



PRESSMEDDELANDE

Paris den 13 januari 2011

CITROËNS FÖRSÄLJNINGSRISULTAT 2010 FRAMGÅNGAR FÖR PRODUKTSTRATEGI OCH CRÉATIVE TECHNOLOGIE

Citroën ökade sin totala försäljning i världen med 8 % vilket motsvarar 1 460 000 sålda bilar, ett historiskt rekord för den franska bilkoncernen. Framgångarna grundar sig på en fortsatt ökning i Europa i kombination med en stark expansion i Kina och Brasilien. Vid dagens presskonferens i Paris uttryckte Frédéric Banzet, verkställande direktör för Citroën Automobiles, starka förhoppningar inför 2011 med fortsatt global expansion framförallt i Kina och flera stora produktnyheter. Exempelvis den nya Citroën C4 och elbilen C-Zero samt kommande lanseringar under året såsom DS4 och DS5 och den nya drivlinan e-HDi, en microhybrid med de nya generationen stop&start som införs på större delen av modellprogrammet.

VIKTIGA HÄNDELSER 2010

- **CITROËN ökade försäljningen med 8 % i världen, till 1 460 000* sålda bilar vilket är ett historiskt rekord för koncernens totala försäljning.**
- **Resultaten fortsätter att stiga**
 - Kina: rekordförsäljning och ökande marknadsandel
 - I Europa (30 länder): ett steg uppåt (från 7:e → 6:e plats) och ökande marknadsandel
 - Brasilien: ökande marknadsandel med 0,2 procent
 - Starkt ökad försäljning utanför Europa (24 % → 30 %)
- **Framgång för vår produktstrategi: ett starkt huvudprogram och en attraktiv DS-serie**
 - CITROËN C3: 305 000 sålda bilar → den mest sålda bilen i modellprogrammet
 - Nya CITROËN C4: redan över 22 000 beställningar → en bra försäljningsstart
 - CITROËN C5: ökad försäljning med 40 % → Kina är numera den främsta marknaden för C5
 - CITROËN DS3: över 70 000 beställningar efter 9 månaders försäljning → målet har redan överskridits
- **Elbilen: en realitet för CITROËN**

Två elbilar har börjat säljas, CITROËN C-ZERO och Berlingo First Electrique → 1 800 beställningar



- **Vidareutveckling av vår servicestrategi**
 - En kund av fyra tecknar serviceavtal vid bilköpet
 - Lansering av tjänsten Call Car och nästa år lanseras mobilitetsportalen Multicity

2011 KOMMER ATT BJUDA PÅ ...

- **En mängd nya produkter:**
 - Det första hela året för nya CITROËN C4
 - Lanseringen av CITROËN DS4 runt halvårsskiftet och CITROËN DS5 i slutet av året
- **En mängd nya miljövänliga tekniska innovationer:**
 - Efter elbilen och mikrohybridtekniken e-HDi, kommer en dieselmotor med fullhybrid, den s.k. Hybrid 4. Det ger också en minskning av CO₂-utsläppen med upp till 35 %.
- **Internationell expansion, framför allt i Kina, med ett nytt partnerskap.**

* monterade bilar och monteringsfärdiga bilar

På följande sidor finns detaljerad information om försäljningsresultatet.

Pressmeddelandet finns att ladda ner på CisionWire och NewsDesk. Bilder finns att hämta på vårt internationella pressarkiv www.citroen-presse.com

För ytterligare information kontakta:

CITROËN SVERIGE AB
INFORMATIONSAVDELNINGEN
Lena Rönnelius Ericson
08-474 53 07 eller 070-575 06 99
lena.ericson@citroen.com



1. FÖRSÄLJNINGRESULTAT 2010

I Kina, som numera är Citroëns näst största marknad, avser märket att bli en av de främsta aktörerna och fortsätta den dynamiska utvecklingen som sedan två år tillbaka pågår i landet. Av Citroëns totala försäljning världen över sker idag 16 procent i Kina.

Med över 224 000 sålda bilar – ett historiskt rekord – är ökningen hela 30 % (på en leveransmarknad som ökat med 25 %) och man har framför allt ökat marknadsandelen med 0,2 procent till 2,14 procent.

Detta är ett resultat av det förstärkta samarbetet med DONG FENG och av det förnyade modellprogrammet. Av försäljningen utgörs 62 procent av de senast lanserade modellerna (under 2009 CITROËN C4 halvkombi och sedan, och C5 i januari 2010). Med över 30 000 leveranser under 2010 är Kina nu den största marknaden för CITROËN C5.

