



DOSSIER DE PRESSE

Paris, 7 septembre 2016

Le Groupe PSA en Chine

Sommaire

1. La vision du Groupe PSA en Chine	3
2. Les dates du développement.....	4
3. Implantations du Groupe PSA en Chine	7
4. La direction Asie et l'organisation du Groupe.....	8
5. Dongfeng Group	9
5.1 Organisation.....	10
5.2 Production 2015.....	11
6. DPCA - Dongfeng Peugeot Citroën Automobile	12
6.1 Ventes DPCA 2015	15
6.2 Outil Industriel	15
6.3 L'usine de Chengdu	17
7. CAPSA - Changan PSA Automobile Co., Ltd.....	22
7.1 Ventes CAPSA 2015.....	23
7.2 Outil Industriel	23
8. Ventes du Groupe PSA en Chine.....	24
8.1 Ventes en 2015.....	24
8.2 Historique des ventes	25
9. China Tech Center	26
10. Un engagement sociétal reconnu et récompensé	27
10.1 Innovation et solution de mobilité durable.....	27
10.2 Implication dans les communautés hôtes	29

1. La vision du Groupe PSA en Chine

Depuis 2009, le marché chinois est le premier marché automobile mondial. En 2015, il représente 18 millions de véhicules particuliers.

Avec un taux d'équipement qui reste peu élevé, 75 véhicules pour 1000 habitants, le potentiel de croissance du marché automobile est extrêmement important.

La classe moyenne chinoise, première classe moyenne dans le monde, après les Etats-Unis, avec 110 millions de personnes, pourrait doubler d'ici moins de dix ans et représenter 220 millions de Chinois.

Le potentiel de croissance de la consommation en Chine est inédit. L'économie chinoise était traditionnellement tirée par l'investissement et les exportations, mais les chinois représentent désormais la plus importante épargne du monde (10.000 milliards de dollars sur les comptes particuliers), quand la consommation des ménages ne représente que 37 % de leur PIB (70 % aux Etats-Unis, 60% en Inde). Le niveau de vie dans les campagnes augmente également très vite pour atteindre les 6000 dollars de revenu par habitant rural, niveau à partir duquel la consommation dans les villes a accéléré dans le passé (*Source KPMG*).

En mars 2014, il devient le premier marché du Groupe PSA dans le monde. En 2015, il représente 731 000 ventes, soit 25% des ventes totales du Groupe (9% en 2009).

Le Groupe s'est doté d'une vision, qui détaille ses objectifs de développement en Chine et ASEAN à l'horizon 2021 (plan Push to Pass) :

- 1 million de ventes d'ici 2018 en Chine et ASEAN
- 10 % de marge opérationnelle DPCA & CAPSA d'ici 2021
- + 50 % de ventes dans la région en 2021 vs 2015
- 1^{ère} pierre d'une usine en Asie du Sud-Est d'ici 2018
- 20 lancements véhicules en Chine dont 3 PHEV et 2 BEV

Le développement du Groupe en Chine est fondé sur l'accélération du développement des deux joint-ventures DPCA (pour les marques Peugeot et Citroën) et de CAPSA (pour la marque DS).

