

**RÉSULTATS COMMERCIAUX MONDE 2012**

**Le Groupe Renault poursuit avec succès sa stratégie offensive à l'international. En 2012, le Groupe a atteint un nouveau record de ventes hors d'Europe avec 1 279 598 véhicules (+ 9,1 %). Pour la première fois dans son histoire, le Groupe a réalisé plus de la moitié de ses ventes hors d'Europe.**

**Ce succès à l'international ne permet cependant pas de compenser la baisse de 18 % des ventes en Europe.**

**Au total, avec 2 550 286 véhicules commercialisés dans le monde, les ventes du Groupe sont en baisse de 6,3 % par rapport à 2011.**

## Faits marquants 2012

- **À l'international : le Groupe établit des niveaux records de ventes et de parts de marché dans les régions Amériques et Eurasie. Brésil et Russie sont respectivement les 2e et 3e marchés du Groupe.**
- **En Europe : dans un marché en crise (- 8,6 %), et dans une logique de défense de ses marges et de restructuration de son offre commerciale en Grande-Bretagne, le Groupe affiche une part de marché de 9,1 % (- 1 point) et un volume de ventes de 1 270 688 véhicules, en baisse de 18 %.**
- **2012 a été l'année de l'élargissement de la gamme électrique avec la commercialisation de Twizy, vendu à plus de 9 000 exemplaires. Grâce à Fluence Z.E. et Kangoo Z.E., Renault est leader du marché du véhicule électrique en Europe avec 28 % de pénétration.**
- **Lancée au dernier trimestre en Europe et en Turquie, Nouvelle Clio rencontre le succès auprès de son public.**
- **En VU, la marque Renault a augmenté ses parts de marché dans toutes les régions à l'international, et en Europe, elle conserve son leadership pour la 15e année consécutive, avec 15,5 % de part de marché.**

*« La stratégie d'internationalisation du Groupe porte ses fruits. En 2012, nous battons un nouveau record de ventes à l'international grâce aux deux marques Renault et Dacia. Néanmoins ce succès n'a pas totalement compensé la baisse*

*de nos ventes en Europe. Dans des conditions de marché plus difficiles que prévu, nous avons privilégié la défense de nos marges »* a déclaré **Jérôme Stoll**, Membre du Comité Exécutif, Directeur Commercial Groupe.

#### Ventes par marques

- **Les ventes de la marque Renault baissent de 6 % par rapport à 2011, malgré une forte progression de 13,9 % hors d'Europe. Avec 2 124 773 unités vendues, la marque représente 83 % des ventes du Groupe.**
- **Les ventes de la marque Dacia sont en hausse de 4,8 % à 359 822 unités, portées par l'élargissement de la gamme en 2012 avec l'arrivée du monospace Lodgy, du premier véhicule utilitaire Dokker et du renouvellement de Sandero et de Logan.**
- **La marque Renault Samsung Motors voit ses volumes de ventes reculer de 44,4 % à 65 691 unités, dans un contexte de restructuration de son réseau commercial et de son offre produit, afin de rebondir à compter de 2013. Nouvelle SM5, premier produit commercialisé depuis le lancement du Revival Plan de la marque, connaît un bon démarrage.**

En Europe : un marché en crise et un mix marché défavorable

Dans un marché en crise, les ventes du Groupe baissent de 18 % et sa part de marché s'établit à 9,1 % (- 1 point). La marque Renault occupe la 3e place du marché VP + VU.

- **Fortement exposée sur les marchés français et sud européens, la marque Renault voit ses ventes souffrir du fort repli de ces marchés.**  
**La marque a dans le même temps poursuivi la politique engagée en 2011 de défense de ses marges unitaires :**
  - 1. Restructuration de sa présence commerciale en Grande-Bretagne (part de marché de 2,4 %, en baisse de 1,6 point)**
  - 2. Dans un contexte de forte pression sur les prix, poursuite d'une politique vertueuse de prix et de vente par canal malgré le vieillissement de sa gamme avant le lancement de Nouvelle Clio.**
- **La marque Renault confirme son leadership en VU pour la 15e année consécutive, avec une part de marché de 15,5 %.**
- **Première marque à offrir 4 modèles électriques, Renault est leader du marché européen avec 28 % de part de marché.**
- **La marque Dacia a élargi son offre produit avec le lancement de Lodgy, réalisant une part de marché de 1,6 %, en progression de 0,1 point. En France, 6e marque du marché, Dacia gagne 0,1 point de pénétration à 3,7 %. En Espagne, la marque progresse de 0,6 point à 2,3 %.**
- **En France, malgré une baisse des ventes de 24,7 %, la marque Renault demeure leader en VP et place Twingo, Mégane et Scénic en tête de leur segment. En VU, la marque domine largement le marché avec 32,1 % de part de marché (+ 0,1 point) malgré une baisse des immatriculations de 10,1 %. Kangoo, Master et Clio Société occupent les trois premières marches du podium des VU les plus vendus, toutes marques confondues.**

