Pressemeddelelse

Juli 2012

Halvårsresultat fra Peugeot: Ny salgsrekord i Asien

**Efter årets første 6 mdr. vidner salgstallene ikke kun om negative fakta, men også positive tendenser for Peugeot på verdensplan. Samlet set er der solgt 955.000 biler, hvilket betyder en samlet nedgang på 8,1 %, men samtidig har Peugeot oplevet en rekordstor fremgang i Asien, hvor salget af biler med en løve på fronten er steget med hele 25,9 %.**

Peugeot har i det første halvår oplevet et fald på 8,1 % i en meget turbulent økonomisk tid, hvor vigtige markeder som Spanien, Portugal og Italien fortsat har oplevet en markant nedgang i bilsalget. Men sammenligner man resultatet med sidste halvår i 2011 spores der en lille fremgang på 0,2 procentpoint. Fremgangen skyldes bl.a. vækst på markeder som Storbritannien, men kan i endnu højere grad tilskrives succes på markeder udenfor Europa, hvilket er et resultat af Peugeots globaliseringsstrategi.

Peugeot har oplevet en rekordstor stigning i salget i Asien på hele 25,9 %, og alene i Kina har lanceringen af 508 og 308 Sedan bidraget til et øget salg på 28 %.

Den største fremgang opleves i Maghreb-landene, hvor Peugeot rider på en bølge af succes: Salget er steget med hele 59 % i Algeriet, 53,4 % i Tunesien og 12,9 % i Marokko.

Grobund for fremgang

Fremgangen på markederne udenfor Europa giver grobund for optimisme for resten af året, men ligeså vigtige faktorer er succesen for de nye modellanceringer og satsningen på premium-modellerne.

Årets første seks måneder bød på hele seks modellanceringer for Peugeot: Ny 107, 208, 3008 HYbrid4, 508 RXH, 508 HYbrid4 og 4008.

208 kan blot få måneder efter sin introduktion allerede betegnes som en succes. På trods af, at den endnu kun er lanceret i et begrænset antal lande og endnu ikke fås med de efterspurgte nye trecylindrede benzinmotorer, er den solgt i 72.200 eksemplarer. Alene i Frankrig er den solgt i 35.000 eksemplarer, hvilket gør den til den meste købte dieselmodel i sin klasse.

Lanceringen af 208 udenfor Europa vil tage sin begyndelse i andet halvår af 2012 og accelerere i 2013 med produktionsstart i Brasilien og introduktion i Latinamerika.

Et andet vigtigt element i Peugeots strategi er en større satsning på upmarket-modeller. Eksempelvis steg salget af 508 med 21%, dieselhybrid-modellerne blev solgt i 9.000 eksemplarer og 207 og 308 Coupé Cabriolet er stadig ledere i deres klasse i Europa.