

Paris, 11 janvier 2017

Les ventes du Groupe PSA progressent pour la 3^{ème} année consécutive

- En 2016, progression des ventes de 5,8 %, à 3 146 000 unités¹.
- L'offensive produit du plan Push to Pass est lancée pour les marques PEUGEOT et CITROËN.
- Lancements commerciaux réussis pour les nouveaux SUV PEUGEOT 3008, Expert et Traveller, la nouvelle CITROËN C3, les nouveaux Jumpy et SpaceTourer.
- DS Automobiles consolide ses bases de marque premium.

Dans le cadre de l'exécution de son plan stratégique de croissance rentable « Push to Pass », le Groupe PSA a lancé en 2016 le début d'une offensive produit mondiale qui prévoit 121 lancements régionaux d'ici 2021.

Tous les produits lancés sont des succès commerciaux sur leurs segments de marché :

Parfaite illustration du dynamisme de la marque PEUGEOT qui progresse de 12,3 % en 2016, **le nouveau SUV PEUGEOT 3008** totalise plus de 60 000 commandes en seulement trois mois et dépasse de 70 % ses objectifs de commande 2016 fixés avant le lancement. Lancé dans une trentaine de pays, le déploiement dans toutes les régions se poursuit sur le 1^{er} trimestre 2017. En France, il est déjà leader du segment C-SUV sur les trois derniers mois de l'année. Le nouveau SUV PEUGEOT 3008 illustre parfaitement la montée en gamme de la marque PEUGEOT, avec 86% des commandes réalisées sur les niveaux de finition supérieurs, Allure, GT-Line et GT. PEUGEOT poursuit son internationalisation avec 43% de ses ventes mondiales réalisées hors Europe, en hausse de 4 points par rapport à 2015.

Le **nouveau SUV PEUGEOT 4008** lancé en novembre 2016 en Chine et fabriqué dans la nouvelle usine de Chengdu dédiée aux SUV, atteint 120 % de ses objectifs. Il a déjà enregistré 11 500 commandes dont plus de 40 % sur les finitions haut de gamme en moins de six semaines de commercialisation.

La nouvelle CITROËN C3, avec déjà près de 40 000 ventes depuis son lancement en novembre, permet aux ventes de C3 d'enregistrer un bond de 63 % au 4^{ème} trimestre avec un mix commande très élevé de près de 50 % sur le plus haut niveau de finition et de 75 % sur les versions bi-ton. Ces choix font parfaitement écho aux valeurs de différenciation et de bien-être au cœur du positionnement de CITROËN.

¹ Dont 233 000 véhicules produits en Iran sous licence Peugeot en 2016

Avec une gamme renouvelée en 12 mois, la marque DS s'installe progressivement dans le segment premium. **DS 3** se place dans le top 3 des meilleures ventes des citadines berlines premium en Europe, **DS 4 Crossback**, le baroudeur chic, représente 34 % des ventes du duo DS 4 & DS 4 Crossback, et 81 % des ventes de **DS 5** sont des versions haut de gamme.

Le Groupe étend par ailleurs son offensive produit sur le segment des véhicules utilitaires, avec le lancement de **7 nouvelles versions des PEUGEOT Expert et CITROËN Jumpy** en 2016 dont le lancement des versions VP **PEUGEOT Traveller et CITROËN SpaceTourer**.

