

Rueil-Malmaison, 26 février 2019

Groupe PSA renforcera la dynamique de son plan stratégique Push to Pass pour la deuxième phase 2019 – 2021

- Le Groupe PSA est maintenant durablement performant, porté par les résultats d'une dynamique d'efficacité, au meilleur niveau de l'industrie automobile mondiale, associés à sa capacité à saisir les opportunités telle que l'acquisition d'Opel.
- La [création récurrente de valeur](#) supporte les investissements destinés à préparer l'entreprise aux enjeux de l'industrie automobile de demain comme la transition énergétique.
- Les progrès continus en matière de qualité produit et service renforcent la satisfaction de nos clients sur un périmètre géographique et d'activités élargi, incluant des relais de croissance comme le véhicule d'occasion, les pièces de rechanges ou les nouvelles mobilités.
- Fort du succès de la première étape de son plan Push to Pass, Groupe PSA poursuit sa feuille de route en s'appuyant sur une valeur cardinale, celle de l'agilité.

Le plan stratégique « Push to Pass » constitue une première étape vers la vision du Groupe PSA : « Un constructeur automobile mondial à la pointe de l'efficacité, fournisseur de services de mobilité de référence » et s'appuie sur la raison d'être du Groupe qui est de préserver la [liberté de mouvement](#) en proposant une mobilité durable et abordable. Pour y répondre, le Groupe va relever les défis majeurs qui se présentent à l'industrie automobile, illustrés par les [7 mega tendances](#)¹, accélérer la mise en œuvres de projets de transformation, notamment digitaux, porteurs de croissance et d'efficacité. Le Groupe a l'ambition d'augmenter ses ventes de 50% hors d'Europe d'ici 2021 et de positionner ses marques sur de nouveaux territoires : Peugeot en Amérique du Nord, Citroën en Inde et Opel en Russie, tout en renforçant la présence internationale de DS.

La croissance des marques, avec une forte poussée attendue dans le domaine des véhicules utilitaires, sera portée par la *Core Model Strategy* qui prévoit 116 lancements d'ici 2021, dont de nouveaux concepts, faisant baisser l'âge moyen de la gamme à 3,5 ans, un des leviers du pricing power des marques.

Les enjeux de la transition énergétique continueront d'être un axe clé de la *Core Technology Strategy* avec un pilotage stratégique du CO2, une accélération de l'électrification des gammes avec 50% de l'offre en 2021 pour un objectif de 100% en 2025 et l'utilisation des premiers véhicules à hydrogène en condition réelle dans des flottes de clients B2B. Ayant été

¹ Divergence des marchés / le partage / Energie et environnement / Connectivité / Autonomie / Transformation digitale / Evolution du Comportement client

un des premiers constructeurs à faire rouler sur route ouverte des [véhicules autonomes](#), le développement des dispositifs ADAS se poursuivra en prenant en compte l'équation coût/valeur d'usage accordée par les clients.

La *Core Mobility Strategy* de la deuxième partie du plan Push to Pass prévoit un déploiement international de sa marque de mobilité Free2Move, des offres renforcées dans l'après ventes, notamment porté par l'activité multimarques IAM et une percée dans le domaine de l'économie circulaire. L'activité véhicules d'occasion devrait accroître d'un tiers ses ventes et transactions hors d'Europe. Les services financiers deviendront un levier déterminant au service de la performance commerciale dans un contexte d'[électrification](#) du marché.

A l'occasion de la présentation du plan, Carlos Tavares, Président du Directoire du Groupe commente : *« Nous allons poursuivre notre transformation darwinienne et aborder chaque challenge comme une opportunité pour faire la différence avec nos concurrents. L'engagement, le professionnalisme et l'agilité de nos équipes, associés à la recherche d'excellence opérationnelles porteront durablement notre performance et la satisfaction de nos clients. La poursuite de l'amélioration de nos coûts et notre quête permanente d'efficacité restent au cœur de cette nouvelle étape de notre plan ».*

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.

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