

# Lettre

## à nos actionnaires

[www.psa-peugeot-citroen.com](http://www.psa-peugeot-citroen.com)

n° 26  
2008



## Numéro spécial

### Assemblée Générale Ordinaire et Extraordinaire du 28 mai 2008

**L'Assemblée Générale des actionnaires de Peugeot S.A.** s'est réunie le 28 mai 2008 sous la présidence de M. Thierry Peugeot, Président du Conseil de Surveillance.

M. Thierry Peugeot a excusé M. Christian Streiff, Président du Directoire, indisponible suite à un incident de santé.

En l'absence de M. Christian Streiff, M. Roland Vardanega, membre du Directoire, a rappelé les résultats de l'exercice 2007 marqué par un retour à une croissance significative des ventes et du chiffre d'affaires, une amélioration de la marge opérationnelle et une forte génération de cash flow libre. Il a également présenté la montée en puissance du programme opérationnel de croissance et de compétitivité « CAP 2010 ».

Pour 2008, les objectifs de croissance et de rentabilité sont confirmés.

L'Assemblée Générale a adopté l'ensemble des résolutions présentées et notamment :

- le versement d'un dividende de 1,50 euro par action, payable le 4 juin 2008,
- le renouvellement du mandat de membre du Conseil de Surveillance de M. Marc Friedel.

Le texte complet des résolutions est disponible sur [www.psa-peugeot-citroen.com](http://www.psa-peugeot-citroen.com)

# Allocution de Thierry Peugeot

#02



Thierry Peugeot  
Président du Conseil de Surveillance

**Thierry Peugeot a rappelé que l'année 2007 a été marquée par la nomination, le 6 février 2007, d'un nouveau Directoire présidé par M. Christian Streiff** dont l'objectif est de faire connaître au groupe une nouvelle période de croissance et une meilleure rentabilité. Dès la mise en place de la nouvelle organisation, quatre priorités opérationnelles ont été identifiées (amélioration de la qualité, réduction des coûts, accélération et élargissement du plan produit,

développement international), et le plan d'actions CAP 2010, véritable plan de relance du groupe, a été mis en place.

**En septembre 2007, la stratégie et les ambitions du groupe pour la période 2010-2015 ont été présentées par Christian Streiff.** Pour 2010, le groupe vise 4 millions de véhicules vendus, une marge opérationnelle entre 5,5 % et 6 % du chiffre d'affaires et la position de numéro 1 de la voiture écologique. Pour 2015, l'objectif est d'être le constructeur automobile le plus compétitif en Europe avec une marge opérationnelle entre 6 % et 7 %.

## ► En chiffres

### Actionnaires présents : 534

Actionnaires présents, représentés ou ayant voté par correspondance :  
152 724 676 actions, soit 66,924 % des actions ayant droit de vote,  
et 224 263 566 voix

Assemblée Générale Ordinaire (en %)	Pour	Contre	Abstention
Approbation des comptes sociaux 2007	99,07	0,91	0,02
Approbation des comptes consolidés 2007	99,07	0,91	0,02
Affectation du résultat	99,98	0,00	0,02
Renouvellement du mandat de membre du Conseil de Surveillance de M. Marc Friedel	80,38	19,60	0,02
Approbation du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées	97,32	2,66	0,02
Approbation des conventions réglementées relatives aux conditions dans lesquelles les contrats de travail reprendraient effet après la cessation du mandat social pour :			
- M. Christian Streiff	99,10	0,88	0,02
- M. Jean-Philippe Collin	99,11	0,87	0,02
- M. Gilles Michel	99,11	0,87	0,02
- M. Grégoire Olivier	98,89	1,08	0,03
- M. Roland Vardanega	99,12	0,86	0,02
Détermination du montant des jetons de présence	99,84	0,14	0,02
Autorisation d'un programme de rachat d'actions	96,33	3,65	0,02

Assemblée Générale Extraordinaire (en %)	Pour	Contre	Abstention
Autorisation donnée au Directoire de réduire le capital par voie d'annulation d'actions rachetées par la société	99,64	0,32	0,04
Autorisation donnée au Directoire d'utiliser les délégations et autorisations en période d'offre publique portant sur les titres de la société	71,61	28,37	0,02
Délégation de compétence donnée au Directoire à l'effet d'émettre des bons de souscription d'actions en période d'offre publique portant sur les titres de la société	71,32	28,66	0,02

### 2007 est une année de redémarrage pour le groupe.

Les ventes de véhicules, hors éléments détachés, ont augmenté de 3,8 % à 3,2 millions d'unités. Le chiffre d'affaires a crû de 7,1 % et la marge opérationnelle a progressé de 2 à 2,9 %. Le résultat net part du groupe a fortement augmenté, à 885 millions d'euros, pourtant pénalisé par des produits et charges opérationnels non courants élevés.

