

Journée investisseurs

ADN - 12 novembre 2009



UN COUP D'AVANCE

Cette présentation peut contenir des informations de nature prévisionnelle. Ces informations constituent soit des tendances, soit des objectifs, et ne sauraient être regardées comme des précisions de résultat ou de tout autre indicateur de performance. Ces informations sont soumises par nature à des risques et incertitudes, tels que décrit dans le Document de Référence de la Société disponible sur son site Internet (www.psa-peugeot-citroen.com). Elles ne reflètent donc pas les performances futures de la Société, qui peuvent en différer sensiblement. La Société ne prend aucun engagement quant à la mise à jour de ces informations.

Certains des véhicules dévoilés ici n'ont pas encore été présentés officiellement. Les participants à cette présentation s'engagent à garder une confidentialité absolue sur toute information portée à leur connaissance relative à ces véhicules.

Des informations plus complètes sur PSA Peugeot Citroën peuvent être obtenues sur son site Internet (www.psa-peugeot-citroen.com), rubrique Information Réglementée.



Introduction

Philippe VARIN

Président du Directoire

UN COUP D'AVANCE

SOMMAIRE

- Les grandes tendances mondiales
 - > Philippe Varin
- Un coup d'avance
 - > Grégoire Olivier
- Des nouveaux services pour des nouveaux clients
 - > Jean-Marc Gales
- Plan de Performance
 - > Philippe Varin
- Perspectives
 - > Frédéric Saint Geours
- Conclusion
 - > Philippe Varin