Hors Europe : une progression de 9,1 % qui confirme l'internationalisation du Groupe

- **La part des ventes hors Europe progresse de 7,1 points et représente désormais 50,2 % des ventes du Groupe – contre 43,1 % en 2011.**
- **Avec 1 279 598 véhicules vendus, le Groupe établit un record de ventes et progresse sur l'ensemble de ses régions. Sa croissance à l'international est portée par des produits adaptés aux attentes des clients internationaux (Pulse, Scala, Novo Clio,**

**Nouvelle SM5...) et par l'industrialisation locale des véhicules issus de la plateforme M0 (Duster, Logan). Le Brésil et la Russie sont respectivement les 2e et 3e marchés du Groupe.**

- **La marque Renault est désormais la 3e marque en Russie. Elle est 5e marque au Brésil, où elle a largement dépassé le cap des 200 000 ventes.**
- **Les ventes VU à l'international augmentent de 14,6 % avec 99 690 VU vendus (29,6 % du volume total, en hausse de 5,6 points).**

Région Eurasie : ventes en hausse de 21,6 %, la Russie devient le 3e marché du Groupe

Le Groupe réalise un record avec près de 208 000 véhicules vendus et dépasse pour la première fois 6 % de part de marché (6,2 %).

**En Russie** : la marque Renault établit un record de vente (+ 22,7 %) et de part de marché à 6,5 % (+ 0,6 point) avec 189 852 véhicules vendus. Elle est désormais 3e marque du marché, grâce à sa percée sur le segment C (ventes de Mégane et Fluence en hausse de 44 %) et grâce au succès de Duster.

Lancé en mars, ce modèle figure déjà dans le TOP3 des SUV les plus vendus du pays. La marque poursuit le déploiement de son réseau commercial, avec 15 nouveaux points de vente, portant le total à 153 fin 2012.

Région Amériques : record de ventes (+ 13,6 %) et de part de marché (6,6 % soit + 0,5 point)

Le Groupe réalise un record de vente et de part de marché avec 450 916 véhicules vendus, à la faveur du succès du lancement de Duster et du renouvellement de Sandero.

**Le Brésil** demeure le 2e marché du Groupe Renault grâce à une progression des ventes de 24,3 % dans un marché en hausse de 6,1 %. Avec une croissance 4 fois supérieure à celle du marché, la marque Renault établit un nouveau record de ventes (241 594 unités) et de pénétration (6,6 % soit +1 point).

**En Argentine**, dans un marché en baisse, les ventes du Groupe progressent de 12 % et battent un record de ventes avec 118 727 unités vendues. La part de marché s'établit à 14,8 % (+ 1,8 point). L'Argentine devient ainsi le 5e marché du Groupe.

Le Groupe poursuit son développement tant en VP qu'en VU grâce à l'extension du réseau dédié Renault Pro+, porté à 46 points de vente.

Région Euromed-Afrique : ventes en hausse de 4,4 %, part de marché à 14,8 % (+ 0,1 point)

**Avec 360 918 véhicules vendus, le Groupe établit un record de vente et consolide ses positions sur les principaux marchés de la région.**

**L'Algérie** affiche des ventes records (113 664 unités) en hausse de 51,5 %, dépassant pour la première fois les 100 000 véhicules vendus. Dans un marché en forte hausse, le Groupe Renault gagne 0,8 point de part de marché à 26 %. La marque Renault demeure leader grâce au succès de Logan et Clio, tandis que Dacia y devient la 4e marque (6e en 2011).

**Au Maroc**, le Groupe place une nouvelle fois ses marques Dacia et Renault en tête des ventes (47 709 unités, nouveau record) et détient une part de marché de 36,6 %.

**En Roumanie** : le Groupe conserve son leadership et affiche une part de marché de 33,8 % (28 225 unités vendues). Dacia demeure n°1 sur le marché avec Logan, Sandero et Duster.

**En Turquie** : la marque Renault reste leader du marché VP avec 13,1% de pénétration (-2.8 points), malgré l'arrêt de commercialisation de Symbol diesel. Le lancement de Nouvelle Clio est un succès.

