

Paris, le 10 juillet 2015

**Progression des ventes mondiales de PSA Peugeot Citroën :
+ 0,4% au 1^{er} semestre 2015, à 1 547 000 unités**

- **Ventes mondiales à 1 547 000 unités, en hausse de 0,4%¹**
- **Progression des ventes en Europe, en Chine, dans la région Moyen-Orient-Afrique qui devient le 3^{ème} pilier du développement du Groupe, et en Inde Pacifique**
- **Le positionnement des marques s'affirme :**
 - **succès mondial de la PEUGEOT 308, n°1 des ventes de la Marque**
 - **pari réussi pour la CITROËN C4 Cactus avec 90 000 ventes depuis son lancement il y a un an et 35 distinctions reçues à travers le monde**
 - **la Marque premium DS poursuit son développement avec le lancement de la nouvelle DS 5**
- **Renforcement du leadership européen du Groupe dans la réduction des émissions avec une moyenne de 106,9 g de CO₂/km sur les 5 premiers mois de l'année, grâce notamment au succès commercial et à la performance de sa gamme essence 3 cylindres.**

En Europe, les ventes du Groupe s'établissent à 984 000 véhicules, en hausse de 2,9 % par rapport au 1^{er} semestre 2014.

Les ventes de **PEUGEOT** progressent de 6,7% notamment grâce à l'excellente performance de la PEUGEOT 308, numéro 3 des ventes du segment C (berlines et breaks) en Europe et leader du segment en France. Sur le segment B-SUV, la PEUGEOT 2008 maintient son 2^{ème} rang en Europe avec 57% des ventes réalisées sur les deux plus hauts niveaux de finition.

Les immatriculations de **CITROËN** progressent de 2,8 %. La Marque tire profit de son repositionnement initié il y a un an, de sa politique commerciale vertueuse et du succès de ses dernières nouveautés VP. La CITROËN C4 Cactus, saluée par la critique internationale avec notamment le trophée « World Car Design of the Year » remis en avril dernier à New York, enregistre plus de 43 000 ventes sur le semestre. La nouvelle C1 enregistre quant à elle 32 000 ventes sur le semestre, soit une progression de 54 % par rapport à sa devancière.

DS enregistre 40 700 ventes avec une progression de 14,8% entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2015, marqué par le lancement de la nouvelle DS 5. La Marque poursuit sa stratégie de positionnement premium sur le long terme et fête les 60 ans de la DS d'origine en lançant l'édition limitée '1955' sur l'ensemble des modèles de la gamme.

Ce 1^{er} semestre 2015 est par ailleurs marqué par l'ouverture de nouveaux DS STORE dont les derniers en date sont Paris, Genève, Luxembourg et Milan. Aujourd'hui le réseau DS compte 9 DS STORE et 65 SALON DS.

¹ Détail par région en annexe

En Chine et Asie du Sud-Est, les ventes de PSA Peugeot Citroën s'établissent à 368 000 véhicules, en progression de 2,2 % par rapport au 1^{er} semestre 2014.

Avec 11,1% de croissance en Chine, **PEUGEOT** s'affirme pour la 2^{ème} année consécutive parmi les marques internationales qui progressent le plus sur le marché : les SUV 2008 et 3008 enregistrent une progression de 34%, la nouvelle berline 408 réalise un excellent démarrage (+68% vs. ancienne 408), épaulée par la 308 S lancée en avril.

En Chine, les ventes de **CITROËN** reculent de 6,7% par rapport au 1^{er} semestre 2014, impactées notamment par l'arrêt de versions à faible marge telle que l'ancienne C-Elysée, et par la contraction du segment des berlines tri-corps, sur lequel la Marque réalisait la totalité de ses ventes jusqu'au lancement réussi du SUV C3-XR en décembre 2014 (près de 30 000 ventes). La CITROËN C-Elysée demeure le best-seller de la Marque avec plus de 46 000 ventes sur le semestre.