Les grandes tendances mondiales

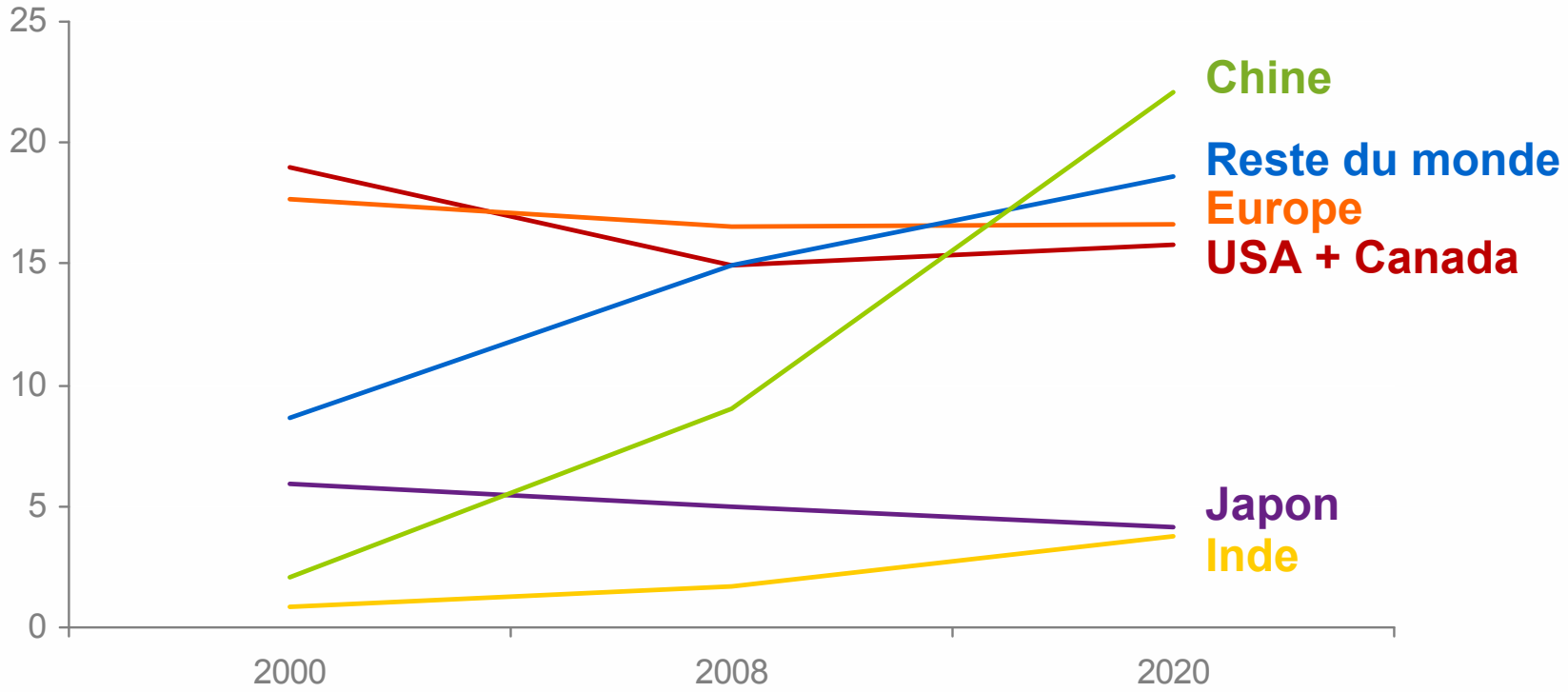
Philippe VARIN

Président du Directoire

UN COUP D'AVANCE

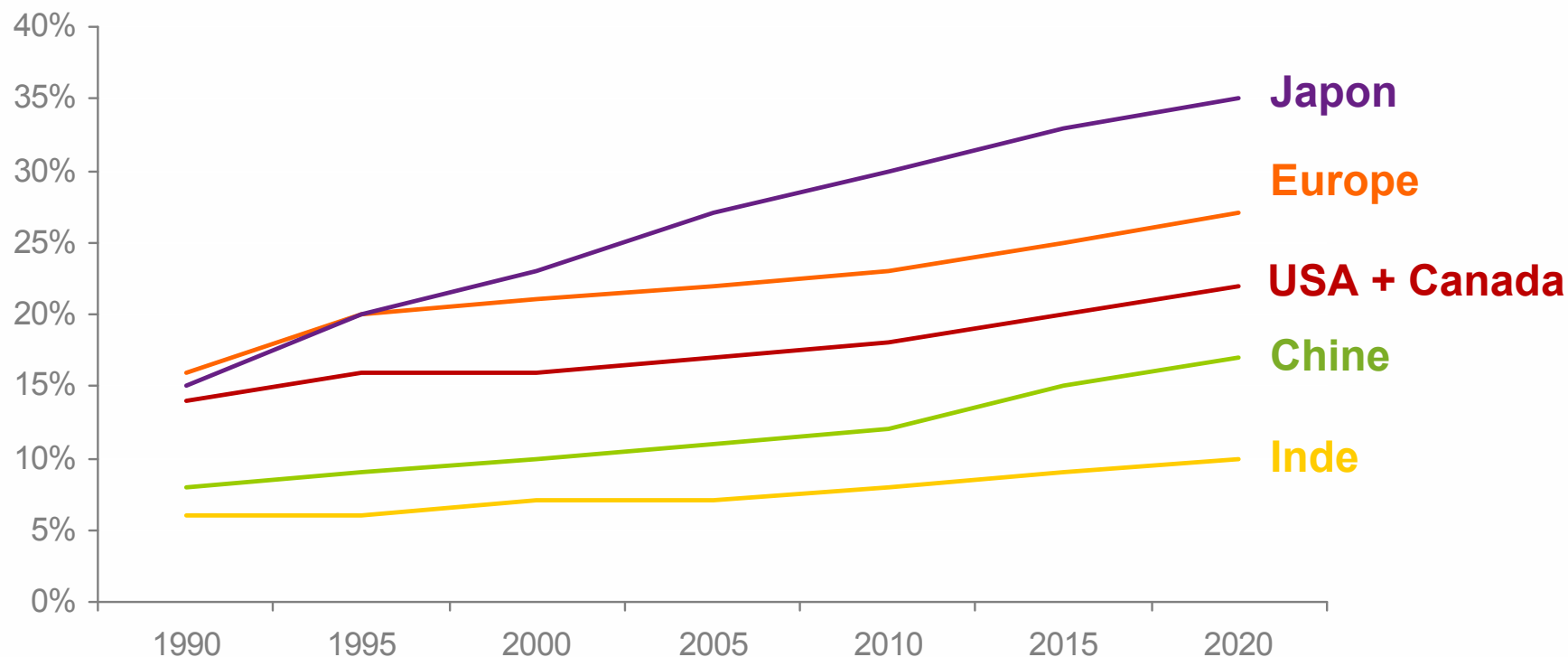
L'Asie tire la croissance mondiale

Marchés automobiles
(en millions de véhicules)



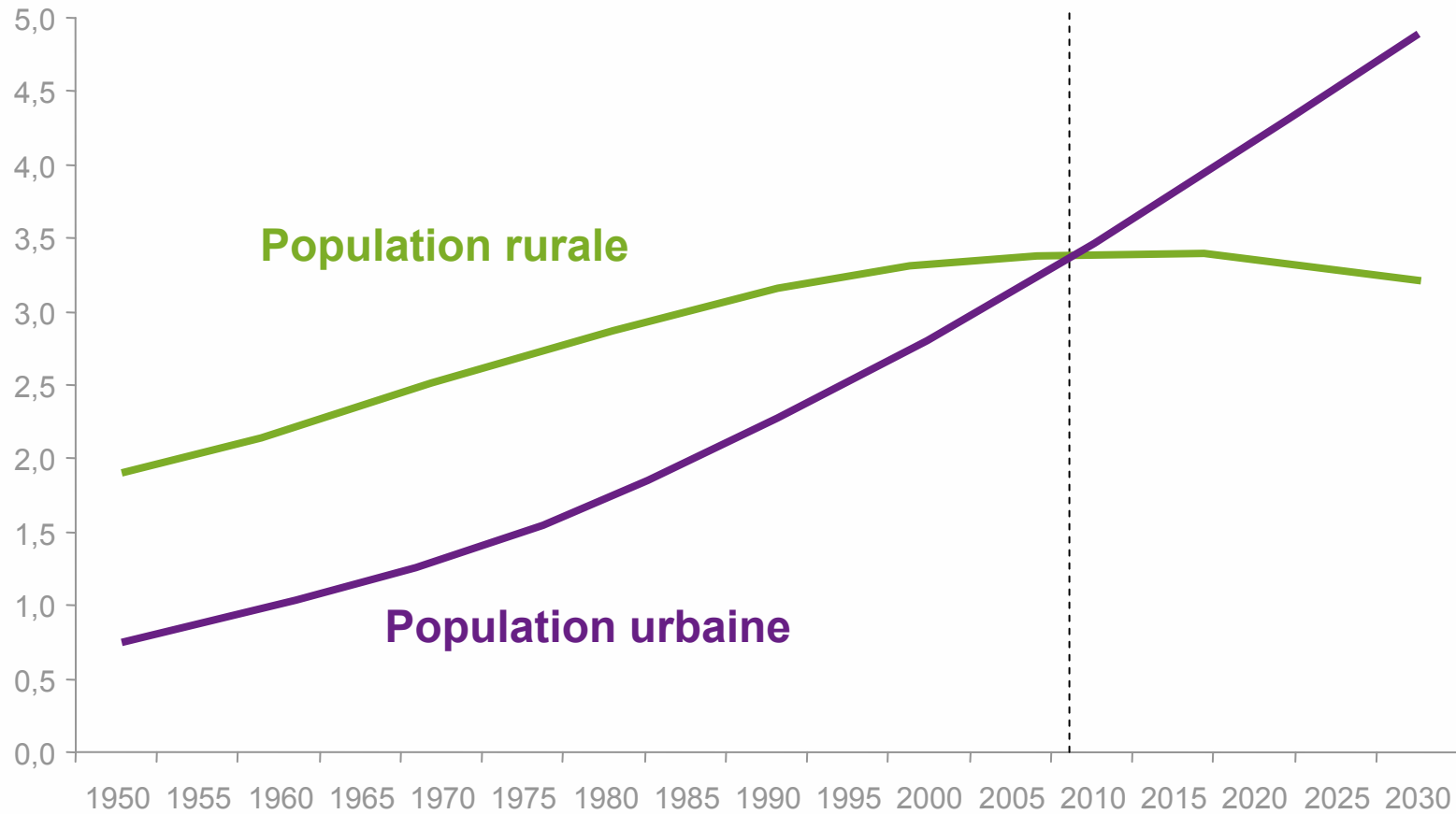
L'évolution démographique influe sur la demande

