

Le groupe PSA renforce ses parts de marché en Afrique

Malgré le déclin des marchés automobiles mondiaux au premier semestre, PSA a pu vendre 1,9 million d'unités. Le groupe a surtout développé ses parts de marché en Europe et en Afrique avec des gains au Maroc (+4,7 points), en Égypte (+3,5) et en Algérie (+2,7).

Les ventes mondiales du groupe PSA ont atteint 1,9 million d'unités au premier semestre. En dépit d'une baisse de 12,76%, par rapport à la même période de 2018, le constructeur automobile français reste satisfait de ses performances commerciales, particulièrement en Europe et en Afrique. «Malgré le déclin des marchés automobiles mondiaux au premier semestre; nos équipes commerciales ont réussi à développer nos parts de marché dans plusieurs pays, notamment en Europe et en Afrique», a déclaré dans un communiqué Carlos Tavares, président du directoire du groupe PSA.

Peugeot reste en tête des ventes avec 767.062 unités, devant Opel/Vauxhall (568.029) Citroën (536.034) et DS (32.217). Par région, les ventes se sont élevées à plus de 1,67 million de véhicules en Europe. Suivent le Moyen-Orient/Afrique (71.565), l'Amérique latine (69.268), la Chine et Asie du Sud-Est (64.169), l'Inde Pacifique (13.644) et l'Eurasie (6.570).

En Europe, les ventes ont augmenté de 0,27%, renforçant la part de marché du groupe à 17,4% au premier semestre, avec des gains enregistrés en Italie (+1,1), en France (+0,7), au Royaume-Uni (+0,2), en Allemagne (+0,1) et en Espagne (+0,1). Cette performance est tirée essentiellement par la marque Citroën (+2,6% des ventes), qui a gagné 0,3 point de part de marché en Europe, grâce au succès de sa gamme de SUV (C5 Aircross et C3 Aircross). Outre l'Europe, le constructeur automobile français affiche de bonnes performances en Inde-Pacifique, les ventes étant en hausse de 2,3%, portées par le «succès récurrent» au Japon (+16%). Par ailleurs, pour la région Moyen-Orient/Afrique, les ventes ont chuté de 68,35%, impactées par l'arrêt des activités en Iran et le ralentissement du marché turc (-44,8%). Néanmoins, la part de marché du groupe PSA a augmenté sur d'autres principaux marchés en Afrique, en tête



Peugeot reste en tête des ventes mondiales avec 767.062 unités, devant Opel/Vauxhall (568.029), Citroën (536.034) et DS (32.217).

le Maroc (+4,7 points), suivi de l'Égypte (+3,5 points) et l'Algérie (+2,7 points). «Avec le démarrage de la production à l'usine de Kénitra au Maroc, le Groupe sera en mesure de produire des modèles répondant aux attentes des clients et servant ses ambitions commerciales dans la région», souligne le top management du groupe. Sur la région Chine et Asie du Sud-Est, les ventes ont également diminué de 60%, suite à une baisse de 62,1% en Chine. Le constructeur planche ainsi sur l'amélioration de son business model dans ce pays. «Le groupe travaille sur des plans d'action avec ses partenaires pour faire face aux enjeux actuels et abaisser le seuil de rentabilité des JVs», est-il indiqué. De même, en Amérique latine, les ventes ont reculé de 29,3%, suite à «un fort ralentissement» du marché argentin (-50,3%). Le groupe souligne enfin que son offensive électrique est en cours avec l'objectif de disposer d'une gamme 100% électrifiée dès 2025. Quatorze nouveaux véhicules électrifiés seront lancés en deux ans seulement. ■

Moncef Ben Hayoun

«Avec le démarrage de la production à l'usine de Kénitra, le groupe servira davantage ses ambitions commerciales dans la région Moyen-Orient/Afrique.»