



Spånga den 6 februari 2009

### CITROËN SLÄPPER EN NY DS

**Mytomspunna DS är tillbaka – men det handlar inte om "Paddan" i retrouförande. Istället utmanar Citroën konkurrerande märken i premiumklassen med en ny produktlinje som bär det klassiska namnet. Igår fick världen en smygitt på konceptbilen DS3.**

Det händer stora saker hos Citroën. Trots en bilbransch i förändring och kris, går det franska märket på offensiven med en helt ny produktlinje som har döpts till DS.

– Vi sökte ett namn som har en stark anknytning till Citroën och som visar på Citroën-andan, säger Xavier Chardon, marknadsdirektör för Citroën.

Valet blev då enkelt. DS är det namn som starkast förknippas med Citroën, och när den klassiska DS-modellen såg världens ljus 1955 gav den eko i världen och höjde statusen på Citroën som märke.

Den nya linjen ska nu göra samma sak, cirka 55 år senare. Linjen består av tre modeller – DS3, DS4 och DS5 – och ska nyscha Citroën i premiumklassen. Den tänkta köparen är en person som eftersträvar körglädje, hög komfort och en elegant statusbil med design som sticker ut.

DS-serien innebär att Citroën breddar sin bilflotta. Vad bilarna kommer att kosta är inte bestämt ännu, men priset blir högre än för Citroëns ordinarie modeller i C-serien. Samtidigt blir DS-bilarna inte lika dyra som konkurrenterna i premiumklassen.

– Vi tänker inte efterlikna de traditionella premiummärkena. Med DS riktar vi in oss på den som vill ha en statusbil, men den behöver inte kosta en förmögenhet, säger Citroëns produktchef Vincent Besson.



De tre DS-modellerna kommer att presenteras vid olika tidpunkter under de två närmaste åren. Den första, DS3, får sin stora premiär på bilsalongen i Genève i början av mars, men redan i går fick journalister från hela världen en kort första glimt av den i Paris i samband med att det franska bilmärket lanserade en stor uppdatering av hela sitt varumärke. Datumet den 5 februari valdes eftersom det var grundaren André Citroëns födelsedag. Just i år är det dessutom 90 år sedan Citroën började sin serietillverkning av bilar.

Jean-Pierre Ploué, chef för hela PSA-gruppens designcenter, är förtegen om den nya DS-serien.

– Bilarna har kreativ teknologi, exakt vad avslöjar vi inte ännu. >De visar status och representerar Citroëns själ, säger han.

Citroën kommer inte bara att lansera DS-modellerna under de närmaste åren. Totalt ska sex nya bilar lanseras på tre år, däribland en ny C3. Citroën förklarade vid presskonferensen igår att när nya modeller lanseras ska de erbjuda påtaglig förnyelse. Det kommer inte bara att handla om kosmetika.

#### **Fakta: Citroën DS - originalet**

Citroën DS ingår i raden av klassiska kultbilar. När DS lanserades 1955 slog den världen med häpnad genom banbrytande design och många tekniska innovationer.

Utseendemässigt gjorde den långa, framskjutande motorhuv och de runda formerna att bilen fick smeknamnet "Paddan" i Sverige.

I Frankrike kallades bilen för "Gudinnan" tack vare att uttalet av DS – Déesse – betyder just gudinna. Tekniska nymodigheter var gashydralisk fjädring, adaptiva strålkastare som följde rattens rörelser, servostyrning, elektronisk direktinsprutning, halvautomatisk växellåda och en ratt med bara en ratteker.

Modellen var i produktion fram till 1975. 1,45 miljoner bilar tillverkades under modellens tjugo år långa liv. Merparten tillverkades i fabriken vid Quai de Javel i Paris.

Bilen gjorde att Citroëns status höjdes avsevärt, jämfört med tidigare modeller som 2CV och modellen som DS ersatte, Traction Avant.

DS gick på export inte bara inom Europa utan även till USA där den såldes i 38.000 exemplar.

Frankrikes president Charles De Gaulle var en av bilens största supportrar.

Citroën DS finns med i den nya frimärksserie med klassiska kultbilar som Posten i Sverige började sälja härom veckan.



### **Notis/Citroën hottar upp varumärket**

Citroëns logotyp har sett likadan ut i 25 år. Tills nu. Den 5 februari presenterades en ny logga, som en del i en större satsning på varumärket Citroën. Tanken är att den nya loggan ska kännas modernare och uppfattas som tyngre och kraftfullare. Den nya loggan behåller de dubbla vinklarna som är inspirerade av ett kugghul – "le double chevron". Skillnaden är att vinklarna blivit mörka och är gjorda i tre dimensioner istället för två. De är frilagda från sin röda ram. Den Citroënröda färgen har fått en mörkare ton och namnet skrivs under vinklarna.

Samtidigt har varumärket fått en ny slogan: Créative Technologie. Citroën tänker också förbättra servicen till kunderna och förbättra sin webbplats. Anledningen till att Citroën vill stärka varumärket är att det inte riktigt har hängt med när modellprogrammet har breddats ordentligt med över tio nya modeller under 2000-talet.

Spånga den 3 februari 2009

För ytterligare information vänligen kontakta:

### **CITROËN SVERIGE AB INFORMATIONSAVDELNINGEN**

Lena Rönnelius Ericson

PR- och Informationschef

E-mail: [lena.ericson@citroen.com](mailto:lena.ericson@citroen.com)

Tel: 08-474 53 07 / Mobil: 070-575 06 99

[www.citroenpress.se](http://www.citroenpress.se)

[www.citroen-presse.com](http://www.citroen-presse.com)

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

*Den tidigare logotypen som använts sedan 1983*