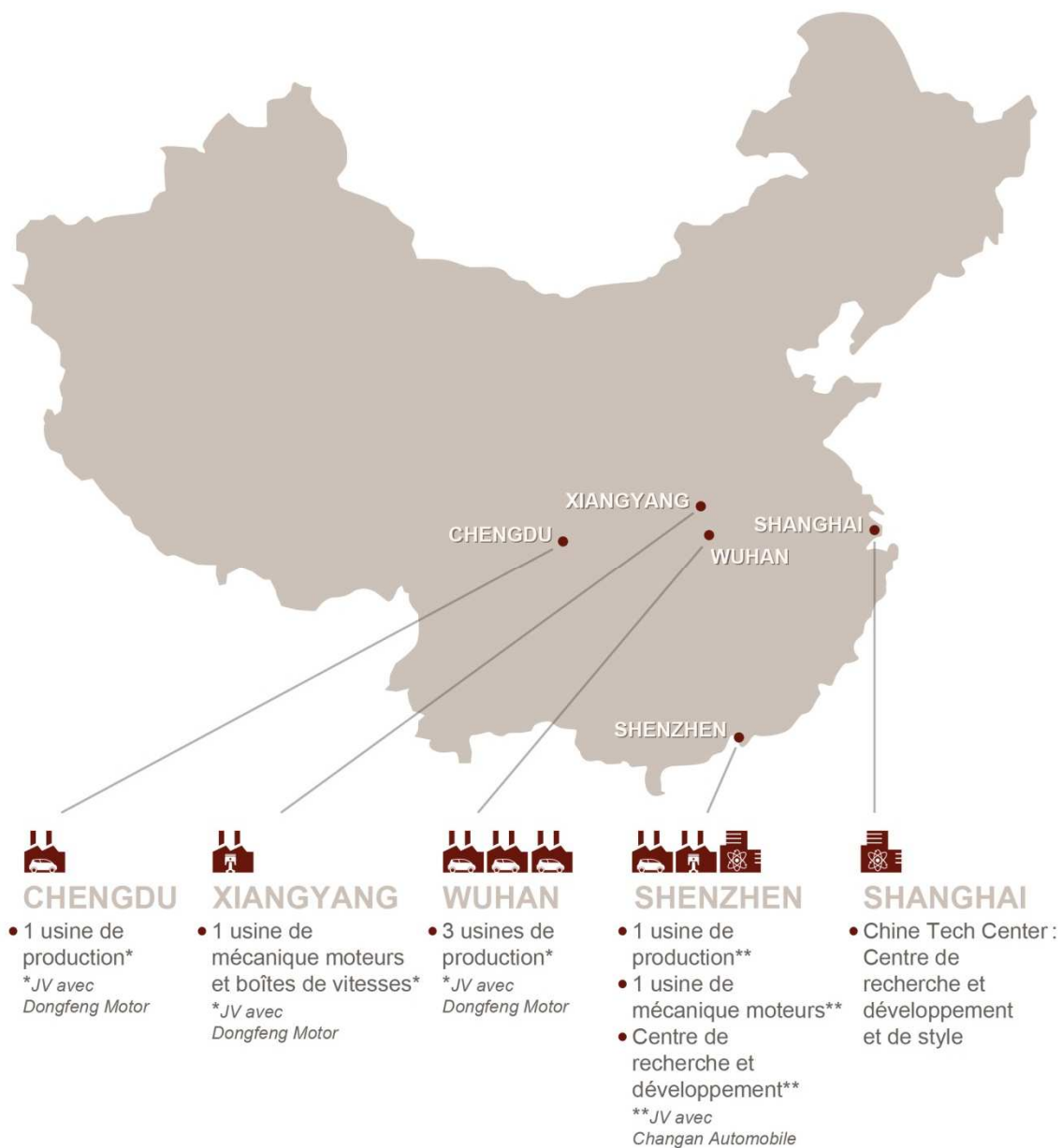
2. Les dates du développement

- 1985** Création de la société mixte Guangzhou Peugeot Automobiles (GPAC).
- 1990** Signature du contrat de société mixte entre Citroën et SAW – Second Automobile Works (devenu Dongfeng Motor), 2^{ème} constructeur chinois de camions.
- 1992** Création officielle de DCAC, la société mixte Dongfeng Citroën Automobile Company, joint-venture constituée entre Automobiles Citroën et Dongfeng Group (DFG)
- Début de la production en SKD (Semi-Knocked-Down) de la Citroën ZX Fukang bicorps.
- 1996** Démarrage de l'ensemble des installations (capacité : 150 000 véhicules par an).
- 1997** Cession des parts de Peugeot dans la société GPAC.
- 2000** Augmentation du capital de DCAC, porté à 6 milliards de RMB.
- 2002** Signature à Pékin de l'accord sur la 2^{ème} phase de la coopération entre PSA Peugeot Citroën et Dongfeng Motor.
- DCAC devient DPCA (Dongfeng Peugeot Citroën Automobile)
- Augmentation du capital de la joint-venture de 1 milliard de RMB.
- 2004** Engagement d'un investissement industriel majeur de 600 millions € pour porter la capacité industrielle de DPCA à 300 000 véhicules par an et engager le lancement de nouveaux véhicules
- PSA et DFM deviennent actionnaires à 50% de DPCA.
- 2006** Sortie de ligne de la Peugeot 206, 1^{er} véhicule produit sur la plateforme 1 à DPCA.
- Lancement de DPCAFC, joint-venture de financement automobile en Chine entre Bank of China, Banque PSA Finance et DPCA.
- Pose de la 1^{ère} pierre de la 2^{ème} usine de DPCA à Wuhan en présence du Président de la République française, Jacques Chirac.

- 2007** Création de la nouvelle Direction Chine, basée à Pékin, en charge de l'ensemble des activités de PSA Peugeot Citroën en Chine.
- 2008** Signature d'un accord de coopération entre PSA Peugeot Citroën et l'Institut d'études automobiles de l'Université Tongji à Shanghai dans le domaine de la R&D
- Le centre de R&D et de Design de Shanghai devient opérationnel sous le nom de China Tech Center (CTC).
- 2009** Entrée en production de l'usine de Wuhan 2.
- 2010** Présentation à Shanghai en première mondiale de Metropolis, le 1^{er} concept-car Citroën imaginé et réalisé au China Tech Center.
- PSA Peugeot Citroën, partenaire du Pavillon France à l'Exposition Universelle Shanghai 2010
- Signature du contrat de joint-venture entre Chang'An et PSA Peugeot Citroën. Cette joint-venture basée à Shenzhen produira les véhicules de la gamme Citroën DS.
- Mise en place à Shanghai de la direction Asie du Groupe dirigée par un membre du directoire de PSA.
- Renforcement du partenariat avec Dongfeng.
- 2011** Présentation, en première mondiale à Shanghai de la DS 5.
- Présentation à Shanghai en première mondiale de SXC, le 1^{er} concept car de Peugeot imaginé et réalisé à Shanghai par les équipes du CTC.
- Cérémonie de pose de la première pierre Wuhan 3.
- 12 juillet : approbation par la Commission Nationale de Développement et de Réforme de « Changan PSA Automobile Co., Ltd » (CAPSA), une joint-venture entre China Changan Automobile Group et PSA Peugeot Citroën.
- 20 novembre : inauguration de CAPSA à Shenzhen
- 2012** 21 mars : lancement de la nouvelle C-Quatre de Dongfeng Citroën à Suzhou

- 2013** 20 juillet : inauguration de Wuhan 3 avec une capacité de 300 000 véhicules par an.
- DPCA confirme son objectif de 5% de part de marché en 2015.
- Inauguration de l'usine CAPSA à Shenzhen d'une capacité de 200 000 véhicules par an.
- Lancement commercial de la DS5 produite localement.
- 2014** 19 février : renforcement du partenariat industriel et commercial avec Dongfeng Group avec un engagement commun de faire entrer DPCA dans une nouvelle phase de son développement avec pour objectif de vendre 1,5 millions de voitures en Chine et en ASEAN d'ici 2020.
- Entrée de DFG au capital de PSA Peugeot Citroën.
- Annonce par DPCA de la construction de sa 4^{ème} usine à Chengdu avec une capacité à terme de 300 000 véhicules par an. L'usine sera dédiée à la production des véhicules des segments SUV et MPV. La production démarrera en 2016.
- 21 décembre : lancement commercial du SUV Citroën C3-XR
- 2015** Mars : DPCA lance la production à Wuhan 1 de la Fengshen L60, le 1^{er} véhicule de sa marque propre.
- 19 avril : 1^{er} anniversaire du partenariat stratégique – Annonce du développement en commun d'une plate-forme mondiale pour la production de véhicules des segments B et C entrée de gamme et signature d'un accord pour la création d'un centre de R&D commun.
- 4 novembre : DPCA reçoit le Prix National de la Qualité (National Quality Award), la plus haute distinction qualité du pays. DPCA devient ainsi la 1^{ère} co-entreprise automobile filiale d'un constructeur national à recevoir cette distinction.
- 2016** 11 mai : présentation du nouveau plan moyen terme « 5A+ » de DPCA avec 2 nouveaux accords : conception d'une version électrique de la plateforme CMP (e-CMP) à partir de 2019, et accord cadre dans le domaine des Ressources Humaines pour accroître les synergies sur le développement à l'international des talents.
- 7 septembre : inauguration de l'usine de Chengdu (4^{ème} usine de DPCA) – capacité de 300 000 véhicules.

