



Le 14 janvier 2010

RESULTATS COMMERCIAUX MONDE 2009*

Le groupe Renault augmente sa part de marché à 3,7% grâce à une bonne performance commerciale au second semestre

Le Groupe Renault remplit son objectif **d'augmenter sa part de marché mondiale**.

Les hausses de production décidées courant 2009 ainsi que le renouvellement de la gamme ont permis d'accroître la pénétration au **second semestre** et de terminer l'année sur une hausse de la part de marché.

. En **VP+VU**, le Groupe Renault augmente légèrement sa **part de marché à 3,7%** (+0,1 point) : dans un marché mondial qui recule de 4,7%, le Groupe ne baisse que de 3,1% (volume de ventes : 2,309 millions de véhicules).

. En **VP**, le Groupe Renault enregistre une **part de marché de 4,3%** en augmentation de 0,2 point : dans un marché mondial en recul de 4,2%, le Groupe a augmenté ses ventes de 0,7% (volume de ventes : 2,032 millions de véhicules).

. La marque **Renault** redevient la **3^e** marque en Europe Occidentale principalement grâce au succès de la **famille Mégane** et de **Twingo**.

Sur le marché des véhicules utilitaires, la marque Renault est depuis 1998 la marque **n°1** en Europe occidentale.

. La marque **Dacia** voit ses ventes progresser de 91% à **214 500 unités** en Europe et réalise une pénétration de **1,3%**. En France, Dacia intègre le top 10 des marques.

. **Renault Samsung Motors** progresse de 0,8 point en parts de marché (9,3%) et en volume de 31%, ce qui fait de la Corée du sud le troisième marché du Groupe en 2009.

. Pour la première fois depuis 10 ans, suite à l'effondrement de certains marchés comme la Russie et la Roumanie, le Groupe Renault baisse en **volume de ventes hors Europe**, même s'il conserve **34%** de ses ventes globales hors Europe.

* basés sur les chiffres provisoires au 4 janvier 2010

Résultats TOP 15

Les 15 premiers marchés représentent **85%** des ventes du Groupe.

A fin 2009, sur ces 15 marchés, 11 affichent des gains de parts de marché (vs 8 à fin juin), 1 est stable et 3 sont en baisse.

Direction de la Communication

1967, rue du Vieux Pont de Sèvres – 92109 Boulogne Billancourt Cedex

Tel.: + 33 (0)1 76 84 64 69 – Fax: + 33 (0)1 76 89 08 56

Sites : www.renault.com & www.media.renault.com

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications

	Volumes 2009	Pénétration VP+VU 2009	Evolution pénétration	
			09 vs. 08	S2 09 vs. S2 08
 France	702 083	26,0%	+ 0,6	+ 2,3
 Allemagne	240 153	6,0%	+ 1,0	+ 1,4
 Corée du Sud	133 630	9,3%	+ 0,8	+ 1,1
 Italie	124 271	5,3%	+ 0,4	+ 1,5
 Brésil	117 524	3,9%	- 0,4	- 0,1
 Espagne	115 217	10,9%	+ 0,6	+ 0,9
 Turquie	82 224	14,9%	=	+ 0,6
 Royaume-Uni	73 428	3,4%	- 1,1	+ 0,2
 Russie	72 284	5,0%	+ 1,3	+ 1,6
 Belgique/Luxembourg	64 799	11,1%	+ 0,9	+ 1,0
 Argentine	61 009	12,4%	+ 0,4	+ 1,1
 Algérie	56 094	24,0%	+ 6,4	+ 8,3
 Roumanie	51 787	35,9%	+ 1,6	+ 0,6
 Maroc	37 145	34,1%	+ 5,9	+ 6,6
 Iran	37 106	2,7%	- 2,0	- 2,7

Conclusion et Perspectives 2010

La part de marché du Groupe au niveau mondial augmente légèrement à 3,7%.

A fin 2009, sur les 15 premiers marchés du Groupe qui représentent 85% des ventes, 11 marchés affichent des gains de parts de marché, 1 est stable et 3 sont en baisse.

Dans un environnement de croissance ralentie qui devrait se confirmer en 2010, le Groupe attend un marché européen en baisse de 8 à 10%. Avec la fin du plein effet des aides gouvernementales, le contexte de l'industrie automobile va demeurer tendu. L'objectif du Groupe reste l'augmentation de part de marché, sur la lancée du second semestre 2009, dans le respect des objectifs financiers.

En 2010, le **Groupe Renault** pourra s'appuyer sur de nouvelles offres produits afin d'accroître ses parts de marché :

- La poursuite du **renouvellement de la gamme** avec le nouveau Master dans la famille **VU**, la **nouvelle SM5**, le déploiement complet de la **famille Mégane** en VP.
- Une **gamme Entry** bien adaptée à l'attente du marché et qui est toujours sur une dynamique de croissance comme le prouve le succès de la marque Dacia. La gamme va être enrichie avec la sortie de **Duster**.