

Paris, le 7 janvier 2013

Peugeot 2008, emblématique de la stratégie de PSA Peugeot Citroën

La marque Peugeot a dévoilé ce matin 2008, son nouveau crossover urbain, un véhicule emblématique de la stratégie d'internationalisation et de montée en gamme de PSA Peugeot Citroën, ainsi que de son ancrage industriel en France.

2008 est en effet le premier véhicule de la marque conçu dès l'origine, et simultanément, par et pour plusieurs zones géographiques : créé par les équipes internationales du style Peugeot à Paris, Shanghai et Sao Paulo, il est destiné à séduire des clients européens, mais aussi chinois et sud-américains.

Le centre de production de Mulhouse fabriquera les véhicules destinés à l'ensemble de l'Europe, mais aussi à l'exportation vers la Turquie, l'Australie, l'Afrique du Sud, le Japon et la Russie. Premier employeur d'Alsace, avec 8 300 collaborateurs, le site de Mulhouse exporte déjà en moyenne deux tiers des véhicules qu'il produit. 150 millions d'euros d'investissements y ont été réalisés à l'occasion du lancement de la Peugeot 2008, notamment dans les installations du ferrage.

2008 sera également produite à Wuhan pour la Chine et à Porto Real (Brésil), pour l'Amérique du Sud.

2008 illustre également l'autre pilier de la stratégie de PSA Peugeot Citroën, la montée en gamme. Capitalisant sur le succès de Peugeot 3008, 2008 propose en effet une nouvelle offre urbaine et innovante sur le segment des crossovers compacts. Il s'agit de l'un des nombreux lancements qui contribueront à la stratégie de montée en gamme en 2013, avec la Citroën DS3 Cabrio et les Peugeot 208 GTI et 208 XY. Cette stratégie est aujourd'hui en bonne voie, la part des véhicules "Premium" représentant déjà 18 % des ventes du Groupe.

Grâce à la technologie Diesel e-HDi (avec Stop&Start et Filtre à particules) et aux moteurs essence à 3 cylindres, **2008** proposera sur son segment une offre très performante en termes d'environnement, avec des émissions de CO₂ à partir de 99 g/km. Il permettra ainsi à PSA Peugeot Citroën de confirmer ses bons résultats dans ce domaine : le Groupe est aujourd'hui leader européen en termes d'émissions de CO₂, avec une moyenne de 123,3 g / km.*

2008 constitue un nouvel atout dans la stratégie de PSA Peugeot Citroën, tout en confirmant son ancrage industriel en France. La part de véhicules montés vendus hors d'Europe progresse nettement, passant de 24 % en 2009 à 33 % en 2011, et a progressé encore fortement en 2012. Elle est aujourd'hui en bonne voie pour atteindre l'objectif de 50 % en 2015.

* Union européenne hors Grèce, Bulgarie, Roumanie, Chypre et Malte, sur 9 mois 2012. Les chiffres annuels seront disponibles prochainement.