

Rueil-Malmaison, le 16 janvier 2020

3,5 millions de véhicules vendus dans le monde en 2019

- **Electrification des gammes en cours** : 10¹ nouveaux modèles lancés, première étape vers une offre 100 % électrifiée d'ici 2025
- **Solide position en Europe** : 16,8 % de part de marché
- **Des activités internationales concentrées sur la croissance rentable et le développement de l'outil industriel**

« Dans toutes nos régions, nos équipes sont complètement mobilisées sur la performance, les ventes rentables et la satisfaction de nos clients, dans un environnement en pleine mutation. Cet engagement est porté par la 'Core Model Strategy' et la 'Core Technology' du Groupe PSA, et vient, à long terme, renforcer notre ambition de fournir des solutions de mobilité propres, sûres et abordables pour les personnes et les biens, afin de lutter contre les effets du réchauffement climatique », déclare Carlos Tavares, président du Directoire du Groupe PSA.

Devenir un acteur majeur de la mobilité électrifiée

Le Groupe PSA a déjà lancé 10 nouveaux modèles hybrides rechargeables ou tout électriques, en ligne avec son objectif d'offrir une gamme 100 % électrifiée² à partir de 2025, et 50% d'ici fin 2021, avec 13 modèles complémentaires.

Depuis 2019, tous les nouveaux modèles lancés par le Groupe sont proposés en version hybride rechargeable ou entièrement électrique. Les commandes de véhicules à faibles émissions sont encourageantes et conformes aux objectifs du Groupe de répondre, dès le premier jour, aux exigences des normes européennes 2020 en matière d'émissions de CO₂.

L'entreprise mobilise toute son expertise et travaille avec ses partenaires et concessionnaires pour satisfaire les attentes des clients grâce à une gamme compétitive et à des services de référence, simples et répondant aux besoins de tous les jours.

Ventes en hausse pour les VUL

Le Groupe PSA propose depuis toujours des produits *best in class* répondant à tous les besoins de ses clients. En 2019, le Groupe a vendu 765 000 véhicules (554 000 VUL et 211 000 dérivés VP). Il consolide ainsi sa position en Europe, où sa part de marché atteint 25,1 %³, grâce notamment au renouvellement réussi de ses fourgonnettes et fourgons compacts au cours des trois dernières années.

Une version entièrement électrique des Peugeot Expert, Citroën Jumpy et Opel Vivaro sera disponible dès 2020 et toute la gamme VUL (ainsi que les équivalents véhicules particuliers) sera électrifiée d'ici 2021.

¹Quatre BEV : DS 3 CROSSBACK E-TENSE, Peugeot e-208 et e-2008, Opel Corsa-e et six PHEV : Peugeot 3008 HYBRID, 508 HYBRID et 508 SW HYBRID, Citroën C5 Aircross Hybrid, Opel Grandland X Hybrid4, DS 7 CROSSBACK E-TENSE 4x4

BEV = Battery Electric Vehicle et PHEV = Plug in Hybrid Vehicle

² Modèles entièrement électriques ou hybrides rechargeables

³ Part de marché des VUL, hors versions VP

Le Groupe se développe à un rythme soutenu en Amérique latine, où il a lancé une gamme complète de produits et de services VUL, ainsi qu'en Eurasie, avec les modèles de fourgons compacts de Peugeot, Citroën et Opel.

Europe : concentré sur la performance

Appliquant une stricte discipline pour atteindre ses objectifs en matière d'émissions de CO₂, le Groupe est parvenu à maintenir sa position avec une part de marché à 16,8 % sur un marché en légère hausse (+1,3 %). Le Groupe progresse sur les principaux marchés, notamment en Italie (+0,5 point) et en Espagne (+0,2 point), est resté stable en France et au Royaume-Uni, et a légèrement reculé en Allemagne (-0,6 point).

2019 est une année de consolidation pour Peugeot. La marque a entièrement renouvelé son offre sur le segment B pour soutenir sa croissance en 2020. La nouvelle gamme électrifiée, portée par les Peugeot e-208 et e-2008 ainsi que par les versions hybride rechargeable des Peugeot 3008 Hybrid et 508 Hybrid (berline et SW), est disponible pour nos clients B2B et B2C, et affiche des émissions de CO₂ parmi les plus faibles du marché.

