

Paris, le 6 juillet 2012

**Ventes mondiales à 1 619 000 unités au 1<sup>er</sup> semestre 2012****Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 2012 :**

- **Ventes de véhicules et éléments détachés à 1 619 000 unités**
- **Ventes de véhicules montés en recul de 10,7%**
- **Recul des éléments détachés de 31,3 %**
- **Part de marché en Europe\* à 12,9%**
- **Progression de la part des ventes hors Europe à 39%**
- **Croissance régulière de la part des ventes de véhicules Premium\*\*, à 19%**
- **Succès des lancements des Peugeot 208 et 4008 et des Citroën DS5 et C4 Aircross.**
- **Lancement en première mondiale de quatre véhicules dotés de la technologie hybride diesel : Peugeot 3008 HYbrid4, 508 RXH et 508 HYbrid4, Citroën DS5 Hybrid4**
- **Leader européen en matière de réduction d'émission de CO<sub>2</sub> au 1<sup>er</sup> trimestre 2012 avec une moyenne d'émissions de CO<sub>2</sub> de 125,5 g par km.**

Au cours du premier semestre 2012, les marchés automobiles mondiaux ont progressé de 7%. Les marchés en Asie et en Russie, en hausse identique de 14,4%, sont les principaux moteurs de cette croissance. Le marché VP en Chine est en hausse de 6,8% sur le semestre.

En Europe, dans un environnement marqué par des conditions économiques très dégradées, le marché VP+VUL est en forte baisse de 7,2%. Cette dégradation est plus ou moins marquée selon les pays :

- -21,5% en Italie
- -13,3% en France
- -10,2% en Espagne
- +0,6% en Allemagne
- +1,4% au Royaume-Uni
- -1,6% dans les pays d'Europe Centrale et Orientale.

La baisse des marchés en Europe s'élève à -10% pour le Groupe, du fait de son mix défavorable.

\* Europe : UE + AELE + Croatie

\*\* Les véhicules Premium offrent un niveau de prestations automobiles référents dans leur segment (plaisir de conduite, sécurité, qualité de finition, connectivité, confort,...) et regroupent les modèles distinctifs des segments A, B et C (Peugeot 207CC, 308CC, RCZ, 3008, 4008 et Citroën DS3, DS4, C4-AirCross) et les modèles des segments D et E (Peugeot 508, 407, 4007 et Citroën C5, C6, C-CROSSER, DS5).

Dans ce contexte, PSA Peugeot Citroën a vendu 1 619 000 véhicules montés et ensembles d'éléments détachés dans le monde au premier semestre 2012, un résultat en recul de 13%.

Les ventes de véhicules montés s'établissent à 1 476 000 unités (-10,7%). Quant à celles d'éléments détachés, elles s'élèvent à 143 000 unités (-31,1%). Le renforcement des sanctions à l'encontre de l'Iran a induit une impossibilité de financer l'activité de vente d'éléments détachés vers cette destination, ce qui a conduit le Groupe, en conformité avec les réglementations internationales, à suspendre au cours du premier semestre cette activité.

**Frédéric Saint-Geours, Directeur Général des Marques, déclare :**

*« Dans un contexte très tendu sur les marchés automobiles en Europe, notre stratégie de montée en gamme et de globalisation se révèle plus que jamais pertinente. Avec nos lancements récents - la Peugeot 208, la Citroën DS5, la technologie hybride diesel sur les Peugeot 3008 et 508 et la Citroën DS5 - et à ceux qui restent à venir cette année - la Peugeot 301, les Citroën C-Elysée et C4L ainsi que la nouvelle C3 en Amérique Latine -, nous avons les véhicules pour défendre nos positions en Europe et poursuivre notre expansion dans les pays émergents. »*

**Une part de marché en Europe à 12,9%**

Dans un marché européen VP+VUL en baisse de 7,2% sur le 1er semestre (VP : -6,7% - VUL : -11,8%), les immatriculations de PSA Peugeot Citroën s'établissent à 994 000 unités, en baisse de 13,6%. La part de marché du Groupe s'établit à 12,9% contre 13,9% au premier semestre 2011. Comparé au second semestre 2011 où les marchés n'étaient pas stimulés par des dispositifs de type « prime à la casse » en France et dans certains pays européens, la part de marché du groupe progresse de 0,2 point (12,9% contre 12,7% au second semestre 2011).

Le Groupe est toujours pénalisé par un mix marché défavorable : les marchés traditionnellement les plus porteurs pour les marques Peugeot et Citroën (France, Espagne, Italie) sont en crise profonde. A iso mix pays du 1<sup>er</sup> semestre 2011, la part de marché pour le premier semestre 2012 s'élèverait à 13,3%.

