

„Автомотор Корпорация“ АД е генерален вносител на Citroën за България. Компанията е сред стотите най-значими фирми и един от големите данъкоплатци в страната. Благодарение на дейността на „Автомотор Корпорация“ престижната марка Citroën се радва на огромен успех у нас, с постоянна тенденция към увеличаване на продажбите.

ПАЗАР

Пазарът на нови автомобили е една от най-бързо развиващите се области на българската икономика. От началото на 90-те години той преминава през различни етапи, но стабилният лев, устойчивото развитие на частния сектор, навлизането на нови марки и подобряването на лизинговите условия довеждат до непрекъснато нарастване на продажбите.

Основно действащо лице в света на автомобилостроенето, Citroën е и символ на непрекъснати иновации, неповторим дизайн, гаранция за сигурност, комфорт и икономичност, лидер в опазването на околната среда в Европа. Успехът на Citroën в България се дължи както на богатата гама модели, предлагаща последните новости в бранша, така и на инвестициите в развитието на търговско-сервизната мрежа в национален мащаб. През 2007 г. официално отвори врати първото по рода си автоселище в България – Citroën Божурище.

Още с появата си през май 1991 г. „Автомотор Корпорация“ АД предлага пълната гама леки и лекотоварни автомобили и микробуси с престижната френска марка. Фирмата осигурява вноса и дистрибуцията на резервни части, аксесоари, гаранционно и извънгаранционно обслужване на автомобилите в цялата страна.

Днес „Автомотор Корпорация“ АД е с уставен капитал от единадесет милиона лева, а само в Автоселище Citroën Божурище работят 221 души.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

С 1 461 000 броя продажби в световен мащаб през 2007 г., Citroën регистрира ръст от 3,9% по

отношение на 2006 г., което е най-високият резултат от четири години насам. Успехът

на продуктите, лансираните в рамките на годината, надвиши очакваните резултати. Семейството на C4 Picasso е лидер в Европа в сегмента на компактните ванове. В Латинска Америка истинско постижение отбелязаха C4 Sedan и C4 Pallas. C4 Sedan е лидер в своя сегмент само пет

месеца след неговото представяне и е избран за Автомобил на годината. Първият в историята на марката автомобил 4x4 C-Crosser, лансиран във Франция в края на юли 2007 г., достигна обем на поръчките от 10 000 бройки.

Високи резултати отбелязаха и вече познатите модели от гамата. Мъникът C1 се позиционира сред най-икономичните и екологични автомобили на пазара. C6 затвърди своята позиция в сегмента Н с ръст на продажбите от 6% в сравнение с предходната година. Verlingo задържа високия обем продажби, достигнати през 2006 г. – 185 000 бройки, реализацията на Jumpy и Jumper се увеличи съответно с 14% и 31%.

През миналата година отвори врати и реконструираната витрина на Citroën на булевард „Шан-з-Елизе“ в Париж. Цялостната конструкция, монтирана на фасадата на сградата на № 42, внушава идеята за връзка между миналото и бъдещето. Художествената композиция на интериора представя чрез спираловидна конструкция развитието на марката през годините. В световен мащаб марката Citroën е отличавана многократно за конструктивните си решения, получава многобройни титли Автомобил на годината, немалко са призовите и в областта на маркетинга и рекламата. Двамата шефрона имат



изключителни постижения в Световния рали шампионат. През ноември 2007 г. Себастиан Льоб спечели с C4 WRC четвъртата си поредна световна титла, а Симон-Жан Жозеф със Citroën C2 грабна титлата на Европейския рали шампионат.

В България наградата Автомобил на годината е присъждана на Citroën C4 и Citroën C5, а Златен медал от Пловдивския международен панаир – на моделите C2, C3 и C5. Флагманът C6 е награждаван в категориите „Интериор на годината“ и „Бизнес кола на годината“. На последното издание на конкурса „Кой е автомобилът“ C6 получи и Специ-



ална награда за технология за безопасност. Citroën C4 Grand Picasso спечели Наградата на публиката за многообемен автомобил на конкурса Playcars 2007. Citroën Jumpy беше избран и за Ван на годината на Европа, а

1991	1992	1993	1996	1997	2001
Подписване на договора със Citroën и участие в първия автомобилен салон в НДК. Продажба на първия автомобил – Citroën ZX.	Откриване на три шоурума – два в София и един в Монтана.	Първа продажба на лизинг.	Създаване на Клуба на влюбените в Citroën – София.	Начало на инженеринговата дейност.	Официално откриване на търговско-сервизни центрове в Бургас, Русе и Плевен. Сертифициране по ISO 9001:2000.



след това и за Ван на 2008 г. в България. През 2000 г. на изложението „Произведено в България“ печели наградата Златен лъв. Една година по-късно „Автомотор Корпорация“ е сертифицирана по Системата за управление на качеството ISO 9001:2000, а през 2005 г. получава престижната награда „Магелан“ от Citroën International за реализирания напредък в продажбите, за качеството на предлаганите услуги и бързо развиващата се търговска мрежа.

През 2007 г. генералният директор и основател на „Автомотор Корпорация“ – Кирил Сандов, е номиниран с указ на френския президент за Кавалер на Националния орден за заслуга на Република Франция.

