

La Chine propulse les ventes de PSA

LE MONDE ECONOMIE | 14.01.2015 à 11h31 • Mis à jour le 14.01.2015 à 12h23 |

Par **Cédric Pietralunga** ([/journaliste/cedric-pietralunga/](#))



L'usine Dongfeng Peugeot-Citroën Automobile Limited (DPCA) de Wuhan, dans la province de Hubei. | STR / AFP

Le rebond était attendu mais pas d'une telle ampleur. En 2014, PSA Peugeot-Citroën a écoulé 2,939 millions de véhicules à travers le monde, soit une hausse de 4,3 % par rapport à 2013 où ses ventes avaient au contraire reculé de 4,9 %, selon un communiqué du groupe diffusé mercredi 14 janvier. Un chiffre encore loin du record de 2010, lorsque l'industriel avait produit plus de 3,6 millions de véhicules, mais qui augure une embellie durable pour le deuxième constructeur européen, après trois années de recul.

Cette performance, PSA Peugeot-Citroën la doit d'abord à la Chine, devenue son premier marché en 2014 : le groupe y a vendu 734 000 voitures et véhicules légers, soit une hausse de 31,9 % ! A elle seule, la marque Peugeot a vu ses ventes bondir de 43,1 %, « *soit la plus forte progression du top 20 du marché* », s'enthousiasme le constructeur. Les modèles 3008 et 2008 profitent notamment de l'engouement des Chinois pour la catégorie des SUV (*sport utility vehicles*) et représentent à eux seuls un tiers de ventes de Dongfeng Peugeot, la co-entreprise réunissant les deux constructeurs.

La marque Citroën n'est pas en reste. En 2014, la marque aux chevrons a

écoulé 320 000 véhicules en Chine, soit une progression de 14,3 % par rapport à 2013, supérieure à celle du marché (+11,5 %). « *Ce pays représente plus d'une vente de Citroën sur quatre dans le monde* », relève le constructeur. A elle seule, la C-Elysée s'est écoulée à plus de 100 000 exemplaires.

Toujours à la peine en France

De même, la marque DS semble enfin séduire les jeunes cadres chinois, avec 26 000 voitures vendues en 2014, ce qui représente 22 % des immatriculations de la marque contre seulement 2 % en 2013. « *L'année 2014 a été celle du décollage rapide de DS en Chine avec le lancement réussi de deux nouveaux modèles* », se félicite Yves Bonnefont, directeur général de la marque premium du groupe.

Preuve de sa vitalité, le groupe a également réussi à augmenter ses ventes en Amérique du Sud, malgré un contexte économique difficile : 200 000 Peugeot et Citroën y ont été écoulées en 2014, avec notamment une belle part de marché de 15,1 % en Argentine. En Afrique, PSA conserve sa place de leader en Tunisie et a vu les ventes de Peugeot bondir de 77 % en Egypte après leur effondrement à la suite du printemps arabe.

Même si la situation reste fragile, les ventes de PSA Peugeot-Citroën se sont aussi redressées en Europe. En 2014, le constructeur dirigé par Carlos Tavares y a écoulé près de 1,8 million de voitures, soit une hausse de 8,1 % par rapport à 2013. « *La croissance du groupe sur le Vieux Continent traduit l'accueil favorable de la Peugeot 308, élue voiture de l'année 2013, qui s'est écoulée à 56 900 unités* », relève le constructeur. Dans le détail, les ventes de la marque Peugeot ont progressé de 6,2 % en Europe en 2014 (952 000 unités) tandis que celles de Citroën ont augmenté de 7,2 % (689 000 unités). Quelque 85 900 DS ont été écoulées.

Des chiffres qui contrastent avec l'atonie du marché français, où PSA Peugeot-Citroën est toujours à la peine. Début janvier, le Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA) avait indiqué que les ventes du groupe de Sochaux n'avaient progressé que de 1,6 % en 2014 en France, Peugeot et Citroën affichant des hausses de respectivement 5,3 % et 2,4 % tandis que DS voyait ses ventes chuter de 27,2 % ! Et l'année 2015 s'annonce tout aussi difficile : rien qu'en décembre 2014, les ventes de PSA en France se sont effondrées de 9,6 %.

[\(/journaliste/cedric-pietralunga/\)](#) **Cédric Pietralunga** [\(/journaliste/cedric-pietralunga/\)](#)

Suivre

Journaliste au Monde

