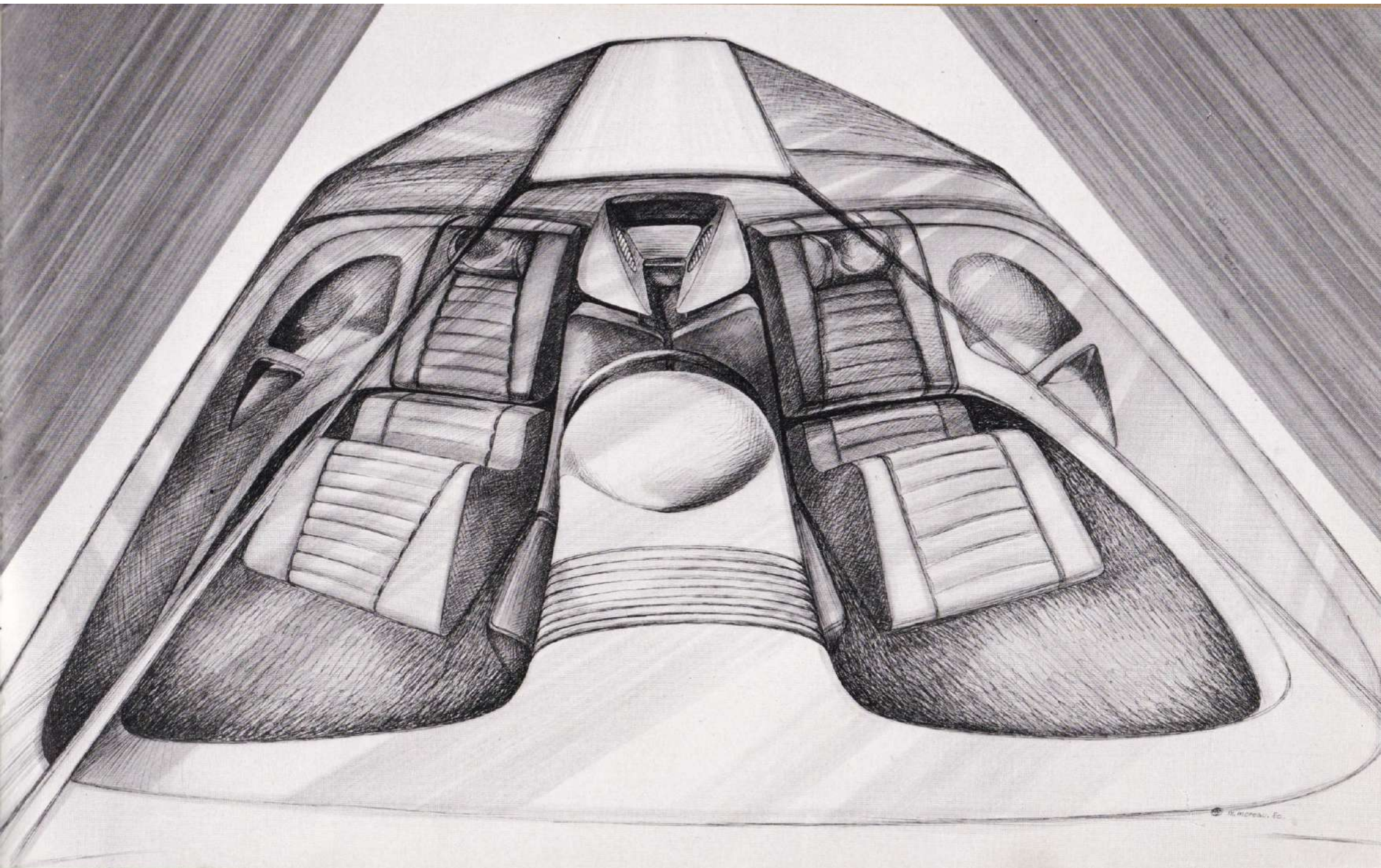
Under the influence of regulations, are cars being lead towards standardization in style?

