

Paris, le 17 juillet 2014

PSA Peugeot Citroën renoue avec la dynamique commerciale : Ventes mondiales en hausse de 5,5% au 1^{er} semestre 2014

Faits marquants du 1^{er} semestre 2014

- Ventes mondiales à 1 541 000 unités, en hausse de 5,5% (détail par région en annexe)
- Forte croissance des ventes en Europe à +11,7% et en Chine/Asie du Sud-Est à +27,7%
- Part de marché Europe à 12,1 %.
- Succès des derniers lancements, les Peugeot 308, 2008, 301 et des Citroën C4 Picasso et C-Elysée
- Très bon démarrage pour Peugeot 108, nouvelle Citroën C1 et Citroën C4 CACTUS.
- Leadership sur le marché des VUL en Europe, avec une part de marché en hausse à 21,2%.
- Leader européen en termes d'émissions de CO₂ avec une moyenne de 111,8 g de CO₂ /km.

Europe : des ventes en croissance de 12% dans un marché toujours instable

En Europe, dans un marché VP + VUL en hausse de 6,6%, les ventes de PSA Peugeot Citroën se sont établies à 956 000 véhicules, en progression de 11,7 % par rapport au 1^{er} semestre 2013.

La part de marché du Groupe s'établit à 12,1% en Europe au 1^{er} semestre 2014. Cette augmentation de volume s'explique par une croissance des marchés français, espagnol et britannique d'une part, une politique de prix plus valorisante pour des marques mieux positionnées d'autre part. La croissance du marché des VUL à +10%, sur lequel le Groupe est leader avec 21,2% explique également la progression du Groupe en Europe.

Dans un contexte de marché européen qui reste à un niveau bas, les résultats du Groupe sont portés par sa dynamique produits et par le repositionnement des marques qui montre des résultats encourageants.

Confirmation de la dynamique commerciale des marques et de l'amélioration de la compétitivité

- Un an après son lancement commercial, la **Peugeot 2008** a d'ores et déjà été produite à plus de 164 500 unités en Europe. 65% de ses ventes sont constituées par les versions haut de gamme. Pour répondre à cette forte demande illustrant la pertinence de la stratégie de produit ciblée, la cadence de production a été augmentée sur le site de Mulhouse, avec le montage d'une nouvelle équipe. La **nouvelle Peugeot 308**, élue voiture de l'année en Europe, enregistre déjà près de 116 000 commandes depuis son lancement en septembre 2013. Elle illustre le positionnement de Peugeot : exigence, allure et émotion. La nouvelle Peugeot 308 est d'ailleurs leader en France sur son segment, gage de la qualité des véhicules du Groupe.
- Le **nouveau Citroën C4 Picasso**, lancé il y a tout juste un an, a déjà été vendu à 127 000 unités. 64% de ses ventes sont constituées par les versions les plus haut de gamme.
- **DS** confirme son succès en dépassant le cap des 300 000 **DS 3** produites en France. Son attractivité se renforce avec l'accueil positif du récent lancement de la DS 3 nouvelle signature lumineuse.

Dans ce contexte, les lancements récents participent au redressement du Groupe :

- **La Peugeot 308 SW** marque déjà un très bon démarrage avec plus de 21 000 commandes depuis le début de sa commercialisation. La **Peugeot 108**, lancée le 12 juin dernier, avec un positionnement haut de gamme, suit cette tendance avec plus de 3 000 commandes sur le premier mois.
- La **Citroën C1** et la **Citroën C4 CACTUS** en cours de lancement depuis juin 2014 ont déjà reçu un très bon accueil par la Presse internationale. Citroën C1 enregistre déjà 4 500 commandes et C4 CACTUS, 7 000.

L'ensemble des efforts du Groupe pour réduire les stocks porte ses fruits, et les stocks à fin juin sont plus bas qu'attendu initialement.

PSA Peugeot Citroën leader des émissions de CO₂ en Europe avec 111,8 g de CO₂ /km

Avec une moyenne de 111,8 g de CO₂ /km à fin mai 2014, PSA Peugeot Citroën confirme sa position de leader européen en matière d'émissions de CO₂ et maintient le cap. Plus de 66% des immatriculations du Groupe sont réalisées avec des véhicules émettant moins de 111g de CO₂/km, en nette progression par rapport à 2013.