I Europa (30 länder) ökade CITROËN sin marknadsandel med 0,1 procent för personbilar och lätta transportbilar, vilket innebär en marknadspenetration på 6,6 procent. Framför allt har CITROËN vunnit en placering bland märkena (från 7:e → 6:e plats).

Frankrike: en stabil marknadsandel på 15 procent

CITROËN behåller sin marknadsandel på närmare 15 procent och närmare 400 000 registrerade bilar och gör därmed ett bra år i Frankrike. Det beror främst på framgången för CITROËN DS3, de goda resultaten för CITROËN C3 (den mest sålda bilen i programmet) och en bra start för nya CITROËN C4.

Italien: CITROËN ökar sin marknadsandel

Detta är en svår marknad men CITROËN har idag en marknadsandel på 5,6 procent (+ 0,3 %). De goda resultaten beror främst på C3 och DS3 som har gjort märket till det tredje största i klassen. Italien är numera den tredje största marknaden i världen för CITROËN

Spanien: marknadsledande för personbilar och lätta transportbilar för femte året i rad och för lätta transportbilar för tionde året i rad

På denna något ökande marknad håller CITROËN kvar sin ledande ställning för personbilar och lätta transportbilar för femte året i följd, med en marknadsandel på 10 procent. Noteras bör också att märket behåller sin ledande ställning bland lätta transportbilar för tionde året i följd.

Storbritannien: Citroën återtar sin ställning

CITROËN behåller sin marknadsandel på 4 procent. Offensiven på marknaden för personbilar under andra halvåret gav en ökad marknadspenetration med 5 procent på detta område. Märket



fick under året tre utmärkelser, bland annat blev CITROËN DS3 "Car of the Year" i tidskriften Top Gear. Det är den första CITROËN som har fått denna utmärkelse i Storbritannien.

Tyskland: framgång i småbilssegmentet (B)

Märket håller sin ställning på en fallande marknad. Tack vare lanseringen av CITROËN C3 och DS3 har märket ökat sin marknadsandel i småbilssegmentet (2,9 % → 3,6 %). Modellerna är mycket populära och CITROËN DS3 nådde en andra plats i "Volant d'Or".

I övriga länder i västra Europa ökade märkets marknadsandel med 0,2 procent (5,6 % → 5,7 %). CITROËN visar därmed rekordresultat i vissa av dessa länder. I **Österrike**, med en marknadsandel på 4,4 procent, når CITROËN ett nytt rekord i fråga om volym med närmare 16 000 registrerade bilar. I **Schweiz**, med en marknadsandel för personbilar och lätta transportbilar på 5,2 procent, har CITROËN haft ett historiskt år, delvis tack vare det goda mottagande som DS3 har fått. Även i **Nederländerna** och **Belgien** uppvisar märket ökad försäljning med 19 respektive 11 procent.

I östra och centrala Europa är marknaden fallande men CITROËN har en marknadsandel på 4,4 procent (+ 0,1 %), framför allt tack vare goda resultat i nedanstående länder. I **Polen** är CITROËN det märke bland de främsta 10 som ökar mest (+ 31 %) och når en marknadspenetrationsgrad för personbilar och lätta transportbilar på 4,6 procent, en ökning med 1 procent. I **Slovakien** når CITROËN sin bästa marknadsandel hittills i småbilssegmentet (7,1 %), tack vare lanseringen av C3 och DS3. I en svår ekonomisk situation ökar CITROËN ändå sin marknadsandel i **Ungern**, med 0,4 procent och klättrar därmed en placering. Marknaden i **Rumänien** är också på stark tillbakagång men CITROËN ökar sin marknadsandel med 0,1 procent för personbilar och lätta transportbilar.

I **Turkiet**, slutligen, har märket haft ett historiskt år och fördubblat sina volymer och nått en marknadsandel på 3,8 procent.

I Ryssland har resultatet ökat i volym med 40 procent på en marknad som ökat 30 procent. Försäljningen har stimulerats av den skrotningspremie som infördes på lokalproducerade bilar i mars 2010. Under året invigdes också fabriken i Kaluga där CITROËN C4 och C Crosser monteras. Det skedde i augusti respektive oktober 2010.

