

RÉSULTATS COMMERCIAUX FRANCE: 2012, ANNÉE DE TRANSITION POUR LE GROUPE RENAULT

Le Groupe Renault a connu une année contrastée, dans un marché historiquement bas.

- **La performance de la marque Renault a été bonne sur le VU, et en baisse sur VP du fait du vieillissement de sa gamme, en cours de renouvellement.**
- **Dacia poursuit sa croissance, avec une part de marché VP en hausse de 0,2 point à 4,3%.**

Marché VP + VU

- **Dans un marché VP + VU en recul de 13,3%, les ventes du Groupe ont baissé de 19,8% et sa part de marché s'établit à 24,2% (-1,9 point).**
- **Néanmoins, la marque Renault demeure la 1^{ère} marque du marché. Le leadership de Renault se confirme aussi bien en VP qu'en VU, ainsi que sur chaque canal client.**
- **Dacia reste la 6^e marque du marché (+0,1 point à 3,7%).**

Marché VP

- **2012 a été une année de transition pour les deux marques en termes de renouvellement de gamme.**
- **En VP, sur un marché en recul de 13,9%, la marque Renault a baissé de 24,7%. Sa part de marché s'établit à 18,1% (-2,6 points)**
- **Avec un niveau de rabais maîtrisé, la performance de Renault reste saine, dans un marché extrêmement concurrentiel.**
- **Malgré une gamme vieillissante, Renault conserve sa place de leader. Twingo, Clio, Mégane et Scénic continuent de dominer leur segment respectif.**
- **Clio reste, de loin, le véhicule le plus vendu sur le marché français.**
- **Les ventes de Dacia VP baissent de 9,2%, permettant la marque de gagner 0,2 point de part de marché pour atteindre 4,3 %. Dacia conforte ainsi sa 6^e place sur le marché VP.**

Marché VU

- En VU, sur un marché en baisse de 10,5 %, Renault a limité sa baisse à 10,1% permettant à la marque de progresser en part de marché à 32,1 %.
- En incluant Dacia, le groupe vend plus d'un VU sur 3 en France.
- Twingo société, Clio société, Mégane société, Kangoo, Trafic et Master sont également leaders de leurs segments.
- Kangoo, Master et Clio Société occupent les trois premières marches du podium des VU les plus vendus, toutes marques confondues.

Perspectives 2013

Côté Renault, le renouvellement de la gamme a commencé en septembre 2012, avec le lancement de Nouvelle Clio qui réalise un bon niveau de commandes. Il se poursuivra tout au long de 2013 avec la commercialisation de plus de dix nouveautés sur l'année. Renault disposera ainsi d'une gamme largement renouvelée et élargie, parmi les plus jeunes du marché.

6e marque du marché, Dacia a élargi son offre produit avec le lancement de Lodgy en avril puis de Dokker et Dokker Van en fin d'année. Nouvelle Sandero lancée en novembre, et nouvelle Logan début 2013, complètent ce renouvellement et permettront à Dacia de proposer la gamme la plus jeune du marché en 2013.

Citation de Bernard Cambier, Directeur Commercial France :

« Le marché automobile a chuté en 2012, plus fortement que dans nos prévisions initiales : avec une baisse de plus de 13%, il est à un niveau historiquement bas, que nous n'avions pas connu depuis 1997.

Dans ce marché, la performance de la marque Renault a été très satisfaisante sur le Véhicule Utilitaire, mais en baisse sur le canal des ventes aux particuliers. Cette baisse de régime peut notamment être attribuée au vieillissement de notre gamme.

Un constat qui me rend optimiste pour 2013, où nous pourrions lancer la reconquête avec une gamme renouvelée et élargie, tant du côté Renault que Dacia.»

Cumul 2012	VOLUME S	Var vs 2011 (en %)	PDM %
GROUPE RENAULT VP+VU	551 334	-19,8%	24,2%
GROUPE RENAULT VP	424 147	-22,1%	22,3%
GROUPE RENAULT VU	127 187	-10,8%	33,1%
MARQUE RENAULT VP	343 355	-24,7%	18,1%
MARQUE RENAULT VU	123 455	-10,1%	32,1%
MARQUE DACIA VP	80 792	-9,2%	4,3%
MARQUE DACIA VU	3 732	-29,6%	1,0%

Contact Presse – Stéphane Guilbaud : +33 (0)6 16 14 80 07

For More Information:

Raluca BARB
Head of corporate press department
+33 1 76841854
raluca.barb@renault.com
GROUPE RENAULT
SERVICE DE PRESSE
Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36

renault.media@renault.com

Websites: www.media.renault.com - www.group.renault.com

Follow us on Twitter : **@Groupe_Renault**