% des plus de 60 ans
dans la population totale



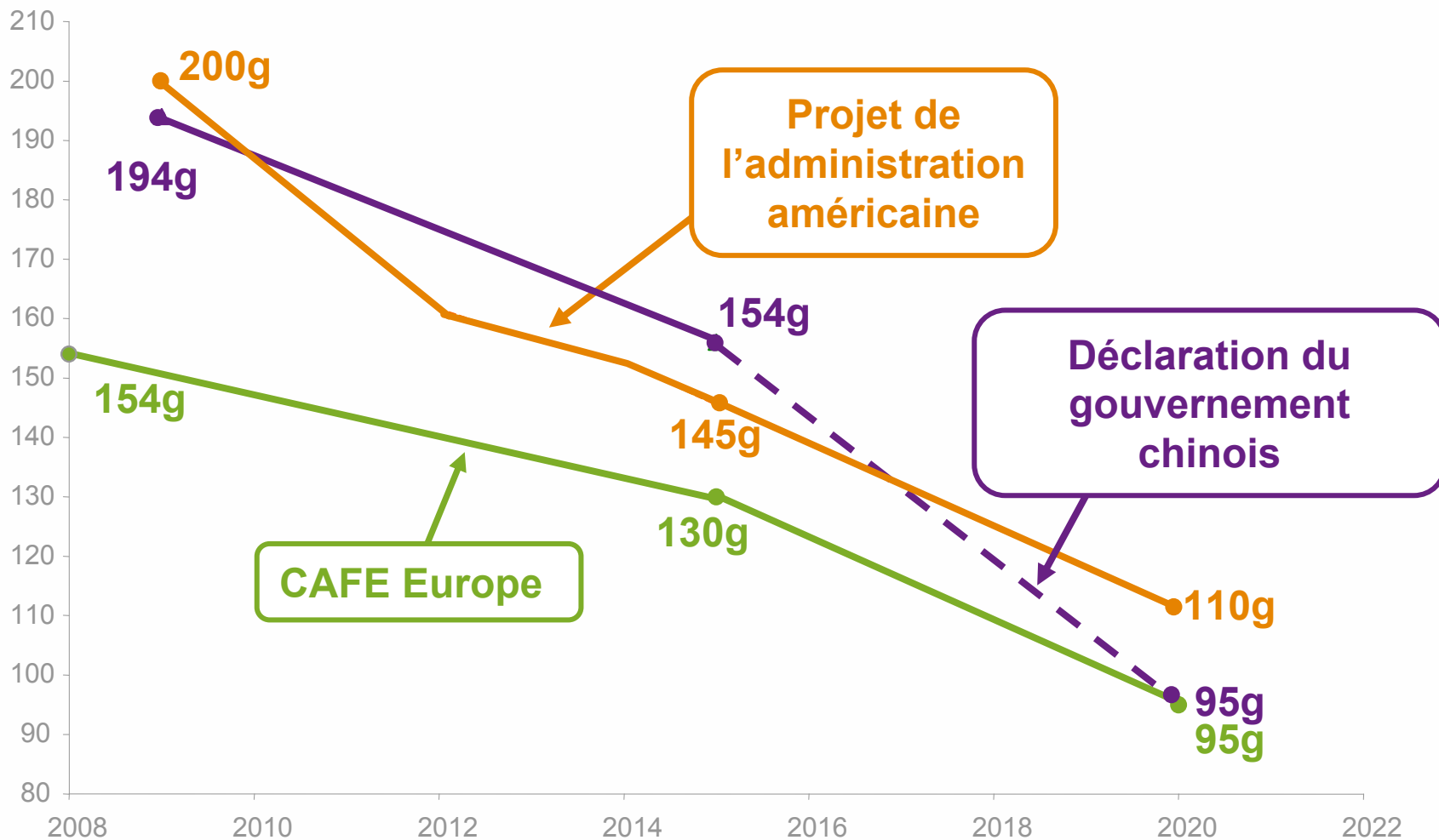
Pour la première fois, la population urbaine dépasse la population rurale

Population
(en milliards)



Convergence mondiale des objectifs de CO₂

g. de CO₂/km



Nos réponses

L'Asie tire la croissance mondiale

- Être un acteur global

L'évolution démographique influe sur la demande

- Un coup d'avance dans le design
- Un coup d'avance dans les services de mobilité

La population urbaine dépasse la population rurale

- Un coup d'avance dans les voitures propres
- Un coup d'avance dans les services de mobilité

