

Merkittävät tuotelanseeraukset ja rallimenestys viime vuoden kohokohtia Citroën lähtee vahvana uuteen vuoteen

Citroën myi yli 1,3 miljoonaa ajoneuvoa vuonna 2004. Valmistaja pysyi tavoitteessaan, vaikka myynti putosiikin 1,7 prosenttia vuoden 2003 huippuluvuista. Loppuvuodesta esitellyt uudet Citroën C4 ja C5 kiihdyttivät myyntiä ja tarjosivat hyvät lähtökohdat vuodelle 2005.

Citroënin vuoden 2004 kohokohtia olivat uusien mallien esittelyt myydyimpiin kokoluokkiin. Loppuvuodesta markkinoille tulleet täysin uusi Citroën C4 ja voimakkaasti uudistunut C5 piristivät viimeisen parin kuukauden myyntiä ja ovat vuoden 2005 menestyksen kulmakiviä. Marraskuun puolivälissä markkinoille tullutta C4:ää myytiin Euroopassa vuoden loppuun mennessä jo lähes 40 000 ja C5:ta 25 000 kappaletta. Esimerkiksi Ranskassa myytiin joulukuussa 67 prosenttia enemmän C5:ia kuin vuotta aiemmin.

Uusille malleille palkintoja

Sekä C5 että C4 ehtivät saada kunniaa loppuvuodesta kuluttajien lisäksi myös muulta automaailmalta. C4 oli Car of the Year 2005 äänestyksessä toinen voittaen pahimmat kilpailijansa. Lisäksi molemmat menestyivät erinomaisesti Euro NCAP - törmäystestissä. C5 saavutti viisi tähteä kaikkien aikojen parhaimmalla pistemäärällä (36/37) ja C4 sai viiden tähtensä lisäksi kunniainnoksen jalankulkijaturvallisuudesta.

Citroën oli erittäin suosittu myös pienten autojen segmentissä C2:lla sekä C3:lla ja C3 Plurielilla. Malleja myytiin yhteensä 518 000 eli 4,7 prosenttia enemmän kuin vuonna 2003. Malliston vetovoima kasvoi entisestään syksyllä sporttisen C2 VTS:n markkinoille tulon myötä. Citroën C2 ja C3 olivat segmenttinsä markkinaykkösiä muun muassa Espanjassa, missä Citroën kokonaisuudessaan oli toiseksi suosituin merkki yli yhdentoista prosentin markkinaosuudella.

Markkinat heilahtelivat maailmalla

Koko läntisessä Euroopassa myytiin vuonna 2004 lähes 1,1 miljoonaa Citroënia, mikä oikeutti 6,7 prosentin markkinaosuuteen. Muun Euroopan myyntiä hillitsi uusien maiden liittyminen EU:hun. Kuluttajat ostivat autoja alkuvuodesta, mutta autokauppa hidastui vuoden jälkipuoliskolla. Suomessa Citroënin henkilö- ja pakettiautojen markkinaosuus oli 5,1 prosenttia.

”Viime vuosi oli malliston uudistamisen aikaa. Tieto uusien C4:n ja C5:n tulosta myydyimpiin autoluokkiin lykkäsi kuluttajien ostopäätöksiä. Lähes koko mallistomme on uudistunut lyhyen ajan sisällä ja lähdemme vuoteen 2005 suurin odotuksin”, Citroënia maahantuovan Auto-Bon Oy:n toimitusjohtaja **Markku Tamminen** sanoo.

Kiinan automarkkinat kasvoivat ainoastaan 16 prosentilla, kun kasvu oli kahtena edellisvuotena noin 70 prosenttia. Hidastuneesta kasvusta ja villiksi muodostuneesta hintakilpailusta johtuen Citroën alensi tuotantoaan Kiinassa säilyttääkseen kannattavuutensa. Viime vuonna Kiinassa myytiin 78 000 Citroënia.

Kiinan markkinoiden vastapainona muut Euroopan ulkopuoliset maat kasvattivat Citroën-myyntiään selvästi. Citroënin myynti kasvoi muun muassa Etelä-Amerikassa lähes 40 prosenttia.

Rallimenestys kruunasi vuoden

Citroënin vuoden kohokohta oli tallin tuplamestaruus rallin MM-sarjassa. Citroën Sport voitti valmistajien ja **Sébastien Loeb** kuljettajien MM-tittelin. Vaikka molemmat mestaruudet varmistuivat hyvissä ajoin ennen kauden päätöstä, talli teki töitä loppuun asti. Loeb voitti myös viimeisen osakilpailun ja sivusi samalla yhden kauden voittoennätystä (6 osakilpailuvoittoa). **Carlos Sainz** ajoi Xsara WRC:llä yhden voiton ja nousi eniten MM-osakilpailuja voittaneeksi kuljettajaksi (26 voittoa).

Kuvassa: Citroën C-Airlounge konseptiauto

Lisätietoja: Risto Immonen, viestintäpäällikkö, puh 0500 459 385