Région Asie-Pacifique : décollage de l'Inde

2012 a marqué le démarrage de l'Inde. La gamme Renault s'est élargie à 5 produits : après Fluence et Koleos, Pulse, Duster et Scala ont rejoint la gamme. Ces lancements illustrent la volonté du Groupe de devenir un acteur important de ce marché qui constitue le troisième pilier de sa stratégie internationale, avec la Russie et le Brésil. La part de marché du Groupe s'établit à 1,1 %.

**En Chine**, où le Groupe a porté le nombre de ses points de vente à 95, les ventes de Renault ont progressé de 22,4 % à 29 724 unités, grâce au succès de Koleos et d'une gamme complète de berlines tricorps, de Fluence à Talisman.

**En Corée**, les ventes sont en retrait de 45,1 %. Renault Samsung Motors traverse une période de transition avec une restructuration de son réseau commercial et de son offre produit.

#### Perspectives commerciales 2013 pour le Groupe Renault

En 2013, le marché mondial devrait connaître une croissance de 3 % par rapport à 2012, tandis que le marché européen est attendu en baisse d'au moins 3 %.

« *Fort de sa stratégie de développement à l'international, et de la sortie de nouveaux produits attractifs le Groupe Renault remet en 2013 le cap sur la croissance. À l'international nous allons poursuivre notre stratégie de développement, et en Europe notre objectif est de regagner des parts de marché, tout en maintenant une stratégie commerciale vertueuse. Notre croissance sera portée par le bon démarrage de Nouvelle Clio et par une offensive produit forte avec les lancements de Captur, ZOE, Nouvelle Clio Estate, Nouvelle Symbol, Nouvelle Logan, Nouvelle Sandero, Nouvelle Fluence et Novo Clio* » a déclaré **Jérôme Stoll**, Directeur Commercial Groupe et Véhicules Utilitaires.

#### Total des ventes par marques

	Cumul à fin décembre*		
	2012	2011	% variation
<b>RENAULT</b>			
VP	1 803 065	1 918 862	-6%
VU	321 708	342 409	-6%
VP + VU	2 124 773	2 261 271	-6%
<b>RENAULT SAMSUNG MOTORS</b>			
VP	65 691	118 135	-44,40%
<b>DACIA</b>			
VP	344 912	323 145	6,70%
VU	14 910	20 332	-26,70%
VP + VU	359 822	343 477	4,80%
<b>GROUPE RENAULT</b>			
VP	2 213 668	2 360 142	-6,20%
VU	336 618	362 741	-7,20%
VP + VU	2 550 286	2 722 883	-6,30%

#### Total des ventes groupe VP+VU par régions

	Cumul à fin décembre*		
	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>% variation</b>
France	551 314	689 023	-20%
Europe** (hors France)	719 374	861 179	-16,50%
Total France - Europe	1 270 688	1 550 202	-18%
Euromed-Afrique	360 918	345 865	4,40%
Eurasie	207 751	170 831	21,60%
Amériques	450 916	396 927	13,60%
Asie-Pacifique	260 013	259 058	0,40%
Total hors France + Europe	1 279 598	1 172 681	9,10%
<b>TOTAL</b>	<b>2 550 286</b>	<b>2 722 883</b>	<b>-6,30%</b>

\* Ventes

\*\* Europe = Union Européenne (24 pays) + Croatie, Islande, Norvège & Suisse

Les 10 principaux marchés du Groupe Renault à fin décembre 2012

<b>PAYS</b>	<b>VENTES</b>	<b>PARTS DE MARCHÉ</b>
France	551 314	24,20%
Brésil	241 594	6,60%
Russie	189 852	6,50%
Allemagne	170 303	5,10%
Argentine	118 727	14,80%
Turquie	118 169	15,20%
Algérie	113 664	26%
Iran	100 783	9,80%
Italie	96 144	6,30%
Espagne	83 366	10,70%

**Pour Plus D'informations:**

**Christophe LAVAUZELLE**

Attaché de presse (Consumérisme, Qualité produit)

+33 (0)1 76 84 46 91

[christophe.lavauzelle@renault.com](mailto:christophe.lavauzelle@renault.com)

**GROUPE RENAULT**

**SERVICE DE PRESSE**

Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36

[renault.media@renault.com](mailto:renault.media@renault.com)

Sites web: [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) - [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com)

Follow us on Twitter : **@Groupe\_Renault**