Convergence mondiale des objectifs de CO₂

- Un coup d'avance dans les voitures propres



Un coup d'avance

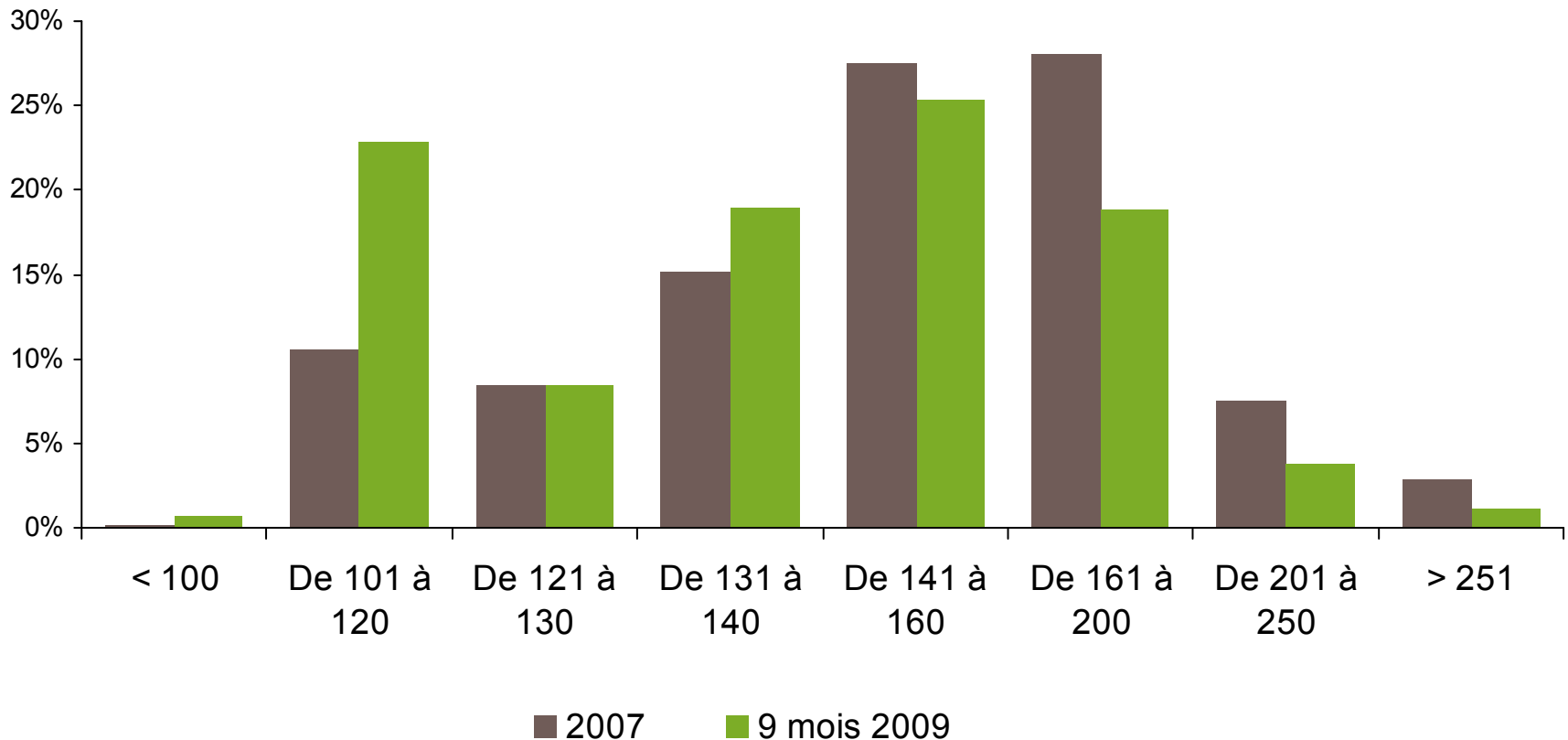
Grégoire OLIVIER

Directeur Programmes
& Stratégie Automobile

UN COUP D'AVANCE

Évolution des attentes des consommateurs

% d'immatriculations par tranche d'émissions de CO₂



* Europe 15 hors Grèce

Optimiser la performance environnementale globale

Moteur

Réduction de 10 %
de la consommation
→ Gain : 15g CO₂

Aérodynamisme

Réduction de 5dm² sur le SCx
→ Gain : 2,5g CO₂



Poids total

Réduction de 100 kg
→ Gain : 4g CO₂

Résistance au roulement

Réduction de 10 % de la
résistance au roulement du pneu
→ Gain : 2g CO₂

Des technologies pour une mobilité durable

CO₂

-15%

- **Stop & Start**
Réduction des émissions de CO₂ jusqu'à 15 % en conduite urbaine

≤ 99g

- **Réduction de la cylindrée des moteurs essence**
Le nouveau 1l. 3 cylindres ramènera les émissions de CO₂ d'une voiture compacte urbaine à ≤ 99g CO₂/km

0g

- **Lancement d'un véhicule électrique lithium-ion en 2010**

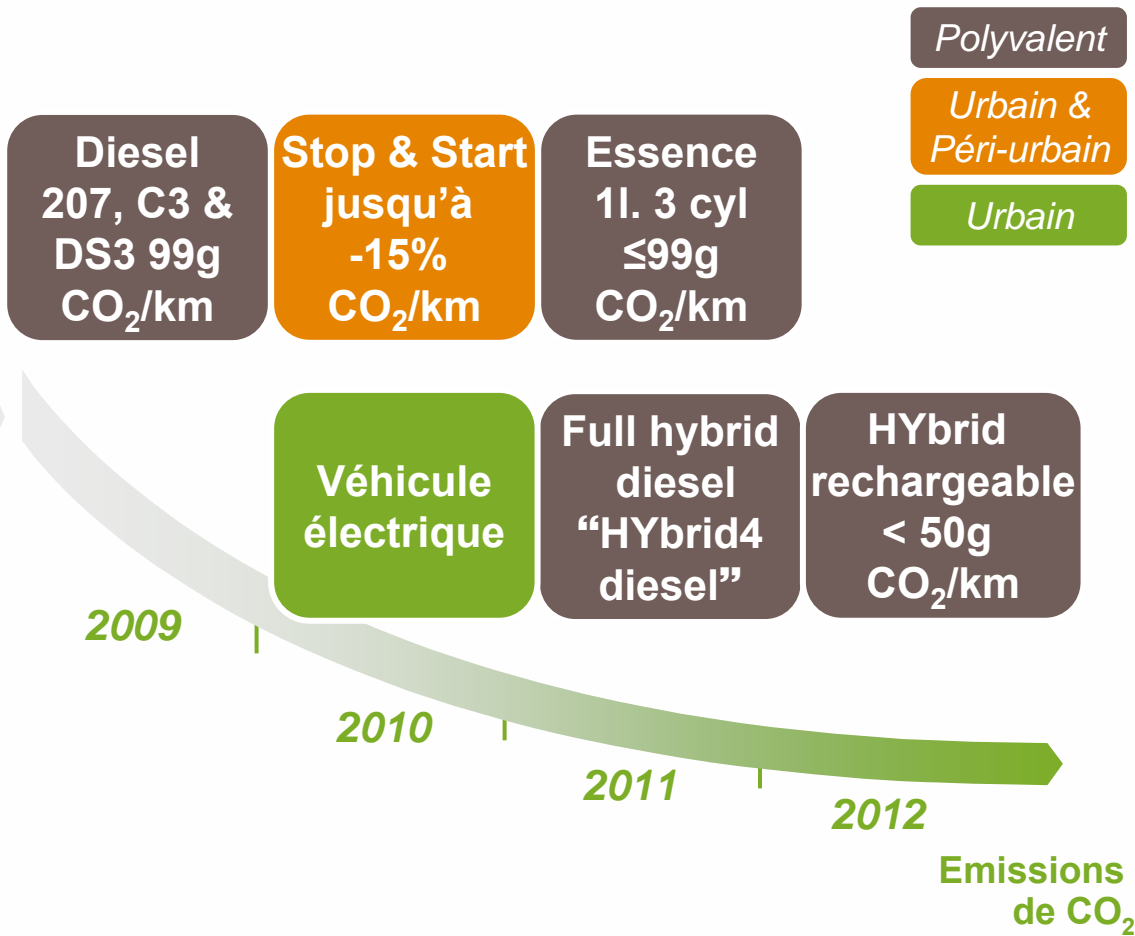
**99g
50g
(rechargeable)**

- **Hybride & Hybride rechargeable**
Premier constructeur à commercialiser un hybride Diesel