ПРОДУКТЪТ

„Автомотор Корпорация“ АД предлага пълната гама леки и лекотоварни автомобили и микробуси Citroën. В класа на компактните автомобили това са C1, C2, C3 и C3 Pluriel. В средния клас това е Citroën C4 с двете си версии – хечбек и купе, които постигат мигнов успех и завладяват силни позиции още с навлизането си на пазара. Във високия клас представителите на Citroën са изключително комфортният семеен Ван Citroën C4 Picasso, луксозният ван C8, C5 във варианти седан и комби и лимузината C6. През октомври 2007 г. в България беше представен първият модел 4x4 на Citroën C-Crosser.

Ключовите думи за качествата на автомобилите са изящество, престиж, разкош, сила, контрол.

„Автомотор Корпорация“ предлага и неизменните помощници в бизнеса – Citroën Berlingo, Jumpy и Jumpy. В началото на 2008 г. към лекотоварната гама се присъединява още един член, носещ закачливото име Nemo. Успешната реализация на Citroën в българския пазар се дължи и на добре разгърнатата дистрибуторска мрежа в страната. „Автомотор Корпорация“ бързо разви една от най-големите търговско-сервизни мрежи, която обхваща всички основни градове – София (три центъра), Пловдив, Варна (два центъра), Русе, Велико Търново, Стара Загора, Бургас, Плевен (два центъра), Пазарджик, Благоевград, Габрово, Несебър, Добрич, Видин, Сливен, Ловеч, Шумен, Карлово. Направените



инвестиции за развитие през последните три години надхвърлят 40 милиона лева. Всички 22 дилъра работят според европейските критерии. Сервизите разполагат със специализирана диагностична апаратура с програмно осигуряване за обслужване в реално време на всички продавани модели Citroën. Компанията предлага на своите клиенти денонощна пътна асистенция в цялата страна.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Символ на успеха на Citroën в България става първото по рода си автомобилно селище в страната – Автоселище Citroën Божурище, построено на 42 дка площ. Търговско-сервизният център на територията на комплекса се помещава в модерна сграда. В нея има шоурум, където могат да се изложат 38 автомобила, склад за резервни части, гуми и аксесоари, приемна зона за сервиза, автомивка, каросериен, бояджийско отделение, обслужващи офиси и кафе. В подземния етаж са разположени складът за нови автомобили, инсталационни и битови помещения.

Шестетажната административна сграда на фирмата помещава всички административни отдели, библиотека, зала „Андре Ситроен“, конферентна зала със 100 места и център за обучение, подготовка и квалификация на търговски и сервизни кадри за цялата страна. Непосредствено до административната сграда се намира сградата на инженеринга, функциониращ като самостоятелна фирма, където се извършват трансформации на автомобили.

В съседство с търговско-сервизния център в сградата на „Евроказион“ АД, чийто предмет на дейност е продажба на оказионни автомобили от всички марки. Автомобилите са с гаранция и се предлагат при изключително изгодни финансови условия. В същата сграда се помещава и централата на „Автомобил“ АД – официален вносител на френските високотехнологични моторни и индустриални масла TOTAL.

ПРОМОЦИЯ

Между 1919 г. и 1934 г. самият Андре Ситроен налага и утвърждава марката по всички възможни начини: пътна помощ, таксата,



застраховки Citroën. За първи път тогава се появяват миниколчиците, като марката и до днес продължава да бъде сред най-колекционерните в света. През 1922 г. Андре Ситроен наема самолет, който изписва с бял дим неговото име над Триумфалната арка. В продължение на почти десет години, в периода 1925–1934, Айфеловата кула в превърната в най-голямата реклама в света. Върху един от символите на Париж светят 250 000 лампи, които образуват гумата Citroën.

Автомобилите Citroën винаги са били високо ценени и на снимачните площадки благодарение на техния неповторим дизайн и ярко изразен характер.

В България, освен с оригиналните си рекламни кампании, от 2005 г. насам марката се промоцира и чрез списанието „Ситроен life“.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Citroën е символ на иновация и динамичност в областта на автомобилостроенето и успешно съчетава технически решения с уникален дизайн. Освен стил, всеки модел предлага последно поколение висококачествени системи за сигурност и неповторим комфорт.

Повече от десетилетие „Автомотор Корпорация“ е сред лидерите по продажби на автомобили на пазара. Това се дължи, от една страна, на качествата на марката Citroën, а от друга – на труда на всички служители на компанията и на последователното разширяване на дилърската мрежа. Дружеството залага изключително на човешкия капитал. Едно от доказателствата за това е, че почти всички служители на „Автомотор Корпорация“ са негови акционери.

www.citroen.bg

Факти, които не знаете за CITROËN

През 1919 г. започва производството на Citroën Type A, който е първият автомобил, произвеждан серийно в Европа, и първият френски автомобил с десен волан.

Легендарният Citroën 2CV – един от „символите“ на Франция, се произвежда в продължение на 42 години – от 1948 до 1990.

През 1955 г. на салона в Париж е представен култовият Citroën DS 19. За 45 мин. са поръчани 749 автомобила, а до края на деня поръчките достигат 12 000.

1991 г. Андре Ситроен е избран за Производител на автомобили на века.

През 80-те години логото на Citroën добива познатия днес облик – бели шеврони на червен фон.

2002

Създаване на учебен център в Бургас.

2004

Официално откриване на търговско-сервизни центрове в Пловдив и Стара Загора. Доставка и оборудване на 205 маршрутни такси.

2005

Официално откриване на търговско-сервизни центрове в Сливен и Варна. Получаване на Диплома Специален трофей „Магелан“.

2006

Citroën C4 е избран за Автомобил на годината. Официално откриване на търговско-сервизни центрове във Велико Търново и Видин.

2007

Откриване на първото в България автомобилно селище Автоселище Citroën Божурище – София.