En Europe, les ventes du Groupe représentent 1 930 000 véhicules et progressent de 3,6 % en 2016. La marque PEUGEOT, avec une progression de ses ventes de 4,4 %, soutient cette croissance, grâce notamment au nouveau SUV PEUGEOT 2008 (+ 16 % et 184 200 ventes), qui occupe la 2^{ème} position de son segment, PEUGEOT Partner (+ 8 % et 114 200 ventes) et PEUGEOT 208, best-seller de la marque, portée par le succès de sa mi-vie (+ 8 % et 274 000 ventes). Même constat pour CITROËN qui, avec une croissance de 4,3 %, enregistre son meilleur volume de ventes depuis cinq ans (762 000 unités). Outre les lancements initiés en cours d'année (E-Mehari, nouveau Jumpy, SpaceTourer, nouvelle C3), la dynamique de la marque est notamment soutenue par C4 Picasso, référence des monospaces renouvelée en septembre (109 000 ventes) mais aussi par le succès confirmé de Berlingo VU, 2^{ème} fourgonnette la plus vendue en Europe. La marque DS poursuit le développement de son réseau dédié avec 112 DS Stores et DS Salons ainsi que le premier DS Urban Store, situé au cœur du prestigieux centre commercial de Westfield à Londres, inauguré le 1^{er} décembre 2016.

En Chine et Asie du Sud-Est, dans un contexte concurrentiel intense, le Groupe réalise 618 000 ventes. En décembre DONGFENG PEUGEOT réalise sa meilleure performance mensuelle historique en Chine avec 43 800 livraisons à clients grâce notamment au succès du SUV PEUGEOT 4008.

Le SUV CITROËN C3-XR confirme son succès avec plus de 73 000 ventes, en croissance de 10,5 %, ce qui en fait la 2^{ème} meilleure vente de DONGFENG CITROËN après la C-Elysée (87 000 ventes). La nouvelle grande berline CITROËN C6 lancée en fin d'année enregistre déjà 4 000 commandes dont près de 75% de motorisations et finitions haut de gamme.

Avec 109 DS Stores, la Chine est le 2^{ème} marché pour la marque DS qui y réalise une vente sur cinq, dont 60 % des volumes avec le SUV DS 6.

Sur les marchés de l'Asie du Sud-Est en forte croissance, la marque PEUGEOT enregistre une progression de 72 % aux Philippines et de 40 % à Singapour. La marque CITROËN poursuit sa progression en Asie du Sud-Est, notamment à Singapour avec le succès du C4 Picasso.

Dans la région Moyen-Orient et Afrique, le Groupe PSA double ses ventes en 2016 avec 383 500 véhicules². En moins d'un an, le Groupe a concrétisé son retour en Iran avec la signature de deux accords de joint-ventures : PEUGEOT avec Iran Khodro, partenaire

² Dont 233 000 véhicules produits en Iran sous licence Peugeot en 2016

historique de la marque, et CITROËN avec SAIPA. Lancée début 2016 en partenariat avec le Groupe iranien Arian Motor, DS a ouvert son premier DS Store à Téhéran et commercialise DS 5, DS 5LS et DS 6.

En Amérique Latine, les ventes du Groupe sont en croissance de 17,1 %, avec 183 900 véhicules. Les parts de marché du Groupe augmentent en Argentine (+ 1,6 point) et au Chili (+ 1,3 point) où les ventes progressent de 32 %. Avec une hausse globale de 23,6 %, les ventes PEUGEOT progressent de façon spectaculaire, en particulier en Argentine (+ 39 %), avec notamment le succès, dès son lancement, du SUV PEUGEOT 2008 (près de 10 000 ventes), au Chili (+ 32 %) et au Brésil (+ 7 %). De son côté, CITROËN affiche une croissance de 6,3 %, notamment portée par le C3 Aircross (+ 78 %). DS se place 4^{ème} sur le marché automobile premium argentin.

En Eurasie, le contexte économique est toujours fortement dégradé, notamment en Russie, et les ventes du Groupe PSA reculent de 12,6 %, à 10 500 ventes dans un marché en recul de 12,5 %. En Ukraine, dans un marché dynamique (+ 37,4 %), le Groupe enregistre une croissance de 43 % de ses ventes. Le Groupe a étendu sa présence géographique dans la région avec le lancement des opérations commerciales de ses trois marques en Géorgie.