Part de marché jusqu'à 20% dans les véhicules électriques et hybrides en 2020

Un voiture propre pour chaque client

1 million de véhicules vendus en Europe < 120g CO₂/km en 2012





Des nouveaux services pour des nouveaux clients

Jean-Marc GALES

Directeur Marques

Principaux enjeux

- Véhicules électriques
- Services
- Mobilité – Mu by Peugeot

Véhicules électriques : 1^{er} sur le marché en 2010



Partner



iOn



E-Vivacity

1^{er} semestre 2010

2^e semestre 2010



Berlingo



C-ZERO

- > Possibilité de pré-commander iOn et C-ZERO dès maintenant
- ➔ Plus de 100 000 véhicules prévus dans les 5 prochaines années

Véhicules électriques et hybrides : Nos clients

Particuliers

- Offres hybride et hybride rechargeable
- Véhicules à faibles émissions (plus de 20 km en mode électrique) et monospaces

Auto-partage

- Offre électrique
- Conduite en ville à zéro émission
- Modèle silencieux et ludique

Flottes et administrations

- Offre électrique
- Réduction de CO₂ et faible coût d'utilisation
- Image

Accessible

Simple

Polyvalent

Véhicules électriques : nos atouts

Accessible

- Coût mensuel total de possession équivalent à une voiture classique

Simple

- Une solution de leasing « tout compris » (batterie incluse)

Polyvalent

- Véhicule électrique intégré dans une offre de mobilité de type « pay per use » comme Mu by Peugeot

Véhicules électriques : les pré-commandes ont déjà commencé et notre réseau se prépare

Premiers succès

- Démarrage rapide auprès des entreprises & administrations :

>9 lettres d'intention déjà signées en France et en Europe, dont :

- Sociétés de leasing
- Sociétés de transport de personnes
- Services publics

Nous sommes bien positionnés pour participer aux appels d'offres publics

- Deux réseaux professionnels entièrement équipés et formés aux véhicules électriques



Leadership dans les services aux clients

**Services liés à la
vente de véhicules**

500 000

véhicules neufs vendus
avec des contrats de
services fin 2012

**Services
de connectivité**

1 000 000

de véhicules équipés
de l'appel d'urgence fin 2012

**Services
de mobilité**

1^{er}

constructeur à proposer
un programme de mobilité
multi-produits

Mu BY PEUGEOT : N°1 en mobilité !



« Peugeot réinvente la mobilité »

- Une nouvelle offre de mobilité pré-payée
 - > Une carte pré-payée
 - > Un modèle « Pay Per Use »
 - > Des services sur-mesures



.....
Pour un week-end



.....
Toujours disponible



.....
Une après-midi à vélo



.....
Besoin occasionnel



Mu BY PEUGEOT : N°1 en mobilité !



Nos clients

Des urbains actifs, y compris des propriétaires d'autres marques, ou même non-motorisés

Nos ambitions

- **Déploiement européen en 2010**
 - > À Paris
 - > À Berlin
 - > Dans les grandes villes européennes

- **Amélioration continue de notre offre de mobilité :**
 - > Nouveaux services basés sur nos réalisations actuelles dans le domaine des véhicules électriques : voitures, vélos, scooters

Attirer les jeunes consommateurs...

**Ils recherchent
la flexibilité**

- Offrir de nouvelles solutions de mobilité pour les jeunes, notamment urbains : Mu by Peugeot

**Ils sont toujours
connectés**

- Développer la télématique embarquée et de nouveaux services numériques en ligne : www.mycitroen.fr et www.mypeugeot.fr

**Ils veulent
préserver la
planète**

- Réduire les émissions de CO₂ en lançant des véhicules électriques et hybrides
- Développer l'auto-partage