3. Implantations du Groupe PSA en Chine



4. La direction Asie et l'organisation du Groupe

Basée à Wuhan, la direction Asie est responsable du développement de l'ensemble des activités du Groupe PSA en Chine et dans tous les autres pays de l'Asie du Sud-Est : partenariats et coopérations, stratégie marketing, plan produits, développement des capacités locales de R&D, sourcing...

Son directeur, Denis Martin, est membre du comité exécutif du Groupe PSA.

Elle dispose de l'ensemble des compétences lui permettant d'assurer le développement du Groupe en Asie et d'être l'interlocutrice directe des joint-ventures DPCA et CAPSA.

La direction Asie permet au Groupe de renforcer sa dimension globale et de prendre en compte le rôle croissant de la Chine sur le marché automobile.

Aujourd'hui, outre la direction Asie, le Groupe PSA est présent en Chine à travers plusieurs entités :

- Dongfeng Peugeot Citroën Automobile Co. Ltd (DPCA), la joint-venture entre le Groupe PSA et Dongfeng Group, basée à Wuhan.
- Changan PSA Automobile Co., Ltd » (CAPSA), la joint-venture entre le Groupe PSA et le constructeur chinois Changan, basée à Shenzhen.

En Chine, 1^{er} marché du Groupe devant la France en 2015, PSA, avec ses partenaires stratégiques Dongfeng et Changan, a développé des activités importantes totalisant aujourd'hui :

- 5 usines terminales (4 DPCA et 1 CAPSA)
- 2 usines mécaniques (1 DPCA et 1 CAPSA)
- 1 centre de recherche et développement et de style (PSA) – Chine Tech Center
- 1 centre de recherche et développement (CAPSA)
- 1 siège régional Asie à Wuhan

Ces activités représentent un total de 19 000 emplois qui se répartissent de la manière suivante selon les sociétés (chiffre à fin 2015) :

- DPCA (usines, bureaux commerciaux Peugeot et Citroën, banque) : 15 382 salariés
- CAPSA (usine, bureau commercial DS) : 2 183 salariés
- PSA Management Company : 175 salariés
- Peugeot Citroën Automotive Trade Company (Chine Tech Center) : 691 salariés

5. Dongfeng Group

Dongfeng Group (DFG) est le deuxième constructeur automobile en Chine

DFG, fondé en 1969 (anciennement SAW, Second Automobile Works Co.) est basé à Wuhan (Hubei) et emploie 170 000 salariés sur ses principaux sites de production : Shiyang, Xiangyang, Wuhan, Guangzhou, Zhengzhou, Yancheng, Hangzhou, Chongqing.

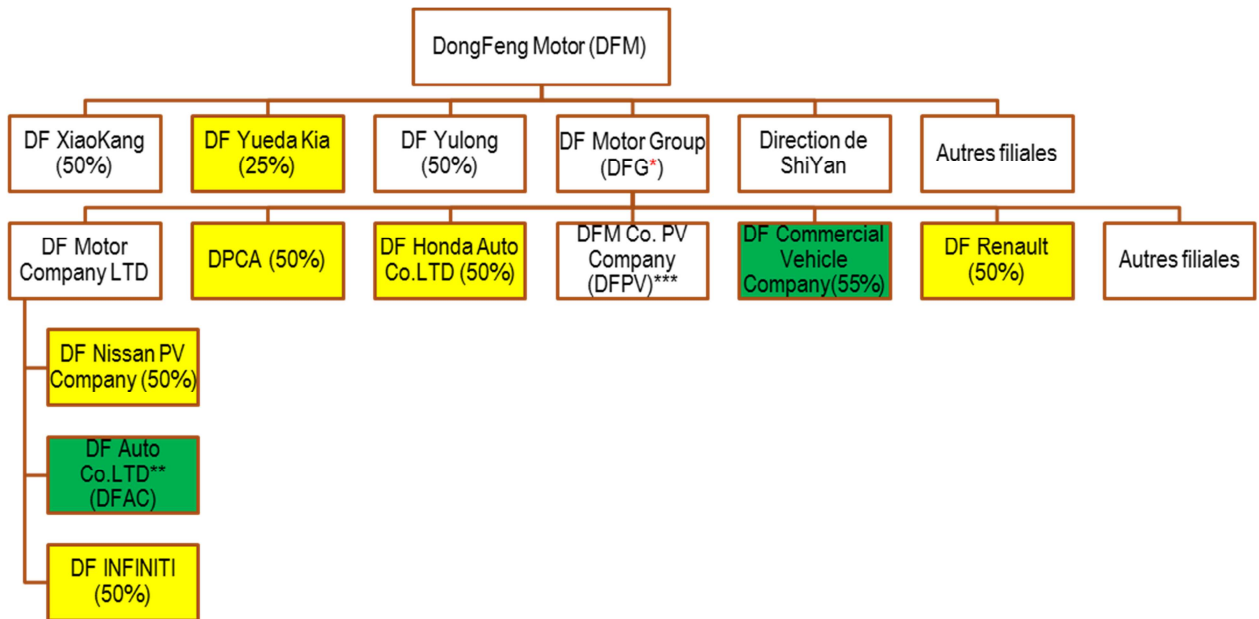
En 2015 DFG a vendu 3,87 millions de véhicules, en croissance de 1,84 % par rapport à 2014. Son chiffre d'affaires a atteint 48,78 Mds RMB (+ 1,35 % vs 2014) et sa part de marché en Chine s'établit à 15,7 %.

Le groupe est géré par SASAC, organisme dépendant du Conseil d'Etat ; il est le partenaire du Groupe PSA en Chine depuis plus de 20 ans.

DFG fait partie des 117 entreprises gérées directement par State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the State Council (SASAC - organisme dépendant directement du Conseil d'Etat).

Les présidents de ces sociétés sont directement nommés par SASAC et ont un statut de vice-ministre dans le système politique chinois.