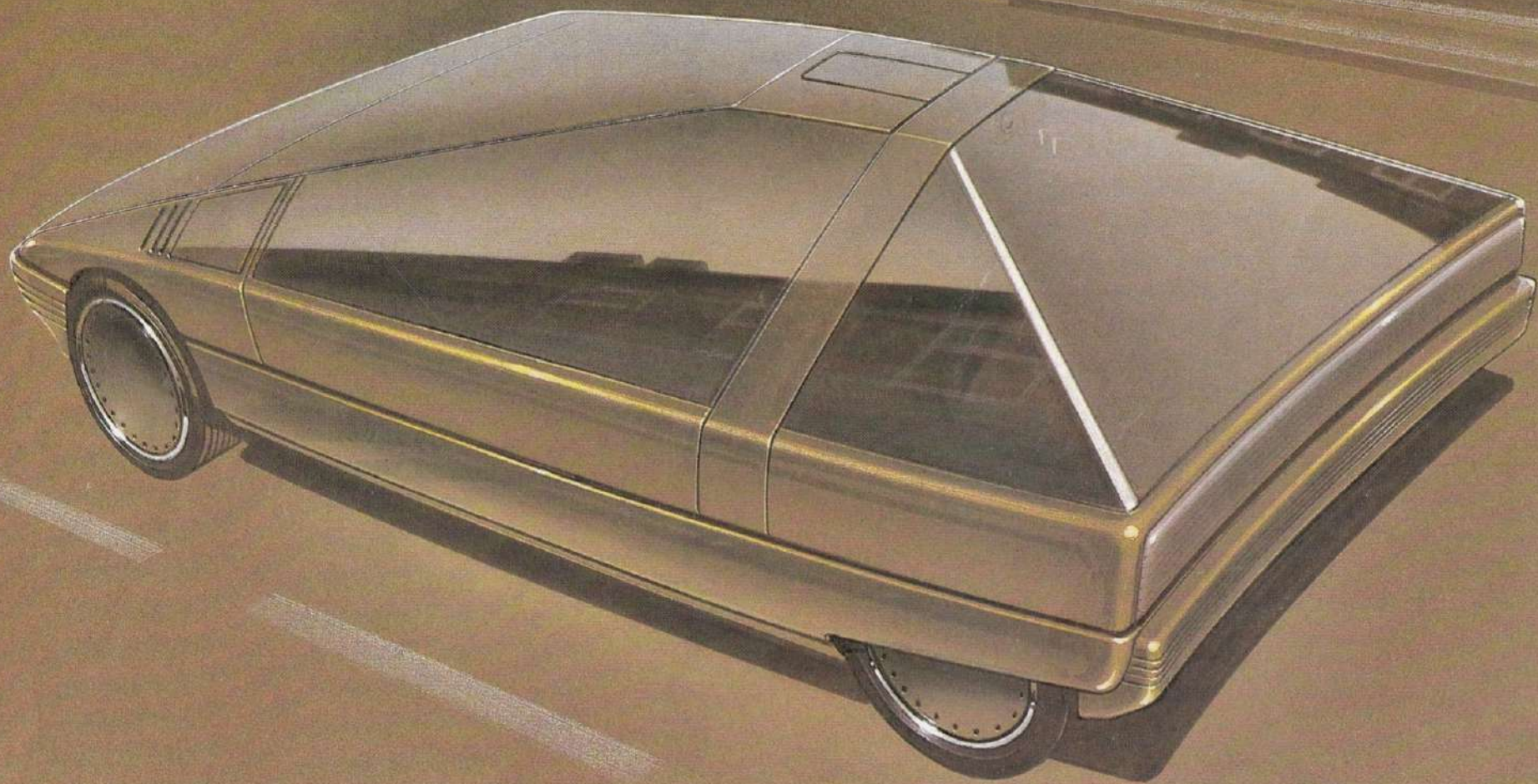
The stricter the regulations, the more designers must express their talent in order to escape them.

Tous les stylistes ont connu, dans les 20 dernières années, des contraintes dans la création d'un véhicule, imposées par des questions de prix de revient, de méthodes de fabrication, et des normes de plus en plus draconiennes. Mais cette situation a eu peu de répercussions sur la banalisation des voitures, c'est plutôt les recherches de Marketing qui risquent de conduire à une voiture banalisée. Il y a tellement d'investissements en jeu que les responsables ont peur de se lancer dans la fabrication d'une voiture pas comme les autres. Actuellement en Europe, on a de plus en plus de voitures similaires et le public commence à le constater. C'est une opportunité que Citroën doit saisir : son image a toujours été de faire des voitures hors des normes et c'est sans doute ce que le client cherche aujourd'hui.

These last twenty years, every stylist has lived under obligations in car making, dictated by questions of cost price, manufacturing methods and increasingly strict regulations. But such a state of things has had few consequences in the sense of standardization, it is more marketing research that is going to make cars all alike. There are such investments at stake that the people in charge are afraid of launching a car not like other cars. In Europe, we have now more and more similar cars and the public are starting to realize it. This is an opportunity Citroën must take: we have always had the reputation to make avant-garde cars, out of standards, which is exactly what the public are looking for these days.









RELATIONS PUBLIQUES CITROËN