Sur la région Inde et Pacifique, au Japon, après avoir progressé de 3,3 % en 2015, le Groupe accélère en 2016 avec une croissance de 20,6 % réalisant ainsi son meilleur résultat depuis 2007. La marque PEUGEOT contribue largement à cette performance (+ 27 %) portée notamment par les excellents résultats des SUV PEUGEOT 2008 (+ 63 %), 208 (+ 46 %) et 308 (+ 24 %). L'introduction de la technologie BlueHDi en juillet a permis de compléter l'offre énergétique et aura partiellement contribué à soutenir cette croissance. CITROËN affiche sur l'ensemble de la région une progression de ses ventes de 7,5 %, notamment grâce au lancement de la C4 Cactus en fin d'année au Japon et en Corée du Sud. Lancée officiellement fin 2015 au Japon, les ventes de la marque DS progressent de 30 % sous l'effet d'opérations majeures comme la première DS WEEK à Tokyo et le lancement de plusieurs éditions limitées.

Carlos Tavares, Président du Directoire : « *La progression de nos ventes pour la 3^{ème} année consécutive, alors que l'offensive produit de notre plan Push to Pass en est à ses débuts, démontre la pertinence de notre Core Model Strategy. Le succès de nos derniers lancements est la preuve que la croissance créatrice de valeur est le fruit de l'excellence de nos produits et d'une politique commerciale vertueuse.* »

Contact Presse : Alain Le Gouguec - +33 1 40 66 58 54 - alain.legouguec@mpsa.com

A propos du Groupe PSA

Le Groupe PSA a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 54 milliards d'euros. Il conçoit des expériences automobiles uniques et apporte des solutions de mobilité, en offrant à chacun liberté et plaisir à travers le monde. Avec les modèles de ses trois marques, Peugeot, Citroën et DS, mais aussi avec une offre large de services connectés et de mobilité avec la marque Free2Move, il répond aux nouveaux usages de l'automobile. Il est leader européen en termes d'émissions de CO₂, avec une moyenne de 104,4 grammes de CO₂/km en 2015, et l'un des pionniers de la voiture autonome et du véhicule connecté, avec une flotte d'1,8 million de véhicules dans le monde. Ses activités s'étendent également au financement avec Banque PSA Finance et à l'équipement automobile avec Faurecia. Plus d'informations sur groupe-psa.com/fr

Ventes Mondiales Consolidées par Régions*

unités		2015	2016	%Var
Chine et Asie du Sud Est	Peugeot	412 271	351 904	-14,64%
	Citroën	302 198	250 297	-17,17%
	DS	21 479	16 151	-24,81%
	PSA	735 948	618 352	-15,98%
Eurasie	Peugeot	6 538	5 626	-13,95%
	Citroën	5 374	4 758	-11,46%
	DS	88	106	20,45%
	PSA	12 000	10 490	-12,58%
Europe	Peugeot	1 056 103	1 102 230	4,37%
	Citroën	731 141	762 576	4,30%
	DS	76 733	65 452	-14,70%
	PSA	1 863 977	1 930 258	3,56%
Inde et Pacifique	Peugeot	18 457	13 977	-24,27%
	Citroën	4 143	4 452	7,46%
	DS	1 189	1 457	22,54%
	PSA	23 789	19 886	-16,41%
Amérique Latine	Peugeot	99 261	122 639	23,55%
	Citroën	56 613	60 196	6,33%
	DS	1 204	1 072	-10,96%
	PSA	157 078	183 907	17,08%
Moyen-Orient et Afrique **	Peugeot	117 093	323 084	175,92%
	Citroën	61 472	58 662	-4,57%
	DS	1 642	1 743	6,15%
	PSA	180 207	383 489	112,80%
Total	Peugeot	1 709 723	1 919 460	12,27%
	Citroën	1 160 941	1 140 941	-1,72%
	DS	102 335	85 981	-15,98%
	PSA	2 972 999	3 146 382	5,83%

* y compris Eléments Détachés

** dont 233 000 véhicules produits en Iran sous licence Peugeot en 2016