5.1 Organisation



* : coté en Bourse à Hongkong ** : coté en bourse à Shanghai, *** produit Marque Fengshen
 ■ principaux JVs Véhicules particuliers ■ entités dédiées aux véhicules utilitaires

5.2 Production 2015

Production des véhicules particuliers et des mini-vans sous les marques JV et la marque Dongfeng, répartie sur différents sites industriels

Constructeurs	Volume de production 2015	Marques	Sites de production	Principaux modèles produits
DF Nissan	993 K	Nissan, Qichen	Guangzhou, Xiangyang, Zhengzhou, Dalian	Livina, Tilda, Sylphy, Sunny, Teana, Qashqai, X-Trial, Murano, March, QiChen : D50, R30, R50, T70, E30, Lannia
DPCA	695 K	Citroën Peugeot FengShen	Wuhan	Citroën: C3-XR, C4L, C5, New C-Elysée, C-Quatre, C4 世嘉 Peugeot: 2008, 3008, 301, 308, 308S, 408, 508 Fengshen: L60
DF Yueda Kia	614 K	Kia	Yancheng	K2, K3, K3S, K4, K5, SOUL, Forte, Cerato, Sportage, Sportage R, KX3, new K5
DF Honda	388 K	Honda, CIIMO	Wuhan	Spirior, Civic, CR-V, XRV, JADE, Elysion, CIIMO, GREIZ
DF Xiaokang	276 K	Dongfeng	Chongqing, Shiyan	Mini van : Series C, Series K, Series V, Fengguang
DF Liuqi	283 K	DF FengXing	Liuzhou	JOYEAR, Lingzhi (Under DF Commercial Vehicle Company)
DFPV	97 K	DF FengShen	Wuhan	Fengshen A30, A60, AX7, CROSS, S30, E30, AX3
DF Yulong	60 K	Luxgen	Hangzhou	5 Sedan, CEO, 7SUV, 7MPV, U6
Zheng Zhou Nissan	74 K	Dongfeng	Zhengzhou	Shuaike, Oting, Fengdu
		Nissan		Paladin NV200 (Under DFAC)
DF Infiniti	26 K	Infiniti	Xiangyang	Q50L, QX50L
DF Renault	0	Renault	Wuhan	Commercial à partir 2016

6. DPCA - Dongfeng Peugeot Citroën Automobile

Fondée en 1992, DPCA est une joint-venture à parts égales entre le Groupe PSA et Dongfeng Group, basée à Wuhan, capitale de la province du Hubei. DPCA emploie plus de 15 000 personnes.

Elle produit et commercialise en Chine ses véhicules sous les marques Dongfeng Peugeot, Dongfeng Citroën et Fengshen.

DPCA est la première entreprise automobile chinoise à publier un rapport développement durable annuel.

DPCA emploie 15 382 salariés (à fin 2015) et est composé de :

- 4 usines terminales (3 à Wuhan et 1 à Chengdu)
- 1 usine mécanique à Xiangyang
- le bureau commercial de PEUGEOT à Pékin
- le bureau commercial de CITROËN à Shanghai
- la banque Dongfeng Peugeot Citroën Automotive Finance Company à Pékin

En septembre 2010, le Groupe PSA et DFG ont annoncé le renforcement de leur partenariat avec notamment un investissement global de 11 milliards de RMB sur 5 ans, une gouvernance simplifiée et plus efficace, et un plan produit enrichi, avec au moins un lancement véhicule par an et par marque.

Le 28 mars 2014, le Groupe PSA et DFG ont franchi une nouvelle étape avec la signature d'un accord de partenariat stratégique dans les domaines industriel et commercial.

Ce partenariat stratégique comprend 3 volets :

- accélération du développement de DPCA pour produire et commercialiser en Chine et en ASEAN 1,5 million de véhicules par an à l'horizon 2020,
- création d'un centre de R&D commun en Chine, dédié au développement des produits et technologies destinés aux marchés à forte croissance en Chine et en ASEAN,
- création d'une nouvelle joint-venture ayant pour objectif de développer les ventes des véhicules des marques Peugeot, Citroën et Fengshen (marque propre DPCA) en Asie du Sud-Est, et potentiellement sur d'autres marchés en croissance.

Le 4 novembre 2015, DPCA a reçu à Pékin le prestigieux Prix National de la Qualité (National Quality Award), la plus haute distinction qualité du pays. Ce prix, qui récompense le management de la performance et les progrès accomplis par DPCA, a été remis à l'occasion de la 15^{ème} édition du China Quality Award. 80 entreprises étaient en compétition.

DPCA devient ainsi la première co-entreprise automobile filiale d'un constructeur national à recevoir cette distinction. Cette reconnaissance démontre l'importance du rôle industriel que joue DPCA en Chine dans tous les domaines : la stratégie produit, la R&D, les achats, la production, la supply chain, la vente et les services après-vente, la politique sociale.

Créé en 2001, le Prix National de la Qualité est remis chaque année par l'Association Nationale de la Qualité en Chine après un long processus d'évaluation. C'est la plus haute récompense en matière d'excellence de la performance des entreprises en Chine. Le National Quality Award est l'équivalent en Chine du Malcolm Baldrige National Quality Award aux États-Unis, du prix Deming au Japon et du EFQM Excellence Award en Europe.

Le 11 mai 2016, DPCA présente **le nouveau plan moyen terme « 5A+ »**. Le Groupe PSA et Dongfeng Motor (DFM) s'engagent et renforcent leur partenariat stratégique pour répondre aux exigences du marché chinois, tout en améliorant la performance économique de cette JV avec des objectifs clairs :

Les 3 objectifs stratégiques du plan de développement à moyen terme de DPCA :

- Une forte progression de la satisfaction client sur les produits et les services en intégrant le TOP 3 du secteur d'ici à 2018 et en visant la 1^{ère} place en 2020
- Un chiffre d'affaires dépassant les 100 milliards de RMB d'ici 2020
- Une croissance rentable et durable fondée sur 30% de gains de productivité d'ici 2020

Les 5 axes stratégiques de plan de développement à moyen terme de DPCA :

- Une accélération des synergies pour parvenir à un système d'exploitation intégré hautement efficace :
 - Un système de fabrication intelligent, s'appuyant sur les nouvelles plates-formes EMP2 et CMP ; des usines excellentes, flexibles et modulaires
 - Un système de R&D international
 - Un système de plate-forme de services pour couvrir tous les besoins client
 - Un système de management efficace tourné vers l'excellence. Les deux Groupes ont signé un accord cadre dans le domaine des Ressources Humaines, pour accroître les synergies sur le développement à l'international des talents. Cette coopération se concrétisera par des échanges de talents, pendant une période déterminée sur des postes opérationnels, dans les domaines Recherche et Développement, Marketing, Industriel, Finances et Ressources Humaines. Des échanges de bonnes pratiques seront également réalisés dans chaque domaine RH et permettront d'identifier des coopérations possibles.