DS enregistre, en Chine, une progression de 4% de ses ventes grâce notamment au succès de la DS 6. Dans le même temps, la Marque poursuit le développement de son réseau de distribution et couvre ainsi les 60 villes les plus importantes avec 84 DS STORE. Aujourd'hui, la Chine représente 20% des ventes mondiales de la Marque.

Afrique et Moyen-Orient : un levier d'internationalisation rentable du plan Back in the Race

L'Afrique et le Moyen-Orient sont des marchés historiques pour le Groupe, qui consolide au premier semestre les positions fortes qu'il occupe sur plusieurs marchés, 1^{er} en Tunisie, 2^{ème} au Maroc et 3^{ème} en Algérie.

PEUGEOT, avec 61 700 ventes au 1^{er} semestre, progresse de 11% par rapport à 2014. La Marque a tiré profit de la reprise du marché turc où elle gagne 0,6 point de part de marché. En Algérie, **PEUGEOT** améliore aussi sa part de marché en passant de 10.8% à 13%, et consolide sa position de numéro 3 dans le marché.

CITROËN, avec 38 300 ventes, progresse de 53% en gagnant des positions sur 2 marchés majeurs de la zone, la Turquie et l'Algérie (+1 point et +0,5 point respectivement), grâce notamment au succès de la CITROËN C-Elysée, best-seller de la Marque dans ces 2 pays.

En **Amérique Latine et en Eurasie**, les marchés sont en récession et **PEUGEOT** et **CITROËN** ont mis l'accent sur le pilotage des marges, en se concentrant sur les véhicules les plus rentables et ceux fabriqués localement. Au Mexique, les ventes de **PEUGEOT** progressent de 19,6% grâce au succès des **PEUGEOT 301** et **PARTNER** et au lancement récent de la nouvelle 308.

En **Inde et Pacifique**, les ventes de **PEUGEOT** progressent fortement, notamment en Corée (+132%), tirées par la **PEUGEOT 2008**. **CITROËN** enregistre également une forte croissance, notamment au Japon, avec des livraisons en hausse de 67%, grâce au succès du Grand C4 Picasso.

S'exprimant sur les résultats commerciaux du 1^{er} semestre 2015,

Maxime Picat, directeur général de la marque **PEUGEOT** : « Avec des ventes mondiales en hausse de 3,9%, portées par le plein succès de la 308 et l'apport des technologies « best in class », la Marque PEUGEOT affirme son fort pouvoir d'attractivité et porte un message de confiance pour l'avenir. »

Linda Jackson, directrice générale de la marque **CITROËN** : « Au 1^{er} semestre, CITROËN garde le cap, avec une hausse de ses volumes en Europe, portée par le succès des derniers lancements. En Chine, notre SUV lancé fin décembre, le CITROËN C3-XR, réalise lui aussi un excellent démarrage. Partout dans le monde, nous poursuivons le déploiement de notre repositionnement initié il y a tout juste un an et illustré en avril par notre concept CITROËN AIRCROSS. Un concept qui démontre notre capacité à bousculer les codes sur tous les segments ! »

Yves Bonnefont, directeur général de la marque **DS** : « Nous poursuivons le lancement de la Marque DS à l'échelle mondiale avec la nouvelle DS 5, de nouvelles motorisations sur DS 4 et DS 3 et de nouveaux services connectés sur l'ensemble de la gamme. Ces lancements renforcent notre offre et affirment le positionnement de la Marque dont la vocation est d'allier technologie et raffinement. Enfin, DS a ouvert au premier semestre des DS stores dans plusieurs capitales mondiales comme Genève, Milan ou Paris. »

A propos de PSA Peugeot Citroën

Fort de trois marques de renommée mondiale, Peugeot, Citroën et DS, le Groupe a vendu 3 millions de véhicules dans le monde en 2014. Deuxième constructeur automobile européen, il a réalisé un chiffre d'affaires de 54 milliards d'euros en 2014. Il s'affirme comme leader européen en termes d'émissions de CO₂, avec une moyenne de 110,3 grammes de CO₂/km en 2014. 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 www.psa-peugeot-citroen.com