**Dans un contexte économique difficile, 2008** sera de nouveau marquée par une forte concurrence en Europe occidentale et un risque de ralentissement de certains marchés importants. Néanmoins, le groupe bénéficiera du développement des business units Chine et Mercosur mais aussi du lancement et de la commercialisation en année pleine de nouveaux modèles à succès, Peugeot 308, Bipper, Partner, et Citroën C5, Nemo, Berlingo.

**Thierry Peugeot a enfin fait part de l'avis positif du Conseil de Surveillance sur les résolutions présentées par le Directoire,** dont celle relative à l'augmentation du dividende au titre de l'exercice 2007 à 1,5 € par action en raison de l'amélioration des résultats en 2007 et de la volonté de marquer sa confiance dans la capacité du Directoire et du groupe à atteindre les objectifs du plan CAP 2010.

# Bilan 2007, état d'avancement CAP 2010 et perspectives 2008

#03



Roland Vardanega  
Membre du Directoire

## ➤ Résultats 2007

Avec un chiffre d'affaires en progression de 7,1 %, 2007 est l'année du retour à la croissance du groupe PSA PEUGEOT CITROËN. Si toutes les activités du groupe et toutes les zones géographiques connaissent une croissance du chiffre d'affaires, l'Automobile y a largement contribué avec 6,5 % de progression, grâce notamment aux nouveaux produits, la Peugeot 207 et la Citroën C4 Picasso. La marge opérationnelle passe de 2 à 2,9 %. Le résultat opérationnel courant augmente donc de 630 millions d'euros pour atteindre 1 752 millions d'euros.

Le résultat net par action est de 3,88 euros contre 0,80 euro en 2006.

Par ailleurs, la génération de cash flow libre record à 1 602 millions d'euros, contre 37 en 2006, est la meilleure performance du groupe depuis 2002.

En 2007, la performance économique est donc en ligne avec les objectifs CAP 2010.

## ➤ État d'avancement « CAP 2010 »

Pour tenir les objectifs ambitieux, le plan CAP 2010 s'appuie sur quatre leviers principaux qui mobilisent toute l'entreprise.

### 1. La qualité (produits et services)

C'est la première condition du succès de l'entreprise. En 2007, la baisse de 20 % des dépenses de garantie, un des meilleurs indicateurs de la qualité de nos véhicules, représente un résultat spectaculaire, l'objectif de CAP 2010 étant de diviser par deux ce coût entre 2006 et 2010. Les progrès dans la qualité de services dans les réseaux font l'objet également de plans d'action telle la mise en place d'un « back office » beaucoup plus efficace et commun aux deux marques.



**308 SW** : commercialisation de la Peugeot 308 SW le 15 mai, à peine sept mois après la commercialisation de la 308 : plus de volume, de lumière et de modularité.

**500 000** : PSA PEUGEOT CITROËN do Brasil a enregistré le chiffre de 500 000 véhicules fabriqués par le centre de production de Porto Real, depuis son inauguration en février 2001.

#04



## 2. La dynamique produit

Accélération et amplification du plan produit pour mieux répondre aux besoins des clients, pour faire face à la concurrence et pour développer les ventes tout en réduisant les délais de conception de 30 %. Ainsi, le plan intègre le lancement de 53 véhicules entre 2007 et 2010 (29 en Europe et 24 à l'international). Cette forte offensive produit est caractérisée en 2007 par le lancement des véhicules Peugeot Expert, C4 Picasso, la famille Peugeot 207, les 4x4 C Crosser et 4007, la C4 Pallas (au Mercosur), et la Peugeot 308.