- Une accélération du plan produit pour offrir une large gamme de produits attractifs, technologiques et mondiaux
 - Une riche gamme de produits : 12 nouveaux modèles (>1/an/marque), percées dans les segments SUV et MPV, 5 modèles NEV
 - Des technologies avancées : PHEV dès 2019, BEV dès 2019; déploiement des ADAS
 - Un ADN français : 2 marques avec un style différencié

- Une accélération des exigences qualité pour garantir des voitures et des services d'excellente qualité.
 - Application de nouveaux matériaux, garantissant la qualité de l'air habitacle ; recyclage des véhicules et contrôle strict des matières dangereuses
 - Application innovante des nouvelles technologies

- Une accélération des capacités marketing pour augmenter la force de nos deux marques françaises, généralistes et distinctives.
 - Dongfeng Citroën « New LongTeng ». Objectif : « to become the people minded brand »
 - Dongfeng Peugeot « Blue upper ». Objectif : « to become the best high end generalist brand »

- Une accélération de la capacité d'innovation et de développement de nouveaux services pour devenir le compagnon de mobilité visionnaire des clients.
 - Connaissance précise des (besoins des) clients
 - Nouveaux services rapides
 - Expériences de mobilité libre

6.1 Ventés DPCA 2015

En 2015, DPCA a vendu en Chine 704 818 véhicules, un chiffre de ventes en hausse de 1 % comparé à 2014.

6.2 Outil Industriel

DPCA disposait jusqu'à présent d'un outil industriel dont la capacité de production pouvant atteindre 700 000 véhicules par an. Cet outil se compose de trois usines terminales à Wuhan et d'une usine mécanique à Xiangyang. Avec la 4^{ème} usine de Chengdu les capacités de production sont portées à plus d'un million de véhicules par an en 2016, en cohérence avec l'objectif commercial du plan « Push to Pass » (1 million de ventes d'ici 2018 en Chine et ASEAN)

Wuhan 1

Début de la production : 1996

Production : 3008, 408, C4L, C-Quatre

Capacité : 330 000

Wuhan 2

Début de la production : 2009

Production : 408, C5 et 508

Capacité 2015 : 225 000

Wuhan 3

Début de la production : 2011

Production : C-Elysées, 301, 2008, C3-XR

Capacité 2015 : 225 000



Chengdu

Début de la production : 2016

Production : 4008, segments SUV et MPV

Capacité : 300 000

Xiangyang

Début de la production : 1996

Production : moteurs 1.2l, 1.6l, 1.8l, 2.0l, 2.3l et boîtes mécaniques 5 vitesses : MA/BE

Capacité 2015 : 1 200 000 moteurs et 540 000 boîtes de vitesses.

6.3 L'usine de Chengdu

Dans le cadre de l'accord de partenariat stratégique entre DongFeng Motor et le Groupe PSA, signé le 2 juillet 2014, il a été décidé de construire une 4^{ème} usine terminale pour accompagner le développement de DPCA sur le marché chinois.

Cette usine produira des SUV pour les marques Peugeot, Citroen et DongFeng à 60 véhicules/heure pour une capacité maximale de 300 000 véhicules/an et s'inscrit dans le cadre de l'objectif stratégique de DPCA de vendre 1 million de véhicules par an à horizon 2018 en Chine et ASEAN

Le site de Chengdu, dans le Sichuan, a été décidé en cohérence avec les autorités chinoises, dans le cadre d'un plan de développement industriel dans cette province, assorti d'aides gouvernementales. Son implantation permettra par ailleurs d'augmenter les parts de marché de DPCA dans l'Ouest de la Chine.

La croissance du marché automobile en Chine est en train de se déplacer de l'est à l'ouest. Le marché de l'ouest offre de grandes potentialités et sera un point de croissance important pour le futur marché automobile. La région du Sichuan est un marché traditionnellement favorable pour les 2 marques de DPCA : Dongfeng Peugeot et Dongfeng Citroen. La construction de l'usine à Chengdu permettra de consolider et de renforcer le marché régional et nos avantages concurrentiels, y compris sur le plan logistique.



DPCA a mis en place un planning ambitieux pour réussir l'objectif de construire l'usine en 2 ans :

- 2 juillet 2014 : signature de l'accord avec la municipalité de Chengdu
- Octobre 2014 : pose de 1^{ère} pierre de l'usine
- 7 septembre 2016 : inauguration
- Octobre 2016 : montée en cadence
- Novembre 2016 : lancement commerciale du 1^{er} SUV produit à Chengdu : PEUGEOT 4008.

Pour concevoir l'usine de Chengdu, DPCA s'est appuyé sur les meilleures pratiques connues des deux groupes :

- le Groupe PSA via l'[Usine Excellente](#)
- le Groupe DongFeng Motor

L'Usine Excellente est le projet d'excellence opérationnelle du Groupe PSA pour se doter d'un dispositif industriel au meilleur niveau mondial. Pour lancer cette dynamique d'amélioration de la performance industrielle des usines, le Groupe s'appuie sur :

- l'application rigoureuse des meilleures pratiques
- la simplification des organisations et du fonctionnement, la réduction des structures.

L'Usine Excellente définit « l'usine cible » : une usine qui préserve la santé et la sécurité de ses employés, satisfait ses clients, s'adapte rapidement, est calibrée au « juste nécessaire », respecte son environnement, s'améliore en permanence et développe ses collaborateurs.

Pour combler l'écart de performance avec les meilleurs, notre dispositif industriel doit :

- avoir des usines *DURABLEMENT CHARGEES* ;
- être *PERFORMANTES* (en Sécurité, Management, Qualité, Coûts, Délais, Environnement) ;
- être *FLEXIBLES* aux volumes et au mix, capable d'absorber davantage de diversité et s'adapter au changement de la demande client ;
- être *AUTONOMES* (les changements et les améliorations sont gérés par le terrain) ;
- être *ETENDUES* aux fournisseurs (parfaitement intégrées à la Supply Chain Excellente).