I Latinamerika ligger Citroëns marknadsandel på 2,2 procent och registreringarna har ökat med cirka 20 procent.



I Brasilien ökade CITROËN med 20 procent på en marknad som ökade 10 procent, och marknadspenetrationen ökade därmed med 0,1 procent. Under 2010 lanserades CITROËN C3 Aircross, som konstrueras i Brasilien och tillverkas på anläggningen i Porto Real. Denna bil upptar redan 14 procent av B Cross-segmentet. I Argentina slår CITROËN sitt tidigare rekord i registreringar, med 23 700 sålda bilar.

Märket fortsätter sin internationella expansion, bland annat med en ny filial i **Sydafrika** under 2010, vilket har inneburit en fördubbling av marknadsandelen där.

Se detaljerad information över försäljningsresultatet 2010 på följande sidor.

För mer information välkommen att kontakta:

CITROËN SVERIGE AB

INFORMATIONSAVDELNINGEN

Lena Rönnelius Ericson

Informationschef

Tel 08-474 53 07 eller Mobil 070-575 06 99

Lena.ericson@citroen.com



2. CITROËN UNDER 2010 – ETT OFFENSIVT ÅR

Under 2010 har CITROËN bevisat att man har allt som krävs för att locka till sig kunderna: anpassade och attraktiva produkter och en stark affärsstrategi.

En produktoffensiv

- **En distinkt karaktär - CITROËN DS3 har redan överträffat målen**

CITROËN DS3 är mer än bara en vanlig produktlansering för CITROËN. Den är beviset på att märket är på väg att lyckas i sina ansträngningar att erbjuda en bil som har något extra vad gäller design, stil, körupplevelse och elegans. CITROËN DS3 lanserades i Europa i mars och har med över 70 000 beställningar överträffat försäljningsmålen med god marginal.

- **Citroëns huvudprogram - framgångar med nya produkter**

Under sitt första försäljningsår har **nya CITROËN C3** visat sig vara en värdig efterträdare till gamla C3 och framgångssagan väntas fortsätta. Med 212 000 sålda bilar är det den mest sålda bilen i CITROËNs modellprogram 2010. Försäljningen av gamla CITROËN C3 och nya C3 ökade under året med 37 procent och passerade 300 000 exemplar!

Nya CITROËN C4 lanserades vid bilsalongen i Paris i oktober och har fått en bra start: över 22 000 beställningar efter bara två månaders försäljning i endast sex europeiska länder.

- **Transportbilar - bland de tre främsta i Europa**

Under 2010 bekräftade CITROËN sin **ledande ställning bland de främsta transportbilarna i Europa**. Målet att permanent inneha denna plats sattes 2009 och har uppnåtts! Volymerna ökar med 6 procent och märket behåller sin marknadsandel på 11,1 procent i Europa, vilket ger en tredje plats.

Steget före ...

- **På området elbilar**

Försäljningen av elbilar blev verklighet för CITROËN under 2010. I slutet av året var antalet beställningar över 1 800.

Det finns två helt elektriska modeller:

=> CITROËN Berlingo First Electricque som är en transportbil för företagskunder.



Från i somras har Posten i Frankrike en fordonspark med Berlingo First Electrique, liksom det österrikiska hyrbilsföretaget Raiffeisen Leasing.

=> CITROËN C-ZERO, en helt eldriven bil som är anpassad för stadskörning.

Över tjugo europeiska företag har valt att köpa denna lilla elektriska citybil. De senaste är General Electric, staden La Rochelle i Frankrike och ENEL i Italien.

- **På området tjänster**

Under 2010 har CITROËN kunnat tillgodose kundernas förväntningar genom att erbjuda tjänster som är perfekt anpassade efter servicen på bilarna, och en kund av fyra har tecknat serviceavtal vid bilköpet.

CITROËN utmärker sig när det gäller att förenkla transporter och har lanserat den första delen av sitt mobilitetsutbud: Call Car CITROËN. Den här tjänsten är öppen för alla och ger möjlighet att hyra valfri bil under valfri tid (från en timme till flera dagar) i de största franska städerna. Den främsta fördelen med Call Car CITROËN är att den beställda bilen levereras inom mindre än tre timmar till det ställe du väljer – och det med bara ett telefonsamtal.