## 3. La réduction des coûts

CAP 2010 a donné un coup d'accélérateur à la réduction des coûts industriels (incluant les achats), représentant une économie de 657 millions d'euros soit 15 %

de plus qu'en 2006. Les frais de structure et les frais généraux ont été réduits et la rationalisation de la production accélérée.

La réussite du plan de départ volontaire proposé aux salariés est l'illustration de cette démarche.

## 4. L'international

Le développement des volumes et l'amélioration des marges sur les trois zones prioritaires (Chine, Russie, Mercosur) porte l'ambition du groupe à l'international. 2007 marque une étape importante pour le Mercosur avec la réalisation des premiers bénéfices du groupe, et une croissance des volumes de 30 %. 2007 a été une année difficile en Chine avec seulement 3 % de croissance et une situation contrastée selon les marques. La Russie, où le développement des ventes s'accélère, pourrait être le plus grand marché d'Europe dans

quelques années. Enfin, l'Europe de l'Est a connu une bonne dynamique et l'Europe de l'Ouest une croissance retrouvée de 1,2 %.

CAP 2010 a eu un impact très positif en 2007 et est conforme aux attentes du groupe. Les plans d'action portant sur la compétitivité et la réduction des coûts, sources d'économie durable, ont déjà un impact très significatif. La croissance des activités a également participé à l'atteinte du résultat opérationnel courant de 1 752 millions d'euros.



**Thierry Peugeot, Président du Conseil de Surveillance, Roland Vardanega et les autres membres du Directoire ont répondu aux questions des actionnaires (extraits).**

## Quelle est votre action dans le domaine du développement durable ?

### Roland Vardanega

Le développement durable, c'est d'abord produire des véhicules qui s'insèrent le mieux dans l'environnement tout en étant le moins polluants et consommant le moins de ressources possibles. C'est également concevoir nos véhicules avec une recyclabilité à 95 % et l'introduction de composants « verts ». Nous avons aussi une stratégie industrielle extrêmement forte avec des responsabilités sociétales selon les implantations, un plan d'action important pour la réduction de la consommation d'énergies et d'eau. L'accent est mis, en interne, sur la dimension sociale pour préserver les intérêts des salariés.

### Grégoire Olivier

Pour réduire la consommation des véhicules essence, notre objectif est le downsizing (réduction de la taille des moteurs) ; notre moteur 1,6 litre fabriqué en coopération avec BMW est, dans sa version turbo, le premier moteur « downsizé » (plus petit mais

puissant grâce au turbo). Il a d'ailleurs été élu meilleur moteur de l'année en mai 2007. Cette tendance va se poursuivre.

### Gilles Michel

Nos clients plébiscitent l'offre du groupe, Peugeot d'une part, Citroën d'autre part, en matière d'environnement. Nous sommes aujourd'hui le leader en matière d'émission de CO<sub>2</sub> (142 g/km de CO<sub>2</sub> en moyenne).

## Quelle est la stratégie de PSA PEUGEOT CITROËN vis-à-vis de Faurecia ?

### Thierry Peugeot

PSA PEUGEOT CITROËN est l'actionnaire de référence chez Faurecia. La stratégie du groupe est donc de remettre Faurecia sur la ligne d'une meilleure rentabilité et d'une meilleure croissance. Les résultats ont commencé à s'améliorer à la fin de 2007. L'un des grands succès de Faurecia est son chiffre d'affaires et sa composition par client. Faurecia est une entreprise tout à fait indépendante pour le développement

de sa clientèle, ce qui est essentiel pour qu'elle se développe et retrouve rentabilité et croissance. En effet, PSA PEUGEOT CITROËN est l'un de ses premiers clients, à quasi-égalité avec un client allemand en terme de pourcentage de chiffre d'affaires.

## Les objectifs de croissance ne visent-ils que les zones prioritaires ?

### Jean-Philippe Collin

Lorsque nous parlons de zones prioritaires, il s'agit des zones de développement international du groupe. Il n'en demeure pas moins que notre cœur de marché aujourd'hui, en volumes, est l'Europe de l'Ouest.

### Thierry Peugeot

Notre berceau est en effet le marché européen, le marché d'Europe de l'Ouest, et nous avons comme objectif d'augmenter notre part de marché. Toutefois, comme c'est le marché où il y a la plus forte concurrence, la stratégie du groupe n'est pas de se limiter à ce marché. Le groupe, qui est fortement internationalisé, a une vocation mondiale.