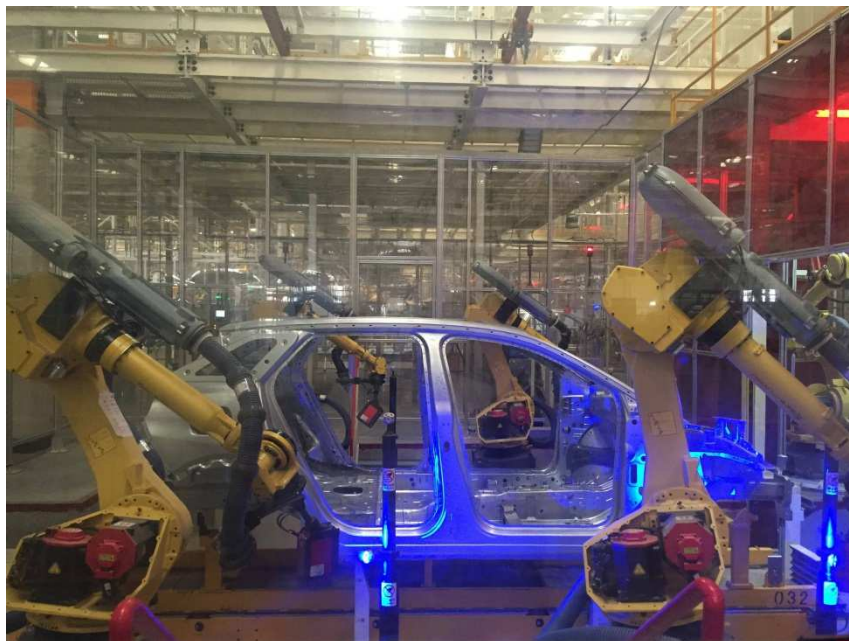
L'Usine Excellente permet à chaque usine de se positionner, définir sa feuille de route et mesurer son progrès vers l'excellence. La cible d'excellence est réajustée chaque année pour tenir compte de la progression des benchmarks interne (intersites) et externe (les meilleurs concurrents).

Quelques caractéristiques de l'usine de Chengdu :

- 1) Un process flexible, automatisé et respectueux de l'environnement :
 - a. Process polyvalent pour produire jusqu'à 6 silhouettes à une cadence de 60 véhicules / heure.
 - b. Process 100% automatisé dans les ateliers ferrage et peinture.
 - c. Full Kitting (préparation de kit de pièces avant montage) pour augmenter l'efficacité de production et le rendement surface de l'atelier montage.
 - d. Process intégrant les dernières innovations technologiques pour réduire l'empreinte écologique de l'usine.
- 2) Une Supply Chain étendue et collaborative garante de performance et de flexibilité :
 - a. Partage du film de production avec les fournisseurs et commande des pièces en coordonné pour réduire les stocks tout au long de la chaîne de valeurs,
 - b. Sourcing optimisé via l'intégration de plus de 80% des fournisseurs dans le bassin de Chengdu et pilotage du plan de transport (tracking des camions et des pièces dans les camions) pour assurer des livraisons en Just In Time.
 - c. Production et livraison en séquence des principaux modules (sous-ensembles ferrés, sièges, roues, pare choc, planche de bord, panneaux de portes, volet plastique, sous-ensembles mécaniques...) par des fournisseurs intégrés sur le site de production ou dans le Parc Industriel Fournisseurs accolé à l'usine.
- 3) Une ambition Qualité élevée pour accompagner la montée en gamme de Peugeot et Citroen en Chine.

Pour respecter et sécuriser un planning ambitieux et pour garantir de manière pérenne une efficacité opérationnelle au niveau des meilleurs benchmark, les équipes de l'usine de DPCA Chengdu se sont appuyées sur une application généralisée et continue du Système de production PSA.

Images de l'unité de ferrage



Images de l'unité de montage



7. CAPSA - Changan PSA Automobile Co., Ltd

La création de « Changan PSA Automobile Co., Ltd » (CAPSA), une joint-venture entre China Changan Automobile Group et PSA Peugeot Citroën, a été officiellement approuvée par la Commission Nationale de Développement et de Réforme chinoise (NDRC) le 12 juillet 2011.

CAPSA est dotée d'un capital de 4 milliards de RMB, réparti à parts égales entre les deux partenaires. Le montant de l'investissement initial total est de 8,4 milliards de RMB (935 millions d'euros), dont 4 Milliards de RMB de fonds propres. Il s'agit de la plus importante joint-venture créée dans le secteur automobile en Chine au cours des dernières années.

CAPSA est basée à Shenzhen dans la province du Guangdong. La JV a lancé la marque DS, marque premium, par l'importation des DS 4, DS 5 et DS 3 depuis juin 2012.

En 2013, CAPSA inaugure son usine de Shenzhen, d'une capacité de production de 200 000 véhicules et moteurs par an.

Au-delà de la production locale de la DS 5, la marque a également lancé en mars 2014 la DS 5LS, version berline de la DS 5 et depuis le second semestre 2014, le SUV DS 6.

CAPSA emploie 2 183 salariés (à fin 2015) et est composé de :

- 1 usine terminale à Shenzhen
- 1 usine mécanique à Shenzhen
- 1 centre de recherche et développement à Shenzhen
- le bureau commercial de DS à Shanghai

CAPSA dispose d'un centre de R&D depuis le 4 décembre 2014. En étroite collaboration avec le China Tech Center, ce centre est chargé de missions telles que l'intégration locale, l'homologation, le restylage, etc. Avec un investissement initial de 500 millions RMB, il sera doté d'un centre de test et d'une piste d'essais.

7.1 Ventes CAPSA 2015

Grâce à son offre premium constituée des DS 5, DS 5LS et DS 6, 3 modèles produits à Shenzhen, en 2015, avec 21 500 ventes, la Chine représente 21 % des ventes mondiales de la marque DS, contre 2 % en 2013. Preuve de l'engouement porté dans ce pays pour les valeurs du luxe à la française, la Marque a enregistré une progression de 46 % de ses livraisons par rapport à 2014.

En parallèle, la marque développe activement son réseau de distribution avec 80 DS STORE qui couvrent les 60 villes les plus importantes de Chine.