... pour construire notre avenir



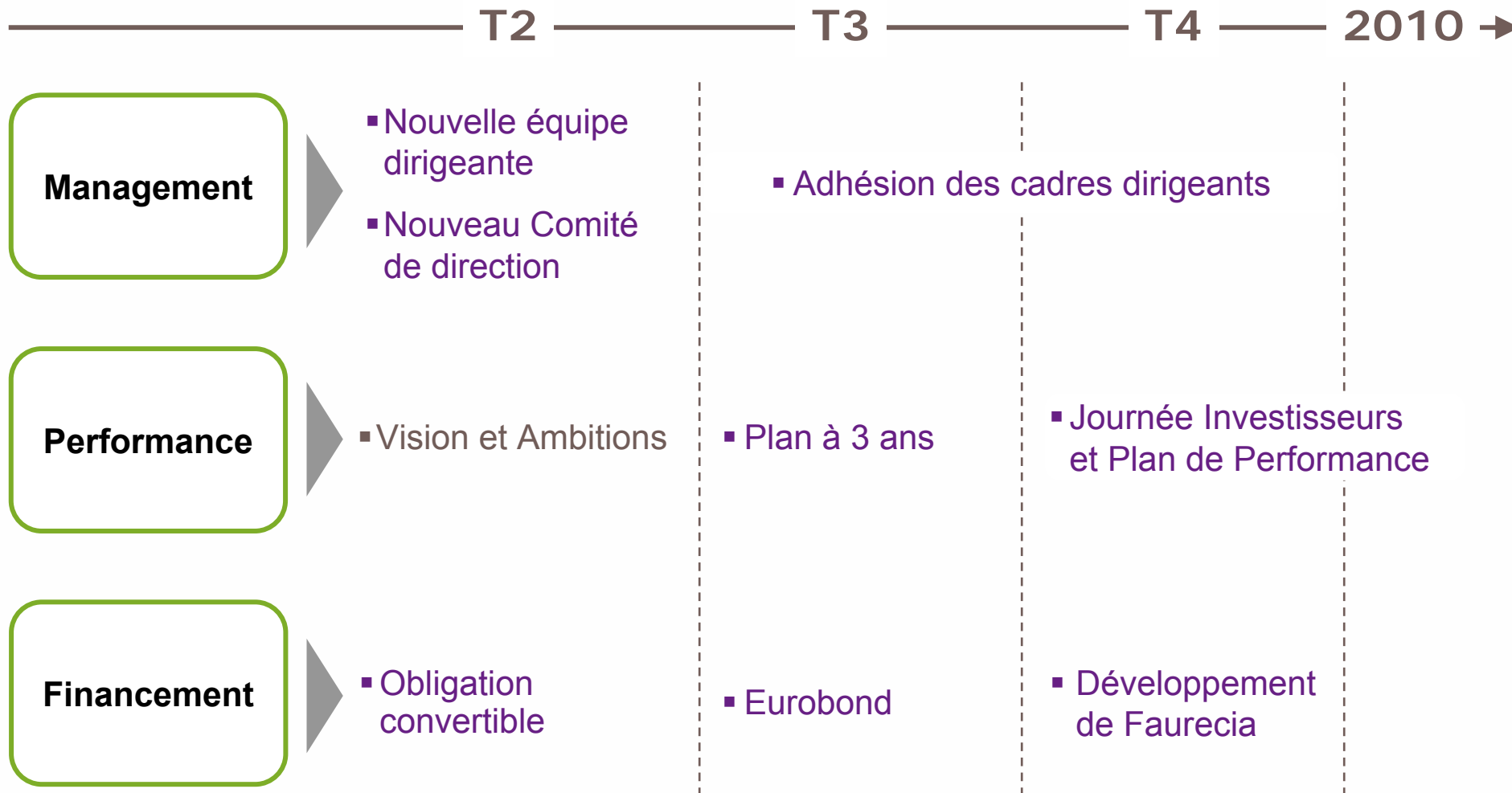
Plan de Performance

Philippe VARIN

Président du Directoire

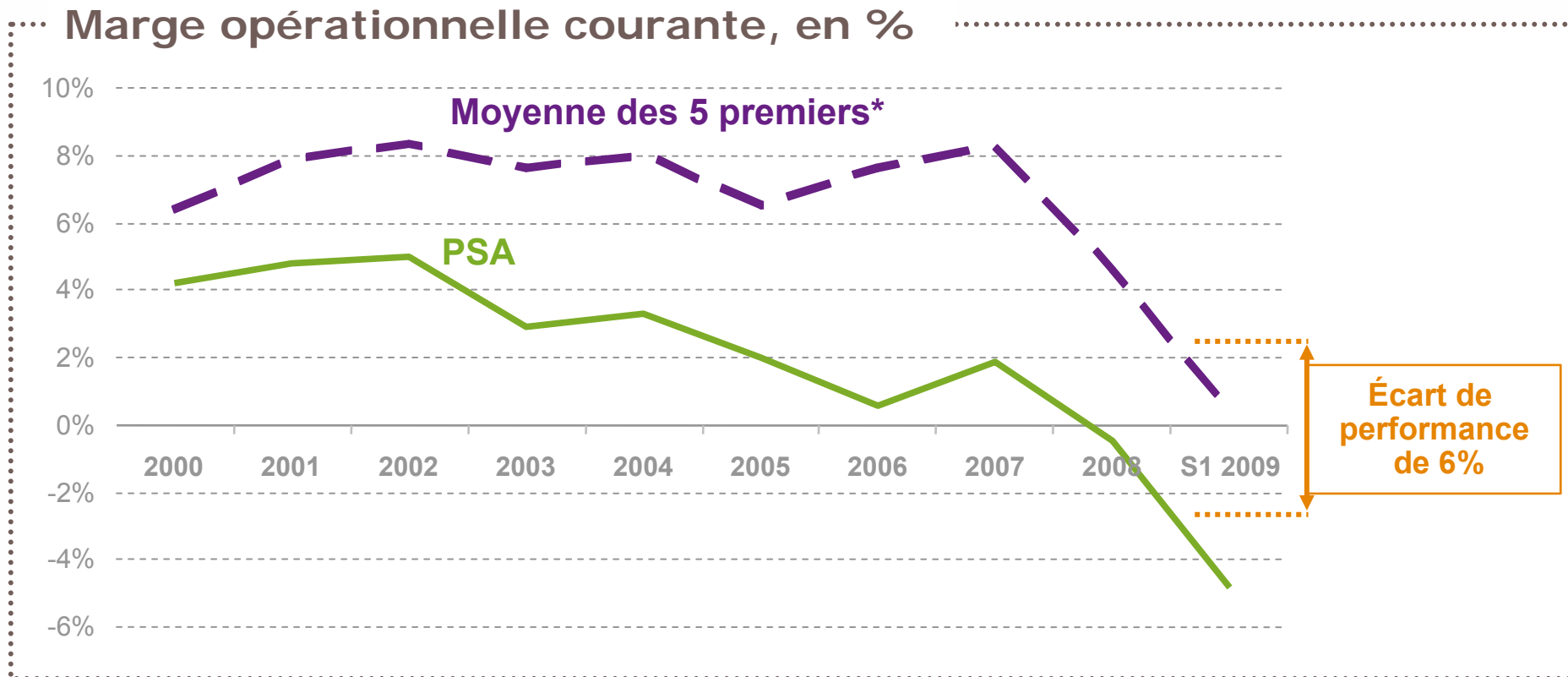
UN COUP D'AVANCE

Feuille de route 2009



Écart de rentabilité

- > Plan de performance de **3,3 Mrd €** pour combler l'écart de rentabilité avec les 5 meilleurs concurrents



* Moyenne annuelle du Top 5 – 2008 : VW, Honda, Hyundai, Daimler, Fiat

Plan de performance de 3,3 Mrd d'€ en 2010-2012

Nos ambitions

- Avoir un coup d'avance dans les véhicules et services
- Être un acteur global
- Être une référence du secteur en efficacité opérationnelle

30% Ventes & Marketing

15% Marchés à forte croissance

55% Production, Développement & frais généraux

Structure financière solide

Développement responsable

Plan de performance de 3,3 Mrd d'€ en 2010-2012

30% Ventes & Marketing

- Amélioration de la part de marché en Europe
- Brand management
- Services

15% Marchés à forte croissance

- Chine
- Amérique latine
- Russie

55% Production, Développement & frais généraux

- Utilisation des capacités
- Productivité industrielle
- Productivité en conception
- Réduction des frais généraux

Amélioration de la part de marché en Europe

Ventes & Marketing
30%

Âge moyen des
gammes 2010-2012 :
3,1 ans

- Nouveaux modèles distinctifs
- Cœur de gamme
 - > Continuité
 - > Nouveaux produits
 - > Véhicules électriques
- Entrée de gamme