Cependant, la part de marché du Groupe est en hausse sur plusieurs de ses principaux marchés : elle passe de 17,5% à 17,7% en Espagne, de 9,2% à 9,3% en Grande-Bretagne et de 9,8% à 10,2% en Italie.

Avec une part de marché de 20,8%, le Groupe conserve son leadership sur le marché VUL.

**Succès des lancements**

**Peugeot 208 :** Alors même qu'elle n'est lancée que dans un nombre restreint de pays et que la disponibilité des très attendus moteurs 3 cylindres essence n'est prévue qu'à partir du mois de juillet (version 1.2 l) et du mois d'octobre (version 1.0 l) - représentant potentiellement 40 % des ventes - la Peugeot 208 recueille déjà, près de 72.000 commandes cumulées en Europe à fin juin.

Le Mix de Peugeot 208 est plus élevé qu'escompté, avec plus de 90 % de niveau 2 (Active) et 3 (Allure) et 42 % de niveau 3 et 3 + (Féline).

**Ligne DS :** Grâce à l'apport de Citroën DS5, la ligne DS représente au premier semestre 2012 15% des commandes en Europe et 10% des ventes mondiales de Citroën contre 7% sur la même période de 2011.

### **Poursuite de la globalisation des ventes**

Au 1er semestre 2012, la part des ventes hors d'Europe s'établit à 39% contre 29% au S1 2008, 33% au S1 2009, 35% au S1 2010 et 38% au S1 2011.

### **Chine : une dynamique qui se confirme**

Dans un marché VP en hausse de 6,8%, les ventes du Groupe progressent de 7,5% avec 209 200 véhicules vendus, grâce entre autres aux bons résultats de la Peugeot 308 et de la Citroën C4. La part de marché du Groupe s'établit à 3,4%. Le 28 juin dernier, le Groupe a lancé via sa 2ème joint-venture CAPSA la ligne DS en Chine.

### **Amérique Latine: des vents contraires**

Le marché brésilien, qui subit à la fois l'impact de la crise mondiale et du ralentissement de la consommation domestique, termine le premier semestre en recul de 0,3%. Cette conjoncture défavorable a eu pour conséquence une baisse des résultats du Groupe dans toute la région Amérique Latine.

PSA Peugeot Citroën a également été impacté par les travaux nécessaires à l'accroissement de ses capacités sur le site de production de Porto Real ainsi que par l'augmentation des impôts (IPI) appliqués aux véhicules importés au Brésil.

Enfin, le renouvellement imminent de nos modèles sur le segment B, le plus important du marché sud-américain, a pesé sur les volumes.

Dans ce contexte, le Groupe a commercialisé 122 000 véhicules dans la région au premier semestre (-21,1%)

Les perspectives du marché brésilien apparaissent en amélioration pour le second semestre grâce aux mesures de soutien mises en place par le gouvernement et la réussite du lancement de la Peugeot 308 en mars dernier. L'arrivée en août prochain de la nouvelle Citroën C3 va renforcer cette dynamique.

### **Russie : le rythme de croissance s'accélère**

Dans un marché en hausse de 14,4% au 1er semestre, les ventes du Groupe s'établissent à 41 000 unités (+14,7%). La part de marché est en hausse de 0,1 point à 2,8%.

Dans le segment des véhicules utilitaires légers, PSA Peugeot Citroën a progressé de 61% par rapport au 1er semestre 2011, en gagnant 3 points de part de marché pour atteindre 8,7%.

Avec 6 086 unités vendues, le Groupe est leader du segment des véhicules utilitaires légers importés.

Depuis le début de l'année, le Groupe a présenté 5 nouveaux modèles en Russie : les Peugeot 508 et 4008 et les Citroën C4 AirCross, DS4 et DS5. Avec le passage en production complète de son site de Kaluga le 4 juillet, la marque Peugeot va lancer en juillet la Peugeot 408 - premier modèle du Groupe à être produit en cycle complet en Russie.

## **Poursuite de la croissance des ventes de véhicules Premium**

Sur l'ensemble de ses zones de développement, la stratégie de PSA Peugeot Citroën vise à renforcer la montée en gamme des marques Peugeot et Citroën.

Cette montée en gamme s'est poursuivie au premier semestre 2012 avec une nouvelle hausse de la part des ventes de véhicules Premium, qui s'établit à 19% contre 17% au premier semestre 2011.

Par ailleurs, l'amélioration du mix des ventes du Groupe se confirme avec l'augmentation du poids des segments C et D qui représentent sur le premier semestre 45% des ventes du Groupe, contre 42% au premier semestre 2011.

Le poids des segments A et B est en baisse et représente 38% des ventes au premier semestre 2012 contre 40% au premier semestre 2011.