7.2 Outil Industriel

Shenzhen

Début de la production : 2012

Production : DS5, DS5LS, DS6

Capacité 2015 : 200 000

Usine mécanique

Début de la production : 2013

Production : moteurs

Capacité 2015 : 200 000 moteurs

8. Ventes du Groupe PSA en Chine

8.1 Ventes en 2015

Dans un marché Chinois en croissance modérée sur l'année pour les marques internationales, le Groupe voit ses ventes rebondir au 4^{ème} trimestre (+ 8,9 % par rapport à 2014), et reste concentré sur sa rentabilité.

En Chine, les ventes de PEUGEOT progressent de 6 % à 408 000 unités plaçant DongFeng Peugeot parmi les marques internationales dont la croissance est la plus forte. Ces résultats sont portés notamment par le succès de la Nouvelle PEUGEOT 408, dont les ventes en hausse de 68 % dépassent les 107 000 unités en 2015. Ils ont aussi été favorisés par la mise en place de plates-formes novatrices de commerce en ligne, en coopération avec de grands sites de e-commerce chinois. A noter également le succès continu de la gamme SUV PEUGEOT (3008 et 2008), avec plus de 110 000 véhicules vendus sur l'année.

Sur la région, CITROËN enregistre plus de 300 000 ventes avec notamment une reprise de plus de 10 % au 4^{ème} trimestre. Une dynamique portée par le succès du SUV C3-XR, commercialisé depuis le début de l'année et qui dépasse déjà les objectifs, avec 67 000 ventes, alors que la CITROËN C-Elysée confirme son statut de best-seller de Dongfeng Citroën avec 90 000 ventes. La Nouvelle C4 tricorps, commercialisée depuis octobre, réalise quant à elle un excellent démarrage avec déjà 8 000 ventes. Des performances qui s'appuient sur l'excellence du réseau commercial Dongfeng Citroën, 1^{er} du classement JD Power 2015 CSI pour la qualité de son service client.

Avec 21 500 ventes, la Chine représente 21 % des ventes mondiales de la marque DS. Preuve de l'engouement porté dans ce pays pour les valeurs du luxe à la française, la Marque enregistre une progression de 46 % de ses livraisons.

8.2 Historique des ventes

en Chine	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Ventes VP	2 421 866	3 042 883	3 956 002	4 868 235	5 164 906	7 982 825
Ventes Groupe PSA	89 129	140 399	201 318	207 255	178 060	270 006
Part de marché	3,55%	4,41%	4,84%	4,08%	3,33%	3,27%

en Chine	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ventes VP	10 731 680	11 520 420	12 246 595	14 574 900	16 172 895	17 863 495
Ventes Groupe PSA	373 366	401 012	436 504	550 537	729 459	725 632
Part de marché	3,36%	3,36%	3,44%	3,64%	4,32%	3,90%

9. China Tech Center

Le China Tech Center (CTC) entre dans une nouvelle phase de développement avec l'accord d'un partenariat stratégique signé entre le Groupe PSA et Dongfeng Group le 26 mars 2015.

L'un des aspects principaux de ce partenariat est en effet la création d'un centre commun de R&D, dédié au développement des produits et technologies destinés aux marchés à forte croissance, dont la Chine.

Les capacités locales de R&D ont été renforcées en 2008 avec la création du China Tech Center (CTC), premier centre de R&D et de style du Groupe PSA hors d'Europe.

Situé à Shanghai, le China Tech Center (CTC), compte environ 650 ingénieurs, designers et techniciens chargés de développer des projets de véhicules, d'organes et des projets de style intégrant les attentes spécifiques du marché chinois. Il travaille en étroite collaboration avec tous les centres de R&D du Groupe et avec les centres de R&D de DPCA et de CAPSA depuis décembre 2012, qui comptent plus d'un millier d'ingénieurs et techniciens.

Le CTC collabore avec plusieurs universités en Chine. Dès juillet 2008, le CTC et l'Institut Automobile de l'Université Tongji à Shanghai ont signé un accord de coopération. Il permet d'offrir de nouveaux débouchés aux jeunes ingénieurs automobiles, la formation de professeurs par le Groupe PSA et ouvre la voie à des projets de recherche communs.

Le CTC gère le développement total des voitures dédiées au marché chinois avant qu'elles ne passent en phase d'industrialisation au sein des joint-ventures.

Il a pour missions principales de répondre aux 4 objectifs suivants :

- concevoir des voitures dont le style inclut les codes culturels chinois en tout en conservant l'ADN original des marques Peugeot, Citroën et DS,
- recueillir l'expérience de conduite des conducteurs asiatiques pour adapter les véhicules selon leurs attentes,
- étudier la variété de l'environnement et des usages asiatiques afin de concevoir des voitures qui offrent les performances, la fiabilité, le confort, la sécurité et le plaisir de conduite que Peugeot, Citroën et DS promettent de donner à leurs clients aux quatre coins du monde,
- suivre les réglementations chinoises et soutenir les technologies encouragées par le gouvernement chinois en vue d'améliorer la sécurité et l'économie d'énergie.

Le CTC a démontré son expertise grâce aux concept-cars Metropolis et Peugeot SXC, présentés respectivement à l'Exposition Universelle de Shanghai 2010 et au Salon de Pékin en 2011.

De nombreuses voitures, qui ont rencontré un grand succès commercial, ont été conçues au CTC ; les plus récentes sont Dongfeng Citroën C 4L, Dongfeng Peugeot 3008 et DS 5LS et DS 6.

10. Un engagement sociétal reconnu et récompensé

Dans un monde en constante mutation et dans un contexte de transformation du secteur automobile, le Groupe PSA a décidé d'inscrire le développement responsable au cœur de sa stratégie, se positionnant ainsi comme un acteur clé de la mobilité durable en Europe et à travers le monde.