Citroën a connu la plus forte croissance parmi les 12 marques les plus vendues en Europe et a vu sa part de marché augmenter sur les principaux pays. Sa performance est notamment portée par le SUV C5 Aircross, lancé en janvier 2019, qui sera disponible en version hybride rechargeable en 2020.

Les ventes de DS Automobiles ont fortement augmenté, surtout au second semestre (+56 %), tirées par le succès de la nouvelle gamme. En France, premier marché de la marque, DS 7 CROSSBACK et DS 3 CROSSBACK occupent des positions solides. La performance de la marque profite par ailleurs du développement du réseau exclusif DS, qui compte 356 points de vente à ce jour.

Opel/Vauxhall a concentré sa stratégie sur les canaux de vente et les segments rentables. Grâce à la mise en œuvre systématique de la « *Core Model Strategy* », Opel/Vauxhall a avancé vers la réalisation de ses objectifs ambitieux en matière d'émissions de CO₂. Les SUV Grandland X et Crossland X ont connu une croissance remarquable de leurs ventes (+29 % et +28 % respectivement), tout comme les modèles VUL (+20 %).

Moyen-Orient - Afrique : part de marché en hausse sur les principaux marchés

La part de marché du Groupe a progressé de + 0,4 pt dans la région, avec des immatriculations en hausse de 9 100 véhicules par rapport à 2018 malgré des marchés qui reculent de 100 000 unités⁴. De fortes percées sont réalisées en Turquie (+2,1 pts), en Egypte (+6,1 pts) et au Maroc (+2,1 pts). La performance régionale de l'année 2019 par rapport à 2018 reste toutefois impactée par la suspension des activités en Iran (mai 2018)⁵.

La production a démarré à l'usine de Kenitra, au Maroc, à la mi-septembre 2019. Sa capacité de production sera doublée, pour atteindre 200 000 véhicules dès mi-2020.

Chine et Asie du Sud-Est : transformation en cours du business model

DPCA a fixé ses priorités dans son plan stratégique à horizon six ans, présenté en septembre dernier, reposant sur des ventes rentables, l'abaissement du point mort et l'augmentation progressive des volumes des marques Peugeot et Citroën. La marque DS reste pleinement engagée sur le marché chinois et finalise un nouveau plan stratégique. La vente des actions du Groupe PSA dans la coentreprise CAPSA s'inscrit dans ce cadre. L'année qui débute sera

⁴ Hors Iran. Estimation au 16 janvier

⁵ Les ventes de véhicules fabriqués en Iran ne sont plus comptabilisées dans les ventes mondiales consolidées depuis le 1^{er} mai 2018.

la première de l'offensive NEV du Groupe PSA en Chine, avec cinq modèles lancés et commercialisés dans le pays en 2020⁶.

En ASEAN, le hub du Groupe en Malaisie, NAM⁷, a démarré la production des Peugeot 3008 et 5008.

Amérique latine : recul des marchés

Les marchés ont fortement souffert de la conjoncture économique et politique en Argentine (-43 %) et au Chili (-11 %). Portées par le succès du nouveau SUV C4 Cactus et son offre en VUL, les ventes du Groupe PSA sont restées soutenues au Mexique (+13 %), au Brésil (+2 %) et sur les plus petits marchés (Colombie, Cuba, Équateur et Uruguay).

Inde - Pacifique : ventes en hausse au Japon

Les ventes ont progressé légèrement dans la région, en dépit de la chute des marchés. Le succès récurrent du Groupe au Japon se poursuit, avec des ventes en hausse de 20 %. En Inde, le Groupe PSA a démarré la production de boîtes de vitesses (usine de Hosur) avec son [partenaire AVTEC Ltd](#) (une société du groupe CK Birla). Le lancement du SUV C5 Aircross en 2020 est en bonne voie, et sera suivi en 2021 du lancement de nouveaux modèles disruptifs de Citroën, conçus localement.

Eurasie : retour de la marque Opel

Les ventes ont progressé dans la région au second semestre 2019, notamment en Ukraine et en Russie. Le Groupe progresse plus rapidement que le marché en Ukraine, grâce à ses quatre marques. Opel a renforcé sa présence sur le marché ukrainien en début d'année 2019, tandis que ma marque DS y a été lancée au second semestre.

