



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<sup>e</sup>** 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

### 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](http://www.renault.com) & [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com)

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications

## 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.

		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

### Région Europe : le Groupe gagne 0,7 point de parts de marché VP dont 1,5 point au 2<sup>e</sup> semestre

**VP + VU** : Dans un marché en baisse de 4,5%, la part de marché du Groupe Renault est passée à **9,5%** (+ 0,6 point).

**VP** : Dans un marché en baisse de 0,9%, le Groupe Renault a augmenté ses ventes de **7,4%** et augmente sa part de marché à **9%** (+ 0,7 point). Depuis le mois de mai 2009, la part de marché VP du Groupe est chaque mois en hausse par rapport à 2008.

La marque **Renault** redevient la **3<sup>e</sup>** marque en Europe occidentale.

**VU** : Dans un marché en baisse de 30,1%, le Groupe Renault a vu ses ventes baisser de 24%.

La part de marché a augmenté de **1,2** point pour atteindre **15,2%**.

La marque **Renault** maintient sa position de **n°1 sur l'Europe Occidentale**.

### VP + VU – détails par pays

- En **France** : Le Groupe enregistre un gain de part de marché de **0,6** point (26% de part de marché) avec un volume de vente en hausse de **7,3%**. Cette hausse de part de marché a été

atteinte malgré une baisse de près de 16 000 unités de nos ventes directes à loueurs. Le gain de 0,6 point de pénétration se décompose en une hausse de 0,9 point sur le marché VP et une hausse de 1,1 point sur le marché VU.

- En **Allemagne** : Le Groupe gagne **1** point de part de marché (6,0% de part de marché) grâce à la prime à la casse et au succès de la Dacia (volume de vente du Groupe à **+ 45,1%**). C'est la meilleure performance des 6 dernières années.
- En **Italie** : Un gain de part de marché de **0,4** point (5,3% de part de marché) avec un volume de vente à **+ 5,3%**.
- En **Espagne** : Un gain de part de marché de **0,6** point. La part de marché atteint 10,9% grâce au succès du renouvellement de la famille Mégane. La marque Renault est la 1<sup>ère</sup> marque en VP.
- En **Belgique** : Un gain de part de marché de **0,9** point pour le Groupe qui réalise 11,1% de part de marché. La marque Renault est **1<sup>ère</sup> marque** en Belgique avec 10,3%.
- En **Suisse** : Un gain de part de marché de **0,9** point pour le Groupe qui réalise 7,3% de part de marché. La marque Renault est 2<sup>e</sup> marque en Suisse avec 6,3%.
- En **Grande Bretagne**, lié à la situation défavorable des parités, le Groupe perd 1,1 point de part de marché avec une part de marché de 3,4%. Néanmoins, le plan de reconquête lancé à l'été a permis de mieux terminer l'année avec une pénétration de 4,8% sur le dernier trimestre.
- La marque **Renault** est **n°1** au **Portugal** avec 11,9% de part de marché.

Parts de marché en **VP** du Groupe:

<b>Pays</b>	<b>Evolution part de marché</b>	<b>Part de marché</b>
France	+ 0,9 point	25%
Allemagne	+ 1,2 point	5,9%
Italie	+ 0,5 point	5,2%
Espagne	+ 1,0 point	10,3%
Belgique	+ 0,8 point	10,7%
Suisse	+ 0,8 point	6,7%
Portugal	- 0,1 point	11,9%
Grande-Bretagne	- 1,0 point	3,2%

