



Lehdistötiedote 13.1.2010

Citroën säilytti asemansa Euroopan autokaupassa vuonna 2009

Citroën myi viime vuonna maailmanlaajuisesti 1 337 000 henkilöautoa ja kevyttä hyötyajoneuvoa. Markkinaosuus Euroopassa (30 maata) vahvistui 0,2 prosentilla 6,5 prosenttiin. Länsi-Euroopassa (18 maata) markkinaosuus oli 6,7 prosenttia.

Autokaupan alavireestä huolimatta Citroën säilytti asemansa Latinalaisessa Amerikassa (mo. 2,1 %) ja Kiinassa (2 %), jossa kappalemääräinen myynti nousi peräti 56 % lähes 154 000 autoon. Kiina on Citroënille jo toiseksi tärkein markkina-alue. Venäjälläkin markkinaosuus yli kaksinkertaistui 0,9 prosenttiin. Citroënin tehdas Kalugassa aloittaa C4-mallin tuotannon Venäjän markkinoita varten tänä vuonna.

Kysytyimmät Citroën-mallit olivat C3 Picasso, jota myytiin 85 000 kappaletta vain yhdeksässä kuukaudessa sekä C5 (87 000 kpl). C4 Picasso säilytti asemansa pienten tila-autojen markkinajohtajana Euroopassa yli 200 000 kappaleen myynnillä.

Vuonna 2009 Ranskan yhteenlaskettu automyynti lisääntyi 5,3 prosenttia, mutta Citroënin myynti 10,5 prosenttia. Asiakkaille toimitettiin yli 400 000 Citroën-merkkistä autoa, joka toi sille 15,4 prosentin markkinaosuuden. Saksassa myytiin ensimmäisen kerran yli 100 000 Citroënia. Italiassa Citroën säilyi suosituimpana ulkomaisena automerkkinä ja Espanjassa kevyiden hyötyajoneuvojen markkinajohtajana. Kasvu-uralle päästiin myös Hollannissa, Tanskassa ja Norjassa.

Urheilullisesti vuoden 2009 kirkkain saavutus oli **Sébastien Loeb**in Citroën WRC:llä saavuttama 5. henkilökohtainen maailmanmestaruus rallin MM-sarjassa. Citroën uudisti myös tuotemerkinsä ja visuaalisen ilmeensä Créative Technologie – tunnuslauseen mukaisesti.



Emokonserni PSA Peugeot Citroën kasvatti maailmanlaajuista markkinaosuuttaan 5,1 prosenttiin vuonna 2009. Ajoneuvoja myytiin yhteensä lähes 3,2 miljoonaa. Automyynti osoitti selviä piristymisen merkkejä varsinkin vuoden toisella puoliskolla. PSA on Euroopan markkinajohtaja kevyissä hyötyajoneuvoissa 22,2 prosentin osuudella. Kaikista myydyistä ajoneuvoista noin miljoonan CO₂-päästöt jäivät alle 130 gramman tason kilometrillä.

Citroën vastaa ympäristöhaasteisiin vuonna 2010

Kuluvan vuoden eurooppalaisiin tuoteuutuuksiin kuuluvat uusi Citroën C3, jota Ranskassa ja Italiassa on myyty jo yli 13 000 kappaletta. Edellisen sukupolven C3- malleja ehdittiin myydä yhteensä yli kaksi miljoonaa. Toinen tulokas on keväällä esiteltävä uusi DS3, jossa korostuvat muoto, tyyli, ajamisen ilo ja hienostuneisuus.

Citroënin haasteina ovat tänä vuonna erityisesti kiristyvät ympäristövaatimukset. C3:n ja DS3:n yhdeksi polttomoottorivaihtoehdoksi on tulossa dieselmoottori, jonka CO₂-päästöt jäävät 99 grammaan kilometrillä. Päästöjä pienennetään myös Start and Stop – pysäytysautomaatiikalla, jota Citroën käytti mallistossaan jo vuonna 2003. Pidemmällä tähtäimellä merkin koko mallisto varustetaan 2. sukupolven Start and Stop – järjestelmällä, joka alentaa CO₂-päästöjä enimmillään jopa 15 prosenttia.

Vuoden lopulla Citroën esittelee kompaktin C-Zero- täyssähköauton, joka on kehitetty yhteistyössä Mitsubishin kanssa. Jo vuoden ensimmäisellä puoliskolla myyntiin Keski-Euroopassa tulee sähkökäyttöinen Berlingo First.