

# Renault Clio 2023 : toujours « tout d'une grande » ?

La Clio existe depuis 33 ans. Est-ce que cette nouvelle Clio peut endosser le challenge et faire perdurer cette lourde tradition ? Réponse au volant de la version hybride non rechargeable.

La Clio a été lancée en 1990. Après la Golf chez Volkswagen, la Clio est, à ce jour, l'une des voitures les plus populaires et les plus vendues dans l'Hexagone. Imaginez que plus de 15 millions d'exemplaires ont été produits et que cette citadine polyvalente est régulièrement numéro 1 des ventes. En 5 générations depuis son lancement, cette voiture a bien entendu évolué en matière de design. Alors que le restylage dans la 5e génération de Clio arrive sur le marché, nous avons demandé à Gilles Vidal, responsable du design chez Renault, comment visuellement on peut moderniser une icône. *« Clio, c'est un monument qui a duré plusieurs décennies. Une voiture qui s'est vendue en masse et je pense qu'il faut respecter l'ADN de cette voiture en la changeant suffisamment, en la faisant vivre assez fort. Et on a cherché des codes très urbains, très sportswear, vêtements de sport, sneakers... Du coup, ce qu'on voit sur cette nouvelle face avant, on est sur des détails très graphiques, très technologique. »*

Effectivement si le regard de cette nouvelle Clio est un peu modifié, il est renforcé par une signature lumineuse totalement inédite qui, avouons-le, fait penser au design que l'on connaît chez Peugeot depuis quelques années. Gilles Vidal étant l'ancien responsable du design de Peugeot, il ne faut pas vraiment s'étonner, c'est ça marque, son style à lui.

## Clio : star de la pub

Nous avons roulé environ 10 jours avec cette voiture, essentiellement en zone urbaine. C'est assez frappant de constater les regards des gens, des enfants surtout tirant la veste de leur papa : *« Regarde, c'est la nouvelle Clio ! »*. Depuis fin août, c'est d'ailleurs un vrai matraquage médiatique. Cette Clio, on la voit partout : *« Le principe, on la découvre dans un spot TV, dans la rue, on tombe sur une affiche 4x3 où on retrouve le même visuel avec la même couleur, en arrivant au bureau, on tombe sur un magazine quel qu'il soit, on retrouve la voiture en double page. En communication, c'est ce qu'on appelle la verticalité. »* nous explique Arnaud Belloni, directeur du marketing chez Renault. Arnaud est arrivé chez Renault il y a environ 3 ans, juste après Lucas De Meo, l'actuelle PDG du losange. Depuis cette époque précise, les publicités de la marque ont totalement changé, le logo de Renault aussi. On retrouve d'ailleurs des musiques datant des années 80. Outre le célèbre *Johnny and Mary* de Robert Palmer qui a « ambiancé » les pubs Renault dès le début des années 80 et qui est revenu récemment dans les spots Renault, des artistes comme Billy Idol et actuellement Erasure avec *Oh l'Amour* refont subitement surface. *« Je m'inspire des films de Quentin Tarantino. On y retrouve souvent des singles que l'on a connus sans forcément s'en souvenir précisément. Et on les sublime avec des images fortes. C'est ce que nous faisons avec notre agence (Publicis) »*. À l'arrivée, le coup est double. L'artiste s'offre un come-back presque inattendu. La chanteuse Lio et son *Banana Split* dans la pub de l'iPhone 14 « citron » ont fait le tour du monde en début d'année. Et surtout, le

produit est largement mis en avant grâce à un contexte sonore efficace.

Au début de sa carrière, la Renault Clio s'est distinguée par une saga de spots publicitaires totalement improbables. On est en Arabie saoudite, dans un immense palais ultra luxueux. Un père explique à son fils, jeune sortant visiblement d'un cursus universitaire : « *Le royaume, le pétrole... tout est à toi. Une condition : tu vas devoir renoncer à la Clio* ». Le fils explique à son père qu'en France, on dit « *qu'elle a tout d'une grande* ». Le père répond « *Pas assez cher mon fils* ». Cette pub, certains d'entre vous s'en souviennent forcément, comme celle tournée dans une Russie post-soviétique, ou encore la parodie du film *Le Parrain*. Cette saga publicitaire a largement contribué au succès de cette voiture.