En offensiv mot företag och begagnade bilar

- På företagsmarknaden (B2B) uppnådde Citroën en marknadsandel på 7,6 % (+0,3 %) inom Europa 7. Framför allt ökade marknadsandelen för personbilar till företag (från 5,4 → 5,6 % i) vilket var ett nytt försäljningsrekord på detta område. 2010 blev därmed ett gott år med över 170 internationella avtal och mer än 300 som är under förhandling.

CITROËN har för övrigt redan 500 Business Center runt om i Europa. I Storbritannien har 91 nya Business Center underlättat arbetet med flera mycket viktiga avtal som slutits med några av de största brittiska företagen. Även i Kina finns nu 122 stycken Business Centers och ytterligare har startats i Brasilien, Argentina och Ryssland.

- På marknaden för begagnade bilar har den nya strategin gett resultat och försäljningen via CITROËN Select uppvisar en ökning med 12 procent i Europa under 2010. Detta nya varumärke lanserades i 23 europeiska länder under 2010. CITROËN har också skapat ett nytt varumärke för begagnade bilar utanför Europa – CITROËN Longxin i Kina och CITROËN Confiante i Brasilien med liknande resultat. Noteras bör att CITROËN är den första konstruktören med en iPhone-app för sitt märke för begagnade bilar. Den lanserades i juni 2010.



3. 2011 – ETT ÅR MED CREATIVE TECHNOLOGIE

Märkets ambition för 2011 är att fortsätta med rekordresultaten, både inom försäljning och bilsport!

DS-serien kompletteras

Stärkt av den goda försäljningsstarten för CITROËN C4 och den oerhörda framgången med CITROËN DS3 räknar märket med att fortsätta sin produktstrategi med ett omfattande och attraktivt modellprogram och den nya distinkta DS-serien. Denna serie ska kompletteras med ytterligare två modeller under 2011: CITROËN DS4 vid halvårsskiftet och CITROËN DS5 i slutet av året.

Försäljningen av elbilar

Märket säljer redan två elbilar, CITROËN C-ZERO och CITROËN Berlingo First Electricque, och leveranserna av dessa har inletts. På miljöområdet är märkets strategi entydig: att erbjuda olika lösningar som är anpassade efter kundernas olika behov och användningsområden!

Förutom de två elbilarna utökar CITROËN därför sitt program med följande:

- Bilar med förbränningsmotorer med lägre CO₂-utsläpp än 100 g/km
- Bilar med mikrohybridteknik e-HDi (nya CITROËN C4, CITROËN C4 Picasso)
- Under 2011 tar CITROËN ytterligare ett viktigt steg med fullhybrid-tekniken, Hybrid 4, där en dieselmotor kombineras med en elmotor. Denna innovation kommer att erbjudas i CITROËN DS5.

Kina: Högsta prioritet

Kina har blivit den näst största marknaden för CITROËN när det gäller volymer och här kommer man att stödja sig på samarbete med DONG FENG. För närvarande finns 270 återförsäljare, varav 200 med den nya företagsimagen. Detta moderna återförsäljarnät beräknas överstiga 350 försäljningsställen under nästa år. För att klara den offensiva lanseringen i Kina har ett andra samarbetsavtal inletts med CHANG AN, och det ligger för närvarande för godkännande hos de kinesiska myndigheterna. Via detta partnerskap ska DS-serien säljas i Kina.

Underlätta förflyttningar

Märket ska positionera sig som ett företag som gör allt för att underlätta för kunderna att förflytta sig. Efter Call Car CITROËN som lanserades förra året – hyr valfri bil under valfri tid – kommer en webbportal under namnet Multicity att lanseras i februari 2011. Där kommer man att kunna samordna sina transporter med bil, tåg och flyg.

Presskontakt:

Lena Rönnelius Ericson: tel 08-474 53 / mobil 070-575 06 99 / lena.ericson@citroen.com



Bilaga – Resultat i siffror

	Marknadsandelar (i %)		
	2009	2010	Förändring
Kina	1,9	2	+0,1 %
30 länder i Europa (västra, centrala och östra Europa)	6,5	6,6	+0,1 %
Ryssland	0,8	0,9	+0,1 %
Latinamerika	2,1	2,2	+0,1 %

	Konsoliderad försäljning personbilar + lätta transportbilar (i tusental)		
	2009	2010	Förändring (%)
Kina	165	220	+33 %
30 länder i Europa (västra, centrala och östra Europa)	1 046	1 016	-2,9 %
Ryssland	12,4	17,4	+40,3 %
Latinamerika	92	111	+21 %