Sur un marché Russe en recul de 2,3 %, les ventes VU du Groupe ont progressé avec Peugeot Traveller/Expert et Citroën SpaceTourer/Jumpy. Par ailleurs, le Groupe a récemment relancé la marque Opel en Russie, en commençant avec les modèles Zafira Life et Grandland X.

⁶ NEV = *New Energy Vehicles* / Deux BEV : Peugeot e-2008, DS 3 CROSSBACK E-TENSE et trois PHEV : Peugeot 508L HYBRID et 4008 HYBRID, C5 Aircross Hybrid

⁷ Naza Automotive Manufacturing

VENTES MONDIALES CONSOLIDEES par région

Consolidated World Sales (in milliers)		2018	2019	Δ 19/18
Europe	Peugeot	1 231 327	1 198 579	-2.7%
	Citroën	824 623	834 571	1.2%
	DS	46 013	56 393	22.6%
	Opel Vauxhall	1 004 197	940 020	-6.4%
	PSA	3 106 160	3 029 563	-2.5%
Chine - Asie du Sud Est	Peugeot	143 628	63 559	-55.7%
	Citroën	114 419	51 167	-55.3%
	DS	3 955	2 110	-46.6%
	Opel Vauxhall	581	248	-57.3%
	PSA	262 583	117 084	-55.4%
Amérique Latine	Peugeot	112 774	82 569	-26.8%
	Citroën	60 404	51 252	-15.2%
	DS	969	824	-15.0%
	Opel Vauxhall	1 110	1 094	-1.4%
	PSA	175 257	135 739	-22.5%
Afrique - Moyen Orient	Peugeot	223 838	84 294	-62.3%
	Citroën	34 731	42 901	23.5%
	DS	1 440	1 879	30.5%
	Opel Vauxhall	31 989	35 192	10.0%
	PSA	291 998	164 266	-43.7%
Inde - Pacifique	Peugeot	19 987	18 741	-6.2%
	Citroën	5 661	6 632	17.2%
	DS	831	1 266	52.3%
	Opel Vauxhall	-	-	NS
	PSA	26 479	26 639	0.6%
Eurasie	Peugeot	8 660	8 721	0.7%
	Citroën	6 391	6 302	-1.4%
	DS	57	40	-29.8%
	Opel Vauxhall	180	576	220.0%
	PSA	15 288	15 639	2.3%
Total Ventes Consolidées	Peugeot	1 740 214	1 456 463	-16.3%
	Citroën	1 046 229	992 825	-5.1%
	DS	53 265	62 512	17.4%
	Opel Vauxhall	1 038 057	977 130	-5.9%
	PSA	3 877 765	3 488 930	-10.0%
Total Ventes Consolidées (hors Iran)	Peugeot	1 596 216	1 456 463	-8.8%
	Citroën	1 046 229	992 825	-5.1%
	DS	53 190	62 512	17.5%
	Opel Vauxhall	1 038 057	977 130	-5.9%
	PSA	3 733 692	3 488 930	-6.6%

Contact presse : Karine Douet – +33 6 61 64 03 83 – karine.douet@mpsa.com

A propos de Groupe PSA

Le [Groupe PSA](#) conçoit des expériences automobiles uniques et apporte des solutions de mobilité innovantes pour répondre aux attentes de tous. Le Groupe rassemble cinq marques automobiles - Peugeot, Citroën, DS, Opel et Vauxhall - et propose une offre diversifiée de services connectés et de mobilité portés par la marque Free2Move. Son plan stratégique 'Push to Pass' constitue une première étape vers sa vision : « Etre un constructeur automobile mondial à la pointe de l'efficacité et un fournisseur de services de mobilité de référence pour une relation clients à vie ». Il est l'un des pionniers de [la voiture autonome et du véhicule connecté](#). Ses activités s'étendent également au financement automobile avec Banque PSA Finance et à l'équipement automobile avec Faurecia. Plus d'informations sur groupe-psa.com/fr

Médiathèque : medialibrary.groupe-psa.com / [@GroupePSA](#)