## Des modèles hors normes

La Clio s'est également illustrée par des modèles sportifs. On se souvient des versions 16S, Williams ou encore les différentes générations de RS. Mais celle qui sort du lot, c'est la Clio V6. Nous sommes au début des années 2000 et Renault signe là son dernier coup de folie (Carlos Ghosn va vite mettre un terme à tout cela à son arrivée). L'idée est de prendre une Clio 2, de l'élargir, de glisser à l'arrière un bloc V6 3 litres avec une puissance de 230 puis 255 ch sur la phase 2, le tout envoyé sur les roues arrière. Si la phase 1, conçue avec TWR, s'est révélée dangereuse car trop vive et irrattrapable, la phase 2 était bien plus aboutie. Et le fait de rouler dans une Clio avec un son de V6 derrière les oreilles paraît aujourd'hui aussi enivrant qu'insensé. Alors nous nous sommes demandé si la nouvelle Clio qui vient d'arriver sur le marché, elle aussi a tout d'une grande...

## Et la nouvelle ?

Avec son look assez sportif, ses bas de caisse, ses grandes jantes et son logo « Esprit Alpine », on peut penser à quelque chose de sportif. Il ne s'agit toutefois que d'un esprit, un art de vivre plutôt qu'une voiture de sport. Le sport chez Renault n'est plus d'actualité. C'est à la marque Alpine que revient le rôle de produire des voitures de cette appellation. Le but de notre Clio e-Tech est de consommer le moins possible et elle y parvient parfaitement avec son petit moteur 4 cylindres 1,6 l associé à un moteur électrique pour cumuler 145 ch. Pas besoin de passer à une borne de recharge puisque le système hybride utilise intelligemment l'énergie générée par le moteur et le freinage. En restant sur des parcours urbains, on consomme en dessous de 4 litres aux 100 km car on utilise assez souvent le moteur électrique pour rouler à 30 ou 50 km/h. Toujours aussi maniable, cette Clio se distingue aussi par sa suspension qui permet d'absorber facilement l'état de certaines rues. En ajoutant la vision 360 degrés grâce aux différentes caméras, on évite d'abîmer son pare-chocs et ceux des autres.

## Une qualité en nette hausse

On a beaucoup critiqué certaines générations de Clio, notamment la 4e pour la piètre qualité de ses matériaux et leur fragilité évidente. La phase 2 de notre Clio 5 fait immédiatement oublier cette période (Goshnienne soyons clair) qui visait à éviter toute dépense jugée superflue. Notre intérieur type sport bénéficie de sièges semi-baquet qui restent très confortables. Les matières de la planche de bord font preuve de soin. Et l'écran central réagit vite, c'est heureux ! À vrai dire, la commande « satellite » inaugurée dans les années 80 sur la R25 offre toujours une ergonomie parfaite (pour le volume du son et le changement de morceaux), surtout avec un système audio Bose particulièrement à la hauteur qui déploie une clarté et un relief inattendus sur ce type de voiture. À l'arrière, le volume reste celui d'une Clio 5, c'est-à-dire très correct. Seule la carte Renault (datant de la Laguna 2 en 2001) mériterait d'être réduite après tout ce temps !

## Une mini routière

C'est ce qui vient à l'esprit en sortant de la ville. Notre Clio a beau toujours mesurer autour des 4 mètres de longueur, elle offre des prestations routières dignes d'une catégorie supérieure de voiture. Son silence de fonctionnement, sauf quand on écrase un peu trop la pédale de droite, est assez inédit pour une voiture thermique/hybride et, surtout, la suspension avale parfaitement les déformations de la chaussée. À cela, on ajoute des trains roulants rendant la direction précise et efficace et on obtient une Clio qui n'a plus rien à envier aux meilleures du segment, voire de certaines voitures plus grandes.

Bref, vous l'aurez sans doute compris, cette Clio a effectivement toujours tout d'une grande !