Amélioration de la part de marché en Europe

Ventes & Marketing
30%

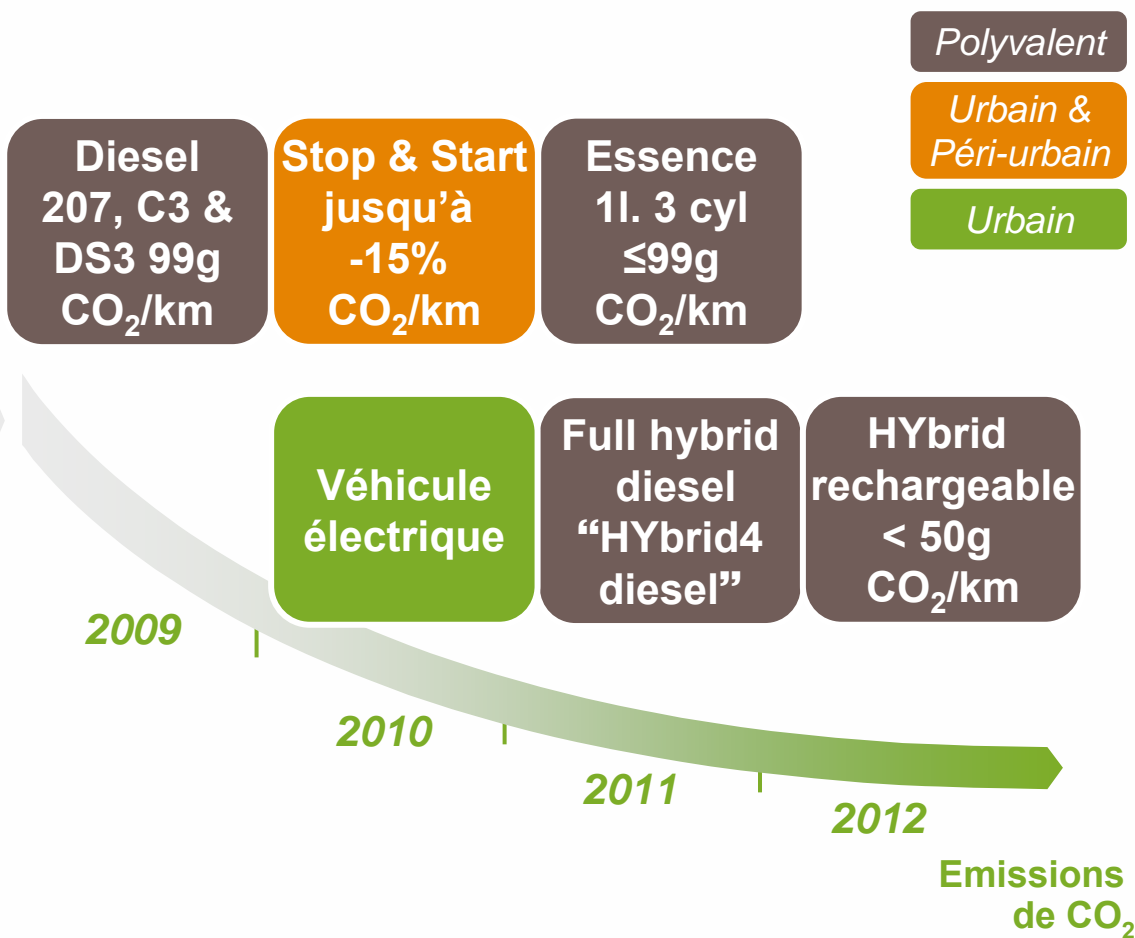
Porter la part de marché B to B de 14 % à 18 % d'ici 2012

- Elargir notre offre avec des véhicules électriques, des VUL et des solutions télématiques
- Ouvrir 400 centres d'affaires
- Porter le nombre de contrats corporate internationaux de 30 à plus de 200

Amélioration de la part de marché en Europe

Ventes & Marketing
30%

1 million de véhicules vendus en Europe < 120g CO₂/km en 2012



Brand management

Ventes & Marketing
30%

**Classement JD Power :
véhicules produits en
2012 dans le 1^{er} quartile**

- Nouveaux produits déjà au plus haut niveau en qualité
- Amélioration de la qualité de service client



CRÉATIVE TECHNOLOGIE



→ Janvier 2010

- Deux marques à l'identité claire et différenciée

Leadership dans les services aux clients

Ventes & Marketing
30%

**Porter le nombre de
contrats vendus en
Europe de 300 000
à 500 000 d'ici 2012**

- Enrichir l'offre de services de maintenance, d'assurance et de financement



- Développer Mu by Peugeot

Marchés à forte
croissance
15%

**Porter la couverture
du marché de 30 %
à 40 %**

- Lancement de nouveaux modèles tricorps
- Ouverture d'une seconde usine à Wuhan
- Elargissement de l'offre de moteurs et de boîtes automatiques

Amérique latine

Marchés à forte
croissance
15%

**Porter la couverture
du marché de 40 %
à 57 %**

- Lancement de nouveaux véhicules
- Argentine : priorité à la rentabilité
- Brésil : augmentation de la part de marché

Marchés à forte
croissance
15%

**Porter la couverture
du marché de 48 %
à 77 %**

- Démarrer la production de la nouvelle usine en JV avec MMC au T1 2010
- Atteindre en 2012 la pleine capacité de production (125 000 véhicules du segment C)

Utilisation des capacités

Production, Développement
& frais généraux
55%

**Porter le taux
d'utilisation des
capacités en Europe
de 81 % en 2008
à 105 % en 2012***

- Moitié par la réduction des capacités (Aulnay, Rennes)
- Moitié par la croissance des volumes

* Capacité horaire x 16 heures x 235 jours

Productivité industrielle

Production, Développement
& frais généraux
55%

**Réduire de 20 %
le nombre d'heures
de production par
véhicule**

- Réduction de 30 % de la diversité technique des véhicules
- Optimisation de l'utilisation des superficies – Ex. : Poissy, Mulhouse -20 %
- Déploiement du "Système d'Excellence PSA" basé sur le Lean
- Croissance des volumes

Productivité en conception

Production, Développement
& frais généraux
55%

**Accroître de 20 %
la productivité en
conception**

- Porter le taux de reconduction des composants de 30 % à 50 %
- Développer la capacité et la modularité des plates-formes
- Porter de 25 % à 50 % les achats de fonctions véhicules auprès de nos 15 fournisseurs stratégiques
- Approfondir les coopérations

