



# CITROËN

## ПАЗАР

Citroën е не само основно действащо лице на световния автомобилен пазар, но и символ на сигурност, изключителен комфорт, непрекъснати иновации и неповторим дизайн. В България марката е представена от „Автомотор Корпорация“ и за последните петнадесет години се наложил стабилно, с постоянна тенденция към увеличение на продажбите. За сравнение: през 1992 г. продадените автомобили Citroën са 162, а през 2005 г. – 2795, което съответства на увеличение на пазарния дял от 2,2% (1992 г.) на 8,34% (2005 г.).

Пазарът на нови автомобили в България е един от най-бързо развиващите се сектори на икономиката. От началото на 90-те години той премина през различни етапи, но стабилният лев, устойчивото развитие на частния сектор, нарастващото навлизане на нови марки и подобряването на лизинговите условия доведоха до непрекъснато нарастване на продажбите. Отчетеният през 2005 г. ръст на пазара на нови автомобили е вече 34%. В същото време този на Citroën е 50%, което нарежда марката сред малкото в България с изпреварващ пазарен ръст. Положителните резултати се базират на изключително богатата и разнообразна гама модели, включваща последните новостии в автомобилостроенето, и непрекъснатото развитие и инвестиране в търговско-сервизна мрежа в страната. През последните две години бяха открити нови търговско-сервизни центрове на Citroën в Пловдив, Сливен, Стара Загора, Варна, Видин и Велико Търново. През 2006 г. в Божурище отвори врати най-големият търговско-сервизен център на Citroën в Централна и Източна Европа.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Освен многобройните титли Автомобил на годината и престижните награди за конструктивните си решения, Citroën печели призове и за рекламните си разработки. След сребърното отличие D&AD релси, присъдено в Лондон на филма „Танцорът“ – рекламния клип, с който марката лансира модела C4, Citroën получи и бронзов лъв на фестивала за рекламно кино в Кан.

Повечето от последните награди, връчени на Citroën, са свързани с изключително успешния C4. Моделът беше избран за Автомобил на годината в Словакия, Испания, Хърватия, Великобритания и Португалия. Той получи приза Кола на бъдещето в Белгия, стана Кола № 1 и в Полша, а в Италия бе удостоен със званието Най-красива кола в света в своя клас и с отличието Авто Европа 2005. C4 получи и първа награда на Awards 2005 във Великобритания. Във Франция моделът взе приза за автомобил и производител, а на салона в Ню Йорк международно жури го удостои с наградата на Midway Group за дизайн 2006 World Car Design.

Марката има изключителни постижения и в ралита с Xsara Kit Car – три поредни победи при конструкторите през 2003, 2004 и 2005 г., и две победи за водещия пилот на Citroën Себастиен Лъоб през 2004 и 2005 г. В България „Автомотор Корпорация“ АД беше отличена със златен лъв от изложението „Произведено в България“ през 2000 г., а моделите на Citroën получиха няколко награди: C5 стана Кола на годината през 2001 г., а C3 и C2 получиха златни медали от Международния панаир в Пловдив съответно през 2002 и 2003 г. Citroën C4 стана неоспоримият победител в конкурса „Автомобил на годината 2006“. Моделът C6 спечели „Интериор на годината 2006“.

## ИСТОРИЯ

Великият конструктор Андре Ситроен представя своя първи автомобил, тип А, през 1919 г. Той извършва истинска революция с представянето на модел А 10CV с каросерия, екипирана с четири щамповани метални колела с гуми, резервна гума, два фара и

електрически стартер. Дотогава купувачите на автомобили се задоволяват с шаси без каросерия, монтирано на твърди колела. През 1934 г. Андре Ситроен дава живот и на най-модерния сериен автомобил – такъв, какъвто се конструира и в нашия край на

XX век. Неговият Traction Avant показва пътя, по който трябва да се върви. На Автомобилния салон в Париж през 1955 г. е представена „Богинята“ DS – автомобил, който впечатлява целия свят с новаторската си линия и концепция. За 45 минути за него са направени 749 поръчки, а в края на деня са продадени повече от 12 000 автомобила.

През 1974 г. CX замества DS. Качествата на новия автомобил, най-висок клас в гамата на Citroën, са еднородно признати в Европа. Моделът получава наградата за Автомобил на годината, Style Auto

Award, както и приза за сигурност. Представен през пролетта на 1989 г. и предназначен да замести CX, XM също се увенчава с титлата Автомобил на годината. Той е оборудван с Hydromatic – първото наистина интелигентно хидропневматично окачване, което се монтира на сериен автомобил.

С всичките си следващи модели марката Citroën продължава да е пример за пограждане през годините.

През 1990 г. Андре Ситроен получава от международно жури от журналисти приза Конструктор на века.

## ПРОДУКТЪТ

Citroën е представен в България чрез всичките си модели. В класа на компактните автомобили са C1, C2, C3 и C3 Pluriel. В средния клас автомобили C4 с двете си версии – хечбек и купе, постигна мигновен успех и завладя силни позиции на пазара още с излизането си в края на 2004 г. От юли 2006 г. C4 се предлага с електронно управляемата механична шестстепенна кутия (VMР6), която е изцяло нова концепция и реална алтернатива на механичните и автоматичните трансмисии по отношение на удоволствието и удобството на управление. Във високите клас автомобили на Citroën са



изключително комфортният семеен ван Citroën C4 Picasso, C5 във варианти седан и комби, флагманът C6 и луксозният ван C8. Ключовите гumi за техните качества са изящество, престиж, разкош, сила, спокойствие и контрол.

В класа на лекотоварните автомобили са неизменните помощници в бизнеса Berlingo, Jumpy и Jumper.

## СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Заводът на PSA Peugeot Citroën в Тремери е един от най-големите в света в производството на дизелови двигатели. Ежедневно там се произвеждат по 10 000 броя. Освен в Citroën, двигателите се използват в Peugeot, Ford, Mazda, Volvo, Jaguar и Land Rover.

В началото на 2006 г. Citroën умножи инициативите си за опазване на околната среда. След C3 Stop & Start, марката продължи развитието на своите микрохибриди с лансирането на C2 Stop & Start с намален разход на гориво и емисии на въглероден двуокис с близо 10% в населено място и до 15% при интензивен трафик.

Citroën вече предлага и C3 Gaz Naturel. Той работи преди всичко на природен газ, което осигурява намаляване на емисиите на въглероден двуокис с близо 20% в сравнение с бензина и не отделя серни окиси или олово. През март 2006 г. Citroën представи C4 Hybride HDi. Този демонстрационен модел съчетава изключителния капацитет на дизеловия мотор HDi (намаляване с 25% на разхода на гориво в сравнение с бензиновия агрегат), използван в неговия най-добър диапазон на действие, и принася на електро-двигателя, основно приспособен за градски преходи. Тези резултати станаха възможни



благодарение на развитието на цялостна гама от екологични двигатели, сред които са новите дизелови агрегати HDi и филтърът за твърди частици (FAP).

През 2006 г. Citroën продължи разширяването и обновяването на гамата си и с представянето на новия Jumper – верния бизнес помощник, който е единственият лекотоварен модел с предно предаване, предлагащ общо тегло над 3,5 т. Нарасналият капацитет по отношение на полезния товар позволи на Citroën да се позиционира в един напълно нов сегмент за марката.

Световна премиера при Citroën C6 пък стана активният преден капак, с което значително се намаляват рисковете за пешеходеца при евентуален инцидент при скорост между 30 и 50 km/ч. С тези си характеристики флагманът на Citroën решително се намеси в преразпределението на пазара на луксозни автомобили.

## ПРОМОЦИЯ

В периода 1919–1934 г. самият Андре Ситроен утвърждава реномето на марката по всички възможни начини.

Така на бял свят се появяват пътна сигнализация Citroën, таксита Citroën, застраховки Citroën, играчки Citroën и др. Марката с двоиния шеврон и днес продължава да е сред най-колекционерните в света.

Като част от цялостната стратегия за лансирането на новия компактен C1, Citroën дори промени името на един италиански град – Riccione (Ричионе) стана „RicC1one“. В края на 2005 г. Citroën отпразнува 50-годишнината на култовия си модел DS – „Богинята“. Над 1600 автомобила DS от целия свят дефилираха в сърцето на френската столица – от Триумфалната арка до Айфеловата кула.

Конструкцията на новата витрина на Citroën на „Шан-з-Елизе“ придоби подчертана символика чрез инсталация във формата на автомобилна гума, в която са вписани двата култови шеврона на марката. Цялостната конструкция, монтирана на фасадата на сградата, която е построена през 1928 г., носи цвета за връзката между миналото и бъдещето, чийто символ са шевроните в полет. Те са изработени от специален стъклен материал, който позволява и през деня, и през нощта ярко да се откроява логото на Citroën.

Самата архитектура на художествената композиция представя чрез спирала идеята за развитието на марката през годините. Публиката открива изненадваща колона от автомобили. Във вътрешността си този атриум предлага на посетителите невероятно оригинална обиколка. Гостите се изкачват на различните нива и се запознават с моделите, инсталирани на въртящи се платформи.

Автомобилите Citroën винаги са били високо ценени и на снимачните площадки заради техния дизайн и ярко изразен характер. Днес марката продължава своя богат опит в седмото изкуство, като създава първия виртуален автомобил за анимационния филм „Прераждане“ на талантливия режисьор Кристиан Волкман. Изображението е дело на екип от Style Citroën. Дизайнерите, потопени в атмосферата на фил-



ма, проектираха автомобил на бъдещето (действието се развива през 2054 г.), който в същото време е напълно реален и кореспондира с графичната среда, създадена от режисьора.

В България от 2005 г. насам марката се промоцира и чрез списанието „Ситроен life“.

## ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Citroën е символ на новаторство и динамичност в областта на автомобилите и рекламата. Марката е култова, защото съчетава последните технически решения с невероятен дизайн. Освен с уникален стил, всеки модел е разработен със системи, осигуряващи изключителната му стабилност на пътя – електронна стабилизираща програма, система против буксуване на колелата, система за индикация при неволно пресичане на осевата линия, електрическа ръчна спирачка и др. Всичко това Citroën съчетава с вътрешен комфорт от най-високо ниво.

[www.citroen.bg](http://www.citroen.bg)

## ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

### CITROËN

- Моделът DS, известен като „Богинята“, спасява живота на генерал Дьо Гол при атентата срещу него. Въпреки спуканата гума шофьорът на президентския DS успява да запази контрола върху автомобила и да измъкне своя пасажер от куршумите на терористите.
- През 1922–1923 г. Андре Ситроен организира първата от поредицата експедиции, за да привлече вниманието към автомобилите си с гъсенични вериги, предназначени за труген терен. Сред тях е така нареченият Черен поход 1924–1925 г., който прекосява целия африкански континент за 232 дни. През 1931 г. Ситроен поема и по Пътя на коприната, отвел Марко Поло в Китай.
- През 1922 г. Андре Ситроен популяризира марката, като наема самолет, който изписва неговото име с бял дим над Триумфалната арка.
- Айфеловата кула се превръща в най-големия рекламен билборд в света, след като от 1925 до 1934 г. Върху нея светят 250 000 лампи, които образуват гумата Citroën.