## Les 24 heures du Mans :

les trois Peugeot 908 à moteur diesel HDi avec filtre à particules se sont montrées les plus rapides aux qualifications. Peugeot a dominé les quatorze premières heures de course avant de hisser deux 908 HDi FAP sur le podium.

#06



### Roland Vardanega

Le développement des zones prioritaires est caractérisé par la mise en place des business units en Chine et au Mercosur notamment. Cette nouvelle organisation permet de délimiter des centres de profits avec toutes les responsabilités qui y sont liées, ce qui est source de rentabilité et de développement.

### Comment envisagez-vous l'après-pétrole ?

#### Grégoire Olivier

Le groupe PSA PEUGEOT CITROËN travaille très activement à l'après-pétrole. La présentation du nouveau concept-car de voiture à hydrogène avec une propulsion qui vient de la combinaison de l'oxygène et de l'hydrogène pour rejeter de l'eau en est l'illustration. Nous travaillons aussi activement sur la micro-hybridation thermique (Stop and Start...) qui a été implantée depuis 3 ans

sur les Citroën C2 et C3 et pour laquelle nous visons plus d'un million de véhicules à partir de 2011. Nous développons également l'hybride diesel qui pourrait être mis sur le marché à la même échéance. Une réflexion est menée sur le tout électrique. Enfin, au Mercosur, l'essentiel des véhicules livrés peuvent aujourd'hui fonctionner aux biocarburants. Ce portefeuille de technologies rendra donc le groupe apte à développer ses activités et croître dans un monde où le pétrole sera de plus en plus onéreux.

### Quel est l'impact de la distinction décernée au Directeur du style Citroën ?

#### Gilles Michel

Le patron du style Citroën participe avec son équipe à l'évolution de l'image, de la perception et de la réussite commerciale de notre marque et de ses produits.

### Quelle est votre stratégie pour les low-cost ?

#### Grégoire Olivier

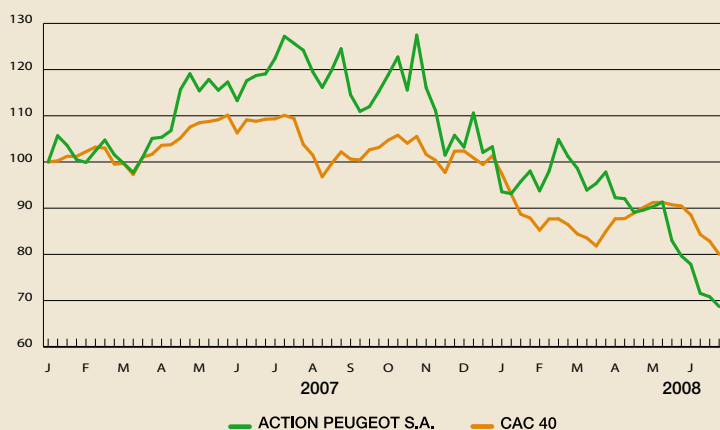
Notre plan CAP 2010, qui s'est fixé des objectifs de croissance dans les zones prioritaires, passe effectivement par le développement de véhicules aux prestations plus légères que nous appelons plutôt « entrée de gamme ». Ces véhicules seront développés en Chine, Europe de l'Est et éventuellement au Mercosur. En revanche, il est clairement indiqué que pour l'Europe de l'Ouest, le groupe n'a pas l'intention de mettre sur le marché des véhicules aux prestations dégradées ni sous la marque Peugeot ni sous la marque Citroën, donc pas de low-cost sur ce marché.

#### Thierry Peugeot

Nous sommes un constructeur généraliste avec deux marques et nous souhaitons être présents également dans le haut de gamme.

## ➤ Cours de bourse de l'action Peugeot S.A.

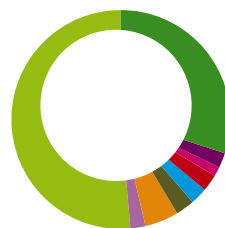
comparé à l'indice CAC 40 du 31/12/2006 au 30/06/2008



Début 2008, l'action Peugeot S.A. a bénéficié d'un bon accueil des résultats annuels 2007. Sur le second trimestre 2008, l'industrie automobile a dû faire face à un environnement difficile lié notamment à la hausse du prix du pétrole et des matières premières.