Frais généraux

Production, Développement
& frais généraux
55%

**Réduire les frais
généraux de
400 M€ d'ici 2012**

- Réseau de distribution propre
- Frais d'administration
- Efficacité de l'organisation des marques

Des fondations solides

**Systeme
d'Excellence
PSA**

**Développement
responsable**

- > Compétences
- > Dialogue social
- > Conditions de travail
- > Éthique

Plan de performance de 3,3 Mrd d'€ en 2010-2012

Nos ambitions

- Avoir un coup d'avance dans les véhicules et services
- Être un acteur global
- Être une référence du secteur en efficacité opérationnelle

30% Ventes & Marketing

15% Marchés à forte croissance

55% Production, Développement & frais généraux

Structure financière solide

Développement responsable



Perspectives

Frédéric SAINT-GEOURS

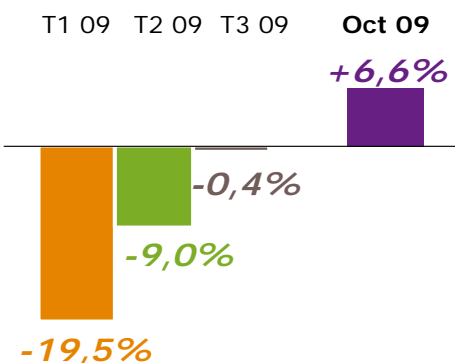
Directeur Financier & du
Développement Stratégique

UN COUP D'AVANCE

Redressement du marché et succès des nouveaux modèles

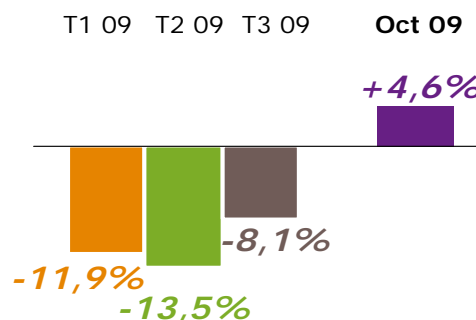
Voitures particulières et véhicules utilitaires légers - Marché

10 mois 2009 **-8,7%**



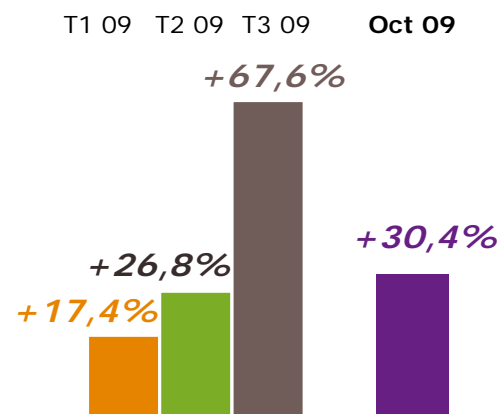
Europe*

10 mois 2009 **-9,4%**



Amérique latine

10 mois 2009 **+38,6%**



Chine*

Voitures particulières et véhicules utilitaires légers – Part de marché PSA

12,9%



T3 2008

T3 2009

Europe*

5,3%



T3 2008

T3 2009

Amérique latine

2,9%



T3 2008

T3 2009

Chine**

* Europe = UE + AELE + Croatie ** Voitures particulières

Perspectives

Nos hypothèses de marché

- 2009 : marché européen en baisse de 7 %
- Bonne dynamique en Chine et au Brésil
- 2010 : reprise au S2

Nos prévisions pour 2009

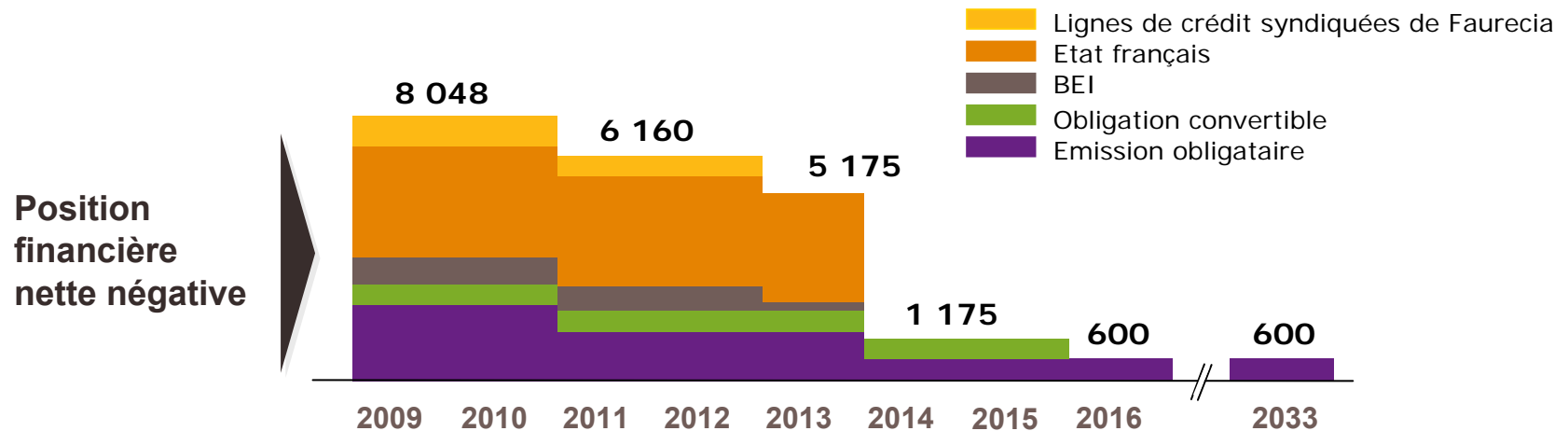
- Part de marché de 14 % en Europe au S2 grâce aux lancements de nouveaux modèles
- Le résultat opérationnel courant devrait être à l'équilibre au S2
- Le cash flow libre devrait être positif en 2009

Une structure financière solide

Retour des ratios financiers à un niveau « investment grade »

Maintien des liquidités

Dette brute en millions d'euros au 30/06/09



*Capital hors intérêts courus



Conclusion

Philippe VARIN

Président du Directoire

UN COUP D'AVANCE

Notre feuille de route vers la rentabilité et la croissance

- Des ambitions claires
- Une amélioration significative de la performance
- Une équipe dirigeante dans l'action
- Une structure financière solide