Cette réduction des émissions de CO₂ est rendue possible en développant des technologies innovantes telles que la nouvelle ligne d'échappement BlueHDi progressivement généralisée sur la gamme des véhicules diesel depuis septembre 2013. Le moteur essence 3 cylindres EB PureTech de nouvelle génération, déployé en version atmo puis turbo sur les véhicules Peugeot et Citroën a aussi permis de réduire d'environ 18% les émissions de CO₂ grâce à un rendement accru et une injection directe ultra précise pour la version turbo.

International : 585 000 unités vendues, tirées par le marché Chine/ASEAN

Chine et Asie du Sud-Est : accélération de la dynamique commerciale

Au 1^{er} semestre 2014, dans un marché en hausse de 12,8%, les ventes de PSA Peugeot Citroën en Chine progressent de 27,7% grâce aux résultats de ses deux co-entreprises, Dongfeng Peugeot Citroën Automobile (DPCA) et Changan PSA Automobile (CAPSA). Depuis mars 2014, la Chine est devenu le 1^{er} marché de PSA Peugeot Citroën dans le monde.

Au 1^{er} semestre, avec 342 900 facturations, **DPCA** enregistre une croissance de ses ventes de 24,5%. Cette progression, quasiment égale à deux fois celle du marché, permet à la co-entreprise de Dongfeng et PSA Peugeot Citroën d'afficher une part de marché en hausse de 0,4 point sur le 1^{er} semestre, à 4,2%

- Avec 183 400 facturations, les ventes de **Dongfeng Peugeot** progressent de 33%. Le démarrage de Peugeot 2008, lancée le 17 avril dernier, est extrêmement rapide avec déjà plus de 11 100 facturations à fin juin. Peugeot 3008 poursuit sa forte progression avec 33 700 facturations (+37%). Par ailleurs, Peugeot 301 confirme sa dynamique depuis son lancement avec 36 700 facturations au 1^{er} semestre, et Peugeot 308 reste un pilier des ventes avec 44 200 facturations.
- Avec 159 500 facturations, les ventes de **Dongfeng Citroën** progressent de 16%. Les ventes de la nouvelle C-Elysée sont très dynamiques avec 46 000 facturations à fin juin, tandis que C4L enregistre sur le semestre 35 000 ventes (+75%).
- **CAPSA**, la co-entreprise entre Changan et PSA Peugeot Citroën enregistre plus de 10 000 facturations pour son premier semestre de plein exercice, grâce notamment à la performance de deux modèles, la DS 5 et la DS 5LS, produites dans l'usine de Shenzhen et lancés respectivement en septembre 2013 et en mars 2014.

En ASEAN, les facturations de la marque Peugeot sont en progression de 18% et atteignent 3 450 véhicules. La Malaisie réalise une forte performance avec près de 3 300 immatriculations (en hausse de 20%). Peugeot est aussi à l'offensive au Vietnam avec les premières livraisons à clients des Peugeot 408 assemblées localement.

Amérique Latine : priorité au redressement et à la rentabilité des opérations

En Amérique latine, sur un marché en recul de 9,2%, les ventes du Groupe sont en recul de 26,8% à 107 000 unités. La part de marché s'établit à 4,6%. Cette situation reflète la baisse des marchés automobiles, principalement en Argentine où le Groupe reste parmi les leaders avec une part de marché en augmentation de 15,2% à 15,5%, ainsi que les effets négatifs de l'évolution des devises locales.

Au Brésil, les ventes du Groupe ont diminué de 22,1% dans un marché en baisse et très concurrentiel.

En Argentine, les ventes du Groupe sont en baisse de 33,8% alors que le marché fait face à la dévaluation du peso, une nouvelle taxe sur les modèles «de luxe» et de fortes restrictions sur les véhicules d'importation - y compris ceux du Brésil, où PSA Peugeot Citroën produit ses modèles phares du segment B pour l'Argentine (Peugeot 208, les Citroën C3, C3 Picasso et C3 Aircross).

Sur cette zone, le Groupe met en place les conditions d'une croissance rentable dans le cadre du plan stratégique « Back In the Race ». Les marques Peugeot, Citroën et DS se sont concentrées sur les produits les plus rentables et ont amélioré leurs positionnements produit/prix. La priorité est au redressement et à la rentabilité des opérations.