## ➤ Structure du capital

au 28 mai 2008 – en %



● Groupe familial Peugeot	30,27 %
● Groupe Caisses des Dépôts	2,22 %
● Groupe BNP Paribas	1,13 %
● Autocontrôle	2,68 %
● FCP du personnel	2,54 %
● Natixis A.M.*	2,66 %
● Barclays Plc**	4,90 %
● Franklin Resource, Inc.	2,34 %
● Autres	51,26 %

\* Situation au 31 décembre 2007.

\*\* Situation au 29 février 2008.

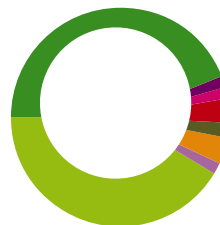
## ➤ Données boursières

Au 31 décembre	31/12/06	31/12/07	30/06/08
Nombre d'actions en circulation	234 618 266	234 280 298	234 280 298
Capitalisation boursière (en milliards d'euros)	11,78	12,15	8,08
<b>Cours cotés de l'action (en euros)</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Plus haut de l'année	54,30	67,35	53,68
Plus bas de l'année	38,91	47,41	32,60
Au 31 décembre	50,20	51,85	-
Au 30 juin 2008	-	-	34,49
<b>Dividende net par action (en euros)</b>	<b>1,35</b>	<b>1,35</b>	<b>1,50 *</b>

\* Versé le 4 juin 2008 au titre de l'exercice 2007.

## ➤ Structure des droits de vote

au 28 mai 2008 – en %



● Groupe familial Peugeot	44,01 %
● Groupe Caisses des Dépôts	1,70 %
● Groupe BNP Paribas	1,73 %
● FCP du personnel	3,64 %
● Natixis A.M.*	2,04 %
● Barclays Plc**	3,83 %
● Franklin Resource, Inc.	1,79 %
● Autres	41,26 %

\* Situation au 31 décembre 2007.

\*\* Situation au 29 février 2008.



## > RENDEZ-VOUS 2008

### 24 octobre

Chiffre d'affaires du 3<sup>e</sup> trimestre 2008

### 25 novembre

Réunion d'actionnaires à Strasbourg

### 1<sup>er</sup> décembre

Réunion d'actionnaires à Nantes

### Prochaine visite d'usine :

Le 12 septembre 2008,  
visite du centre de production  
de SevelNord

Si vous souhaitez y participer,  
inscrivez-vous :

par téléphone au 01 40 66 37 60

ou par e-mail :

[communication.financiere@psa.fr](mailto:communication.financiere@psa.fr)

(Attention le nombre de places est limité  
et l'âge minimum requis est de 16 ans).

Si vous préférez recevoir  
cette lettre par courrier électronique,  
contactez-nous à l'adresse suivante :  
[communication.financiere@psa.fr](mailto:communication.financiere@psa.fr)

## > POUR NOUS CONTACTER

### Communication financière

James Palmer – Céline Jamet

75, avenue de la Grande-Armée – 75116 Paris

### Relations actionnaires

 N°Azur 0 810 424 091

*(Coût d'un appel local)*

Via le numéro Azur, retrouvez le cours de l'action Peugeot S.A.  
en direct toute la journée de cotation.

### Internet

[www.psa-peugeot-citroen.com/fr](http://www.psa-peugeot-citroen.com/fr)

Une rubrique vous est entièrement dédiée : cliquez sur  
« Actionnaire » dès la page d'accueil. Vous y trouverez  
toutes les informations qui vous sont nécessaires.

Une question ? Écrivez-nous à : [communication.financiere@psa.fr](mailto:communication.financiere@psa.fr)



### Site dédié aux actionnaires nominatifs purs

Via l'espace « Actionnaire » du site  
[www.psa-peugeot-citroen.com](http://www.psa-peugeot-citroen.com),  
cliquez sur  
« consultez votre compte  
nominatif pur ».

[www.peugeot.com](http://www.peugeot.com) / [www.citroen.com](http://www.citroen.com)

Présentation de la gamme de produits et des réseaux  
de distribution de chacune des deux marques.

[www.developpement-durable.psa.fr](http://www.developpement-durable.psa.fr)

Site dédié au développement durable présentant  
l'engagement et les performances du groupe.