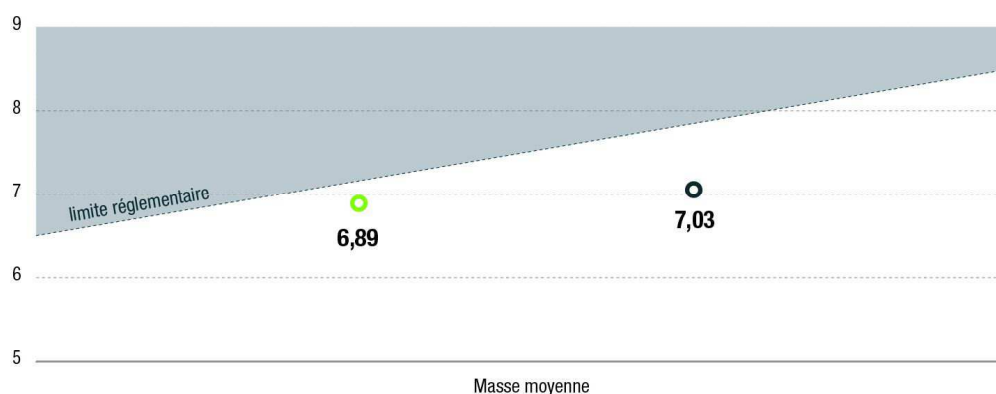
10.1 Innovation et solution de mobilité durable

En 2009, le Groupe a annoncé un objectif ambitieux de réduction des émissions de CO₂ de ses véhicules, qui devraient être ramenées à 95 g/km d'ici à 2020, conformément aux normes applicables en Europe à cette date. Cette annonce est intervenue dans le contexte du sommet de Copenhague sur la limitation des émissions de gaz à effet de serre, au cours duquel la Chine a pris de solides engagements. Le Groupe atteindra cet objectif ambitieux grâce à un ensemble de technologies, qui seront sources d'avantages pour les clients tout en contribuant à la réduction des émissions de CO₂ : lancement de six nouveaux moteurs essence d'ici à 2020, nouvelle génération de boîtes de vitesses automatiques, hybride essence plug-in (rechargeable) et véhicules électriques.

La performance CO₂ du Groupe en Chine

Les deux joint-ventures du Groupe en Chine, DPCA et CAPSA, présentent des consommations moyennes (Corporate Average Fuel Consumption ou CAFC, mesurée en l/100 km selon la réglementation) respectivement 0,4 et presque 1,0 l/100 km au-dessous des limites réglementaires chinoises.

Consommation moyenne
(l/100 km)



- DPCA
- CAPSA

Par ailleurs, DPCA possède plusieurs véhicules à très faible consommation, éligibles aux bonus ESV (Energy Saving Vehicles, seuil 5,9 l/100 km) : les Peugeot 308S et 408 avec les moteurs EB Turbo PureTech et EP Turbo, et la Citroën C4 L équipée du moteur EB Turbo PureTech. En Chine, dans un contexte réglementaire 2020 dont le niveau de sévérité sera équivalent à celui de l'Europe, un effort comparable sera déployé notamment en appliquant les mêmes leviers techniques : déploiement du moteur EB PureTech 3 cylindres, des boîtes automatiques de quatrième génération, des plateformes allégées EMP2 (Efficient Modular Platform 2) et CMP (Common Modular Platform), et de leviers d'amélioration continue sur l'ensemble des domaines du véhicule.

Focus sur les services connectés proposés en Chine

Fort de son expérience en Europe, le Groupe a lancé en 2014 en Chine des bouquets de services connectés avec ses partenaires de joint-venture DPCA et CAPSA : Blue-i (Peugeot), Citroën Connect et DS Connect sont déployés sur les nouveaux véhicules. Conçus pour que leur usage soit compatible avec la situation de conduite, ces services fonctionnant 24 heures sur 24 sont offerts aux clients pour une durée de deux ans. Ils permettent d'accéder à l'appel d'urgence, l'appel d'assistance, l'information trafic, la recherche de points d'intérêts par géolocalisation, des nouveautés concernant son véhicule, ainsi que de l'actualité. Ils sont complétés d'une application sur le smartphone du client, qui propose par exemple un service de guidage appelé *last mile guidance* permettant au client de finir son trajet à pied en étant guidé jusqu'à sa destination finale une fois son véhicule garé.

Vers une généralisation des solutions télématiques

D'autre part, pour répondre aux attentes d'un consommateur de plus en plus connecté, le Groupe développe une nouvelle génération de plateforme télématique ouverte et évolutive. Lancée en 2016, celle-ci est pensée pour assurer une véritable continuité numérique avec un smartphone ou une tablette. Cette technologie permettra d'introduire rapidement de nouvelles prestations et un écosystème d'applications verra le jour.

S'intégrer toujours plus dans l'Internet des objets

À partir de 2017, PSA lancera des solutions innovantes qui placeront les véhicules PEUGEOT, CITROËN et DS au cœur de l'Internet des objets. Il sera possible pour nos clients de dialoguer avec les équipements domestiques et commander, à distance en toute sécurité, certains appareils comme le chauffage ou la télévision.

10.2 Implication dans les communautés hôtes

Au-delà de son développement industriel et commercial, le Groupe PSA a ouvert un dialogue en Chine autour des défis posés par le développement rapide du marché automobile. Les initiatives sont essentiellement centrées sur l'énergie et l'environnement, ainsi que sur la mobilité urbaine et la sécurité routière. Dans la continuité de cette démarche, le Groupe PSA, à travers sa Fondation, s'est associée en 2011 à la All-China Women's Federation afin de promouvoir une campagne nationale de vaste portée baptisée « Green Life, Low Emissions ». L'objectif de cette campagne est de sensibiliser les enfants de trois à six ans à la protection de l'environnement, sous l'angle de la mobilité future.

En 2014, le Groupe PSA a de nouveau rejoint la All-China Women's Federation dans le cadre d'une campagne menée à l'échelle nationale. Intitulée « Children Traffic Safety Education », cette campagne a pour ambition de limiter le nombre d'accidents de la route. Le projet vise à apprendre aux enfants de différentes tranches d'âge à veiller à leur sécurité et à les sensibiliser dès le plus jeune âge à l'importance de se protéger. Elle attire également l'attention des responsables sociaux et leur demande de coopérer dans la diffusion des connaissances en matière de sécurité routière. Cette campagne a dans un premier temps été lancée à Beijing et dans le Sichuan. Vingt classes modèles ont été ouvertes dans 10 villes en 2014, qui ont réuni directement 16 450 enfants. Cette initiative sera étendue à 20 000 écoles maternelles et élémentaires au cours des trois à cinq années à venir. Elle concernera ainsi directement plus de deux millions de foyers, et touchera indirectement quelque 6 à 10 millions d'enfants et leurs familles.

Le Groupe a été plusieurs fois récompensé par différentes institutions locales pour ses actions en Chine. Il a ainsi reçu en 2012 le prix « China's Best Corporate Citizenship awards » pour sa contribution remarquable au développement durable et à la société, dans le cadre des 21st Century Business Herald.