Eurasie : mise en place du plan de redressement commercial

En Russie, dans un marché en baisse de 7,8%, exposé à la pression d'un environnement macro-économique défavorable, la part de marché du Groupe est de 1,9%. Les ventes du Groupe s'établissent à 23 400 unités en baisse de 25,8%.

La performance du Groupe en Eurasie a également été fortement affectée par la détérioration des taux de change et la chute du marché ukrainien.

Comme annoncé dans le plan stratégique «Back in the Race», PSA Peugeot Citroën se concentre notamment sur la réorganisation de ses structures, sur l'étendue de ses gammes commerciales, sur le nécessaire développement de l'intégration locale afin de se mettre en situation d'une croissance rentable.

Inde – Pacifique : des perspectives de développement encourageantes

Dans un marché stable, représentant un potentiel de développement important pour le Groupe, les ventes du Groupe s'établissent à 9 600 unités.

- Au Japon, le marché des véhicules importés est en hausse de 8% sur le semestre malgré une tendance baissière depuis l'augmentation du taux de TVA en avril. Les facturations Peugeot sont en hausse de 10%, soutenues par la Peugeot 2008 qui a été très bien accueillie par les clients depuis son lancement en février. Elle enregistre plus de 600 ventes.
- En Corée, dans un marché stable, la marque Citroën nouvellement implantée est à la conquête avec un excellent accueil du C4 Picasso. Peugeot est en progression de 20% et le lancement fin juin de la nouvelle Peugeot 308 devrait porter ses fruits au second semestre.
- Au 2nd semestre, le lancement de la nouvelle Peugeot 308 en Australie et en Nouvelle Zélande et celui des VUL en Nouvelle-Zélande devrait avoir un impact positif sur les résultats du Groupe dans la région.

Afrique et Moyen-Orient : des marchés fortement pénalisés par les taux de change, mais de fort potentiel de développement

Dans un marché en recul de 2,1% et affecté par le renforcement de l'euro, les ventes du Groupe baissent de 37,2% à 81 600 véhicules. Après plusieurs années de croissance, les marchés algérien et turc notamment connaissent un

fort repli. Dans ce contexte le Groupe reste très présent, Peugeot est ainsi n°2 en Algérie, et travaille au développement et au déploiement de ses marques.

En Iran, le Groupe poursuit ses discussions pour envisager de reprendre des activités quand les conditions le permettront.

Avec la signature d'un accord avec la PAN Nigeria Limited, le Groupe renforce sa présence au Nigéria où la Peugeot 301 sera assemblée et commercialisée dès le courant du 2nd semestre 2014. Par la suite, la Peugeot 508 et la Peugeot 308 compléteront l'offre du Groupe au Nigéria.

Perspectives commerciales pour le 2nd semestre 2014

Au 2nd semestre, PSA Peugeot Citroën poursuivra la différenciation de ses trois marques Peugeot, Citroën et DS ainsi que le développement de son plan produit mondial plus ciblé pour assurer une meilleure couverture de marché.

Le rythme plus concentré de nouveaux lancements devrait permettre aux marques Peugeot, Citroën et DS d'améliorer leur positionnement prix. Les tout récents lancements de Peugeot 108, Citroën C1, Citroën C4 CACTUS, et ceux à venir avec la nouvelle Peugeot 508 en Europe et le SUV Premium DS 6WR ainsi que la nouvelle Peugeot 408 en Chine devraient conforter cette stratégie et renforcer la performance commerciale des marques dans le monde.

Sur l'année, le marché en Chine devrait poursuivre sa croissance d'environ 10%, le marché en Europe d'environ +3%. Les marchés en Amérique latine et en Russie devraient être en baisse respectivement de -7% et -10%.

