

Brandi on lupaus. Suuri brandi on pidetty lupaus. - Citroën synnyttää itsensä uudelleen, uudelleen maailmaan.

Citroën on yksi pitkäikäisimmistä autonvalmistajista. Tänäpä se on uudistanut ulkoisen ilmeensä kolmannen vuosituhanen vaatimalle tasolle. Yhtiön uusien tuotteiden ominaisuudet ja ilme lähentyvät ihmistä. Lisäksi Citroën aikoo tuulettaa autokaupan perinteiset toimintatavat.

Muutos kuuluu tähän aikaan. Olemme kuulleet sen välttämättömyydestä maailman poliittisilta johtajilta. Citroënin muutosprosessin suunnitelmat ja suunta päätettiin viime vuoden puolella. Vuoden vaihteessa Citroënin pääjohtaja Gilles Michel pystyi siirtymään Ranskan valtion palvelukseen, kun se tarvitsi luotsia ohjaamaan muita ranskalaisia yrityksiä taloudellisten haasteiden ohi.

Uusi Citroën haluaa avata oven uuteen tekniseen ulottuvuuteen. Citroën aikoo yhä vakavammin pyrkiä avaamaan oven myös uusille ja uudennlaisille asiakkaille. Autoteollisuutta ja autokauppaa vaivannut jähmettymisen aika on Citroënin kohdalla ohi. Citroën haluaa kosketeltavasti kohdata muuttuvan maailman haasteet. Citroën haluaa etsiä oikeita, yllättäviäkin, ratkaisuja. Määritelmä "Créative technologie" tulee ohjaamaan Citroënin suurta brandiä. Se tulee olemaan Citroënin pidetty lupaus.

Citroënin tuotanto kunnioittaa tulevaisuudessa kolmea pääasiasiaa: ilmastoa, energiaa ja yksilöllisiä valintoja. Ihmisillä tulee aina olemaan tarve liikkua, ja autot tulevat erilaisina kehitysasteina takaamaan aina ihmisten yksilöllisen liikkumisen. Käytännöllisimmillään liikutettava ihminen tarvitsee ympärilleen turvalliset kuoret ja energiataloudellisen voimanlähteen. Citroën tulee tarttumaan kunnianhimoisesti tähän ihmisen perustarpeeseen ympäristön ja ihmisen ehdoilla. Samalla kunnianhimolla Citroën tarttuu niiden ihmisten palvelemiseen, jotka haluavat liikkumiseltaan enemmän mukavuutta ja yksilöllisyyttä, unohtamatta tällöinkään ympäristöä. Mittavalla toimintatapamuutoksella Citroën murentaa autokauppaa yleensäkin vaivanneen pysähtyneisyyden tilan.

Suomen Citroënin jälleenmyyjäverkko tulee siirtymään uuteen ilmeeseen täydellisesti vuoden 2011 loppuun mennessä. Vuosi 2009 tulee olemaan autokaupalle vaativa myös Suomessa ja tästä syystä uusi toimintatapa ajetaan sisään seuraavien kolmen vuoden aikana.

Näin mittavaa uudistusta voi monen mielestä olla vaikea perustella taloudellisesti vaativina aikoina, mutta Auto-Bon Oy:n toimitusjohtaja Lasse Ahlstedt toteaa : " Citroën on herännyt muuttuvan maailman vaatimuksiin jo aikaisemmin. Nykyistä uudistusta, jota voisi sanoa merkittäväksi elämäntavan uudistukseksi, on valmisteltu yli kaksi vuotta. Eli ei siis ole kyse mistään hetken päähänpistosta. Citroënilla on perinteisesti kunnioitettu ihmistä suunnittelun lähtökohtana. Citroënin historiallinen uudistusmielisyys ja ennakkoluulottomuus velvoittaa sitä miettimään ihmisen tulevaisuutta ja ihmisten muuttuvia arvoja. Citroën on ennenkin pystynyt muuttamaan

pehmeät arvot kannattavaksi liiketoiminnaksi. Kun Citroënilla nyt sanotaan, että on tullut aika avata ovi uuteen tulevaisuuteen, niin se todella tarkoittaa sitä, että haluamme avata myymälämme kohtaamaan ihmisten oikeat tarpeet ja arvot. Muutaman vuoden kuluttua ihmiset hymyilevät tyytyväisyydestä saamistaan ratkaisuista ja palvelusta, jonka Citroënin uusi autokauppamaailma heille antaa ”.