## **Leadership technologique et environnemental**

PSA Peugeot Citroën est leader européen en matière de réduction d'émissions de CO<sub>2</sub> au 1er trimestre 2012 avec une moyenne d'émissions de CO<sub>2</sub> de 125,5 g par km.

Au premier trimestre, la part des véhicules du Groupe émettant moins de 110 g s'établit à 33,1% contre 29,3% au premier semestre 2011. La part de ceux émettant moins de 121g atteint quant à elle à 47,4% contre 44,1% au premier semestre 2011.

Le Groupe confirme son engagement en matière d'innovation avec le lancement au 1er semestre 2012, en première mondiale, de quatre véhicules hybride diesel dotés de la technologie Hybrid4: la Peugeot 3008 HYbrid4 lancée fin février dont les ventes représentent 8% du volume Peugeot 3008, la Citroën DS5 Hybrid4 lancée en mars atteint 20% des volumes de Citroën DS5, et plus récemment les Peugeot 508 RXH et 508 HYbrid4.

Par ailleurs, PSA Peugeot Citroën a vu son moteur essence 4 cylindres 1,6 litre Turbo à Injection Directe, développé en coopération par PSA Peugeot Citroën et BMW Group, récompensé par le prix de moteur de l'année dans la catégorie des moteurs de cylindrée 1,4 à 1,8l, décerné par la publication «Engine Technology International», pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive. Elle couronne une famille complète de moteurs, dotée des dernières avancées technologiques et offrant des gains de consommation et d'émissions de l'ordre de 10% par rapport à la génération précédente.

PSA Peugeot Citroën demeure le premier déposant français de brevets pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive, avec 1237 brevets publiés en 2011, confirmant ainsi son leadership technologique.

Enfin, la nouvelle Peugeot 208, sera équipée à partir du mois de juillet du moteur 3 cylindres essence de nouvelle génération produit sur le site de Trémery. La version 1,0l VTI développe 68 ch. tout en offrant un rendement accru, une consommation optimisée et seulement 99 g de CO<sub>2</sub> / km, la version 1,2l VTI développant 82 ch. et seulement 104 g de CO<sub>2</sub> / km.

**PSA Peugeot Citroën : ventes mondiales S1 2011 et S1 2012 (VP + VUL)**

		<b>S1 2011</b>	<b>S1 2012</b>
<b>Europe*</b>	Peugeot	616 000	<b>525 000</b>
	Citroën	540 000	<b>455 000</b>
	Total PSA	1 156 000	<b>980 000</b>
<b>Russie</b>	Peugeot	22 000	<b>23 000</b>
	Citroën	13 000	<b>18 000</b>
	Total PSA	35 000	<b>41 000</b>
<b>Amérique latine</b>	Peugeot	90 000	<b>76 000</b>
	Citroën	65 000	<b>45 000</b>
	Total PSA	154 000	<b>122 000</b>
<b>Chine</b>	Peugeot	81 000	<b>104 000</b>
	Citroën	114 000	<b>106 000</b>
	Total PSA	195 000	<b>209 000</b>
<b>Reste du monde</b>	Peugeot	74 000	<b>84 000</b>
	Citroën	37 000	<b>40 000</b>
	Total PSA	111 000	<b>124 000</b>
<b>Total Véhicules Montés (VM)</b>	<b>Peugeot</b>	<b>883 000</b>	<b>812 000</b>
	<b>Citroën</b>	<b>769 000</b>	<b>664 000</b>
	<b>Total PSA</b>	<b>1 652 000</b>	<b>1 476 000</b>
<b>Éléments Détachés (ED)</b>	Peugeot	208 000	<b>143 000</b>
	Citroën	0	<b>0</b>
	Total PSA	208 000	<b>143 000</b>
<b>Total VM + ED</b>	<b>Peugeot</b>	<b>1 091 000</b>	<b>955 000</b>
	<b>Citroën</b>	<b>769 000</b>	<b>664 000</b>
	<b>Total PSA</b>	<b>1 860 000</b>	<b>1 619 000</b>

\* Europe : UE + AELE + Croatie

**Contacts :**

<b>Relations Presse</b>		<b>Relations Investisseurs</b>	
Jonathan Goodman	+33 (0) 1 40 66 47 59	Carole Dupont-Pietri	+33 (0) 1 40 66 42 59
jonathan.goodman@mpsa.com		carole.dupont-pietri@mpsa.com	
Pierre-Olivier Salmon	+33 (0) 1 40 66 49 94	Olivier Sartoris	+33 (0) 1 40 66 43 65
pierreolivier.salmon@mpsa.com		olivier.sartoris@mpsa.com	
Jean-Baptiste Mounier	+33 (0) 1 40 66 54 22	Christophe Fournier	+33 (0) 1 40 66 57 45
jeanbaptiste.mounier@mpsa.com		christophe.fournier@mpsa.com	