

PSA Peugeot Citroën -yhtymä tarkensi CAP 2010 -ohjelmaansa; Kasvuun monitasoisella yhteistyöllä, laajemmalla mallistolla ja autojen laatua entisestään parantamalla

PSA Peugeot Citroën -yhtymän uusi pääjohtaja Christian Streiff esitteli helmikuun 6. päivänä kasvu- ja kehitysohjelma CAP 2010:n. Ohjelma perustuu neljään tukijalkaan, joiden toimenpiteitä suunnittelemaan perustettiin kymmenen työryhmää. Työryhmiin kuuluu satoja yhtiön eri toiminnoista vastaavia johtajia. Työryhmät nostivat esiin 150 projektia, joiden avulla voidaan edelleen kehittää yhtiön toimintaa eri tasoilla.

Sata päivää myöhemmin, toukokuun puolivälissä 2007 pääjohtaja Streiff esitteli PSA Peugeot Citroën -yhtymän yhtiökokouksessa työryhmien toimenpide-ehdotukset, joiden perusteella yhtiötä lähdetään kehittämään. Päämääränä on elvyttää yhtymän kasvu ja parantaa kilpailukykyä.

Autojen ja jälkimarkkinoinnin laatu tullaan nostamaan vielä nykyistäkin korkeammalle, kilpailemaan parhaiksi arvioitujen autonvalmistajien kanssa. Tämä toteutetaan uuden muotoiluprosessin avulla ja kiinteämmällä yhteistyöllä alihankkijoiden kanssa. Lisäksi Peugeotin ja Citroënin kesken jaetaan enemmän tietoa ja otetaan käyttöön kummankin kehittämät parhaat ratkaisut. Konkreettisena tavoitteena on leikata takuukustannukset puoleen nykyisestä vuoteen 2010 mennessä.

Yhtiön kiinteitä kustannuksia leikataan 30 prosenttia vuoteen 2010 mennessä. Kuluja säästetään muun muassa laajentamalla alihankintaa maailmanlaajuisesti, esittelemällä uusia säästötoimenpiteitä kokoonpanoon ja autojen suunnitteluun sekä alihankkijoiden kanssa kehitettävillä ohjelmilla. Näillä ohjelmilla osahankinnoissa päästään kuuden prosentin vuosisäästöihin. Tämän lisäksi logistiikkaa kehitetään edelleen. Henkilöstön irtisanomisiin ei kuitenkaan ryhdytä, vaan tavoitteena on luonnollisen poistuman ja kannustinohjelman kautta 4800 työntekijän vähentyminen Ranskassa vuoteen 2010 mennessä.

Uusien mallien valikoimaa lisätään aikaisemmista suunnitelmista. Kehitysohjelmaan on lisätty aikaisempien rinnalle kuusi uutta mallia, jotka esitellään vuoteen 2010 mennessä. Tässä on onnistuttu ennen kaikkea lyhentämällä uusien mallien kehitysaikaa. Uusien mallien kehitystyössä on keskitytty aikaisempaakin tarkemmin asiakkaiden toiveisiin ja ympäristöystävälliseen teknologiaan.

Uusien markkinointitoimenpiteiden avulla PSA Peugeot Citroën -yhtymä pyrkii vahvistamaan asemaansa Euroopassa ja ennen kaikkea Saksassa, missä yhtiön markkinaosuus ei ole samalla tasolla kuin muilla suurilla markkina-alueilla. Kasvualueilla, kuten Kiinassa, Etelä-Amerikassa ja muilla kansainvälisillä markkinoilla tehtäviä toimenpiteitä suunnittelemaan on perustettu uudet tiimit, jotka esittelevät työnsä tulokset syyskuussa 2007.

Toimenpiteiden tehostamiseksi ja tukemiseksi yhtiö on ottanut käyttöön uusia

johtamistapoja. Niillä halutaan voimakkaammin kannustaa oma-aloitteisuutta, rakentaa tiimihenkeä ja pyrkiä tuloshakuisiin suorituksiin.

Pääjohtaja Streiff esitteli uuden ohjelman ylöpeänä: "CAP 2010 on todellisen monitasoisen tiimityön tulos. Sen avulla voimme työskennellä yhdessä vapaasti ilman tabuja ja rajoituksia. Voimme myös oppia asiakkailtamme, alihankkijoiltamme ja kilpailijoiltamme sekä reagoida nopeammin pitäen kaikessa päämääränä hyvän tuloksen."

Lisätietoja:

Riitta Luomala, viestintäpäällikkö, Maan Auto Oy/Peugeot, puh. 010 348 1202, GSM 0400 431 303, riitta.luomala@peugeot.fi

Risto Immonen, viestintäpäällikkö, Auto-Bon Oy/Citroën, puh. 010 569 7225, GSM 0500 459 385, risto.immonen@veho.fi