Contacts :

Relations Presse		Relations Investisseurs	
Jean-Baptiste Thomas jean-baptiste.thomas@mpsa.com	+33 6 78 15 84 59	Frédéric Brunet frederic.brunet@mpsa.com	+33 1 40 66 42 59
Pierre-Olivier Salmon pierreolivier.salmon@mpsa.com	+33 6 76 86 45 48	Karine Douet karine.douet@mpsa.com	+33 1 40 66 57 45
Alain Le Gouguec alain.legouguec@mpsa.com	+33 6 42 59 27 84	Magalie Durreche magalie.durreche@mpsa.com	+33 1 40 66 48 27

Peugeot	Hugues Nouvel de la Fleche Hugues.nouveldefleche@peugeot.com	+33 6 12 08 06 44
Citroën	Estelle Rouvrais estelle.rouvrais@citroen.com	+33 6 16 23 01 63
DS	Marie Guidolin marie.guidolin@driveDS.com	+ 33 6 88 21 65 70

Ventes Mondiales VM et ED par Régions

REGION PSA		MARQUE	06 mois 13	06 mois 14	06 mois 15		
			Volume	Volume	Volume	%	%Var
VM	China & SE Asia	AP	142 987	189 108	207 156	13,39%	9,54%
		AC	137 868	160 315	149 784	9,68%	-6,57%
		DS	957	10 482	10 774	0,70%	2,79%
		PSA	281 812	359 905	367 714	23,77%	2,17%
	Eurasia	AP	20 246	15 229	2 816	0,18%	-81,51%
		AC	15 740	11 329	2 299	0,15%	-79,71%
		DS	907	570	41	0,00%	-92,81%
		PSA	36 893	27 128	5 156	0,33%	-80,99%
	Europe	AP	460 031	521 986	557 187	36,02%	6,74%
		AC	332 113	383 801	385 703	24,93%	0,50%
		DS	63 374	50 056	40 654	2,63%	-18,78%
		PSA	855 518	955 843	983 544	63,58%	2,90%
	India & Pacific	AP	6 971	6 965	10 465	0,68%	50,25%
		AC	1 519	1 759	2 022	0,13%	14,95%
		DS	1 476	857	524	0,03%	-38,86%
		PSA	9 966	9 581	13 011	0,84%	35,80%
	Latam	AP	87 313	64 454	46 985	3,04%	-27,10%
		AC	56 155	41 478	28 635	1,85%	-30,96%
		DS	2 368	856	659	0,04%	-23,01%
		PSA	145 836	106 788	76 279	4,93%	-28,57%
	MEAF	AP	90 012	55 625	61 700	3,99%	10,92%
		AC	38 576	25 053	38 360	2,48%	53,12%
		DS	1 466	968	796	0,05%	-17,77%
		PSA	130 054	81 646	100 856	6,52%	23,53%
	Total	AP	807 560	853 367	886 309	57,30%	3,86%
		AC	581 971	623 735	606 803	39,23%	-2,71%
		DS	70 548	63 789	53 448	3,46%	-16,21%
		PSA	1 460 079	1 540 891	1 546 560	99,98%	0,37%
ED	China & SE Asia	AP	587	192	329	0,02%	71,35%
		PSA	587	192	329	0,02%	71,35%
	Total	AP	587	192	329	0,02%	71,35%
		PSA	587	192	329	0,02%	71,35%
VM + ED		AP	808 147	853 559	886 638	57,32%	3,88%
		AC	581 971	623 735	606 803	39,23%	-2,71%
		DS	70 548	63 789	53 448	3,46%	-16,21%
		PSA	1 460 666	1 541 083	1 546 889	100,00%	0,38%