## Région hors Europe : le Groupe progresse dans la plupart de ses grands marchés internationaux

- En **Corée du sud** : le pays devient le 3<sup>e</sup> marché du Groupe Renault. Le Groupe affiche une part de marché de **9,3%** (+ 0,8 point). Le nombre d'immatriculations a augmenté de 31% dans un marché en hausse de 20%. Les ventes de **Renault Samsung Motors** ont progressé de 31% en **Corée**, soit une hausse de 0,8 point de part de marché à 10,8% du marché VP. SM3 et SM5 sont dans le top 10 des ventes coréennes.
- En **Russie** : le Groupe affiche un gain de part de marché de **1,3** point (5,0% de part de marché). Renault est n°5 sur le marché russe grâce au succès de **Logan**.
- En **Ukraine** : un gain de part de marché d'**1,0** point (4,0% de part de marché).
- En **Roumanie** : dans un marché en forte baisse (- 53,7%), le Groupe renforce son leadership en gagnant **1,6** point pour afficher une part de marché de 35,9%. Dacia est **n°1** sur le marché avec Logan et Sandero. Renault est la **5<sup>e</sup>** marque avec Symbol et Mégane dans le top 10.
- En **Algérie** : un gain de part de marché de **6,4** points (24,0% de part de marché) avec une augmentation du volume d'immatriculations de **29,4%** dans un marché en baisse de 5,2%. Renault est la marque **n°1** grâce à Symbol qui est n°1 des ventes. Dacia est la **6<sup>e</sup>** marque.
- Au **Maroc** : un gain de part de marché de **5,9** points (34,1% de part de marché) avec un volume de vente en hausse de 8,4% dans un marché en baisse de 10,3%. Renault est **n°1** et Dacia **n°2**. Logan est le véhicule le plus vendu dans le pays.
- En **Afrique du Sud**, sur un marché en recul de 26,5%, le Groupe Renault enregistre une hausse de 67,2% avec le démarrage de la fabrication locale de Sandero. La part de marché atteint 2,1% (+ 1,2 point).
- En **Argentine** : un gain de part de marché de **0,4** point (12,4% de part de marché) grâce au plan de relance commercial mis en place en début d'année. Dans un marché en baisse de 14,3%, Renault a mieux résisté avec une baisse de 11,7%.
- En **Colombie** : un gain de part de marché de **2,8** points (16,4% de part de marché) grâce au succès de Sandero (Logan 2<sup>e</sup> et Sandero 3<sup>e</sup>). Le volume des ventes Renault est en hausse de 1,9% par rapport à 2008 sur un marché qui baisse de 15,6%.
- En **Turquie** : le Groupe maintient sa part de marché VP+VU à **14,9%**. Sur le marché particulier, la marque Renault augmente sa part de marché de 1,1 point à 16,1%.
- Au **Brésil** : le Groupe établit un nouveau record de ventes à près de 118 000 unités avec un volume de vente à +2,1%. Néanmoins, le Groupe n'a pas suivi la hausse très dynamique du marché qui a établi un nouveau record à 3 millions d'unités. Le Groupe cède de 0,4 point de part de marché à 3,9%.
- En **Iran**, la performance est freinée par les problèmes financiers des partenaires locaux. La part de marché s'établit à 2,7% avec des volumes en baisse de 34%.

## **Les produits phares de 2009**

En 2009, le renouvellement de la gamme du Groupe Renault s'est poursuivi avec l'élargissement de la famille Mégane et le lancement de Clio III phase 2, et de Fluence.

### **Gamme I**

- Twingo n°1 en France est dans le top 3 des ventes de sa catégorie en Europe. Clio est à la 5<sup>e</sup> place de son segment en Europe.
- En 2009, en Europe, les immatriculations de Twingo sont en hausse de 33,6%. Avec près de 175 000 immatriculations en 2009, Twingo atteint 9,9% de part du segment. En France, Twingo est N°1 incontesté de son segment avec 30,5% de part du segment et en hausse de 64,3% vs 2008. En Belgique, elle se positionne n°1 de son segment et 3<sup>e</sup> en Allemagne.

### **Gamme M1**

- La famille Mégane est n°3 de son segment sur le marché européen. Elle est leader de son segment sur le marché français avec plus de 153 000 immatriculations. Mégane est leader sur son segment non seulement en France mais aussi en Belgique et au Portugal.
- Nouvelle Mégane Berline et Coupé ont reçu un excellent accueil du réseau commercial et des clients depuis novembre 2008. Le renouvellement de l'offre de la famille Mégane a produit son plein effet avec le lancement de Scénic et de grand Scénic en 2009.
- Scénic est le monospace le plus vendu en Europe.

### **Véhicules utilitaires**

- Avec l'une des gammes de véhicules utilitaires les plus complètes, la marque Renault consolide sa place de leader sur le marché du VU en Europe occidentale depuis 1998 avec 196 100 véhicules vendus en 2009.
- La gamme Dacia a trouvé sa clientèle et apporte des volumes de ventes supplémentaires au groupe.
- Dans un environnement qui touche fortement le secteur du véhicule utilitaire, la qualité des produits et services vers sa clientèle professionnelle ont permis au Groupe d'augmenter sa part de marché.

### **Gamme entry**

- Le programme entry est une véritable force pour le développement du Groupe et est un atout en Europe où Dacia a devancé les évolutions de consommation. Dacia est devenu un acteur incontournable du paysage automobile.
- Les véhicules du programme sont produits dans 8 pays (Roumanie, Russie, Colombie, Maroc, Iran, Inde, Brésil, Afrique du Sud) et commercialisés sur 86 pays sous les deux marques Renault et Dacia.
- La gamme Entry confirme son succès en 2009 : 533 500 unités vendues sous les 2 marques Renault et Dacia, soit une croissance de 4,5%.

## 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**.

Contact Presse : Rie Yamane: +33 1 76 84 64 69  
[www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) & [www.renault.com](http://www.renault.com)