A l'occasion de la publication des résultats commerciaux du 1^{er} semestre 2014, Carlos Tavares, Président du Directoire, déclare : *« A l'issue de ce premier semestre, je suis heureux de voir le Groupe renouer avec la dynamique commerciale. Notre plan stratégique « Back in the Race » produit ses premiers résultats et la hausse de nos ventes mondiales de 5,5% est là pour le prouver. Mais restons concentrés sur l'exécution de notre feuille de route : l'environnement extérieur est toujours instable en particulier en Europe, en Amérique latine et Russie. »*

Ventes Mondiales VM et ED par Régions

REGION PSA MARQUE			06 mois 12	06 mois 13	06 mois 14		
			Volume	Volume	Volume	%	%Var
VM	China & SE Asia	AP	107 139	142 987	189 108	12,27%	32,26%
		AC	105 743	137 868	160 315	10,40%	16,28%
		DS	192	957	10 482	0,68%	++
		PSA	213 074	281 812	359 905	23,35%	27,71%
	Eurasia	AP	25 569	20 246	15 229	0,99%	-24,78%
		AC	18 065	15 740	11 329	0,74%	-28,02%
		DS	1 518	907	570	0,04%	-37,16%
		PSA	45 152	36 893	27 128	1,76%	-26,47%
	Europe	AP	525 356	460 031	521 986	33,87%	13,47%
		AC	393 920	332 113	383 801	24,90%	15,56%
		DS	61 445	63 374	50 056	3,25%	-21,01%
		PSA	980 721	855 518	955 843	62,02%	11,73%
	India & Pacific	AP	8 121	6 971	6 965	0,45%	-0,09%
		AC	2 340	1 519	1 759	0,11%	15,80%
		DS	1 463	1 476	857	0,06%	-41,94%
		PSA	11 924	9 966	9 581	0,62%	-3,86%
	Latam	AP	76 177	87 313	64 454	4,18%	-26,18%
		AC	43 806	56 155	41 478	2,69%	-26,14%
		DS	1 487	2 368	856	0,06%	-63,85%
		PSA	121 470	145 836	106 788	6,93%	-26,78%
	MEAF	AP	69 763	90 012	55 625	3,61%	-38,20%
		AC	32 150	38 576	25 053	1,63%	-35,06%
		DS	2 009	1 466	968	0,06%	-33,97%
		PSA	103 922	130 054	81 646	5,30%	-37,22%
	Total	AP	812 125	807 560	853 367	55,37%	5,67%
		AC	596 024	581 971	623 735	40,47%	7,18%
		DS	68 114	70 548	63 789	4,14%	-9,58%
		PSA	1 476 263	1 460 079	1 540 891	99,99%	5,53%
ED	China & SE Asia	AP	1 344	587	192	0,01%	-67,29%
		PSA	1 344	587	192	0,01%	-67,29%
	MEAF	AP	141 769				
		PSA	141 769				
	Total	AP	143 113	587	192	0,01%	-67,29%
		PSA	143 113	587	192	0,01%	-67,29%
VM + ED		AP	955 238	808 147	853 559	55,39%	5,62%
		AC	596 024	581 971	623 735	40,47%	7,18%
		DS	68 114	70 548	63 789	4,14%	-9,58%
		PSA	1 619 376	1 460 666	1 541 083	100,00%	5,51%

A propos de PSA Peugeot Citroën

Fort de trois marques de renommée mondiale, Peugeot, Citroën et DS, le Groupe a vendu 2,8 millions de véhicules dans le monde en 2013, dont 42% hors d'Europe. Deuxième constructeur automobile européen, il a réalisé un chiffre d'affaires de 54 milliards d'euros en 2013. Il s'affirme comme leader européen en termes d'émissions de CO₂, avec une moyenne de 115,9 grammes de CO₂/km en 2013. PSA Peugeot Citroën est présent dans 160 pays. Ses activités s'étendent aussi au financement (Banque PSA Finance) et à l'équipement automobile (Faurecia).
 Pour plus d'informations, aller sur psa-peugeot-citroen.com

Contacts :

Relations Presse		Relations Investisseurs	
Jean-Baptiste Thomas jean-baptiste.thomas@mpsa.com	+33 1 40 66 47 59	Carole Dupont-Pietri carole.dupont-pietri@mpsa.com	+33 1 40 66 42 59
Pierre-Olivier Salmon pierreolivier.salmon@mpsa.com	+33 1 40 66 49 94	Anne-Laure Descleves annelaure.descleves@mpsa.com	+33 1 40 66 43 65
Caroline Brugier-Corbière caroline.brugier-corbiere@mpsa.com	+33 1 40 66 58 54	Karine Douet karine.douet@mpsa.com	+33 1 40 66 57 45