

RÉSULTATS COMMERCIAUX MONDE DU PREMIER SEMESTRE 2012

- **Les ventes à l'international atteignent un niveau record avec une progression de 14,3 %, plus forte que celle des marchés (+ 9,5 %) grâce au succès en Russie et au Brésil. Cependant, cette croissance ne suffit pas à compenser la baisse de 14,9 % des ventes en Europe.**

Avec 1,3 million de véhicules commercialisés dans le monde, les ventes du groupe Renault baissent de 3,3 % par rapport au premier semestre 2011, malgré un second trimestre positif (+ 1,2 %). La part de marché s'établit à 3,3 % en baisse de 0,3 point.

Faits marquants pour le groupe Renault au 1er semestre 2012.

- **A l'international : le Groupe poursuit avec succès sa stratégie de croissance avec un volume de ventes record de 620 306 véhicules (+ 14,3 % vs S1 2011). 47 % des ventes du Groupe sont réalisées hors d'Europe (contre 39 % au S1 2011).**
- **En Europe : les ventes du Groupe sont en baisse de 14,9 % en raison de la baisse marquée des marchés, notamment français, de sa stratégie de défense de marge unitaire et de la restructuration de son offre commerciale en Grande-Bretagne.**
- **En France : les ventes du groupe Renault se contractent de 15,2 % du fait d'un premier trimestre 2011 qui avait été accéléré par les dernières livraisons des véhicules concernés par la prime à la casse et aussi d'un marché plus faible que prévu. La marque Renault reste leader des segments A, B et C avec Twingo, Clio III et Mégane et Scénic Collection 2012. En VU, la marque Renault seule représente 32,9 % du marché et son volume de ventes est supérieur à celui de tous les groupes.**
- **Renault est d'ores et déjà leader du marché du véhicule électrique en Europe avec 31,4 %(i) de pénétration, grâce à Fluence et Kangoo Z.E.**

- **En VU, le Groupe connaît une croissance de sa part de marché dans toutes les régions. En Europe, la marque Renault entame sa 15e année de leadership.**

« Hors d'Europe, nous battons au premier semestre un nouveau record de ventes avec la marque Renault. Ce succès valide la stratégie d'internationalisation de l'entreprise. Cette offensive n'a pas totalement compensé la baisse de nos ventes en Europe, où dans des conditions de marché difficiles, nous avons privilégié la défense de nos marges » a déclaré Jérôme Stoll, Membre du Comité Exécutif, Directeur Commercial Groupe.

Monde

- **En VP, le groupe Renault enregistre un volume de ventes en baisse de 3,9 % avec 1 145 737 véhicules. Sa part de marché s'établit à 3,8 %.**
- **En VU, le groupe Renault a vendu 182 700 véhicules (+ 0,4 %). Le Groupe gagne des parts de marché dans toutes les régions où il est présent. En Europe, la marque Renault entame sa 15e année de leadership du marché.**
- **La marque Renault a enregistré un volume de ventes de 1 113 913, en baisse de 2,4 %.**
- **La marque Dacia, avec 181 280 véhicules vendus, connaît une hausse de 2,5 %.**
- **La marque Renault Samsung Motors, avec 33 244 véhicules vendus, a vu ses ventes baisser de 41,2 %.**

Région France & Europe :

En Europe, dans un marché en baisse de 7,4 %, le Groupe a vendu 708 131 véhicules (- 14,9 %). Sa part de marché VP+VU s'établit à 9,3 % en recul de 0,8 point, du fait :

* de la baisse marquée des marchés importants pour Renault, notamment français,

* de la stratégie de défense de ses marges unitaires qui a conduit à la restructuration de son offre commerciale en Grande-Bretagne,

* du vieillissement de sa gamme, à la veille du renouvellement de ses modèles du segment B.

- **La marque Renault se positionne à la 3e place en VP+VU avec une pénétration de 7,7 %. Elle entre dans sa quinzième année de leadership en VU avec une part de marché en hausse à 16,4 % (+ 1,3 point).**
- **La marque Dacia reste stable avec une part de marché à 1,6 %.**

Au 1er semestre, la marque Renault a lancé avec succès Twizy, qui complète sa gamme de Véhicules Zéro Emission. A fin mai, la marque est leader du marché des véhicules électriques en Europe avec une part de marché de 31.4 % (i).

En France : les ventes du Groupe enregistrent une baisse de 15,2 %. La part de marché s'établit à 24,7 %, en recul de 0,5 point sur le semestre, malgré une hausse consécutive sur les 2 derniers mois.

Avec Twingo, Clio et Mégane et Scénic Collection 2012, la marque Renault est leader des segments A, B et C. La marque Dacia est stable avec une part de marché de 3,5 %, et s'installe durablement comme la 5e marque à particuliers. En VU, la marque Renault renforce sa position de leader devant tous les groupes avec une part de marché de 32,9 %, en

hausse de 2,3 points.

Régions hors Europe

Avec 620 306 véhicules vendus, le Groupe augmente ses ventes de 14,3% sur des marchés en croissance de 9,5 %. La part des ventes hors Europe s'établit désormais à 47 %, contre 39 % au 1er semestre 2011.

Le Groupe consolide son internationalisation : comme à fin 2011, 6 des 10 plus gros marchés du Groupe sont situés hors d'Europe, et 3 pays (Brésil, Russie et Argentine) dans le top 5.

Amériques :

Les volumes du Groupe augmentent de 20,4 % et établissent un record à 215 149 unités vendues. La part de marché du Groupe progresse d'1 point et s'établit à 6,7 %.

Au Brésil, dans un marché en baisse de 0,4 %, Renault continue sa conquête, avec un volume en hausse de 37,3 % et une part de marché record de 6,8 % (+ 1,9 point). Renault, 5e marque du marché brésilien, connaît la seconde meilleure progression toutes marques confondues, grâce au succès de Duster et de Sandero phase 2. Le Brésil demeure le 2e marché du Groupe.

En Argentine, Renault poursuit sa dynamique. Avec une hausse de 25,3 % de ses ventes, la marque se hisse à la 3e place du marché avec 14,3 % de pénétration (+ 2,4 points). Le pays devient le 5e marché du Groupe (vs 9e à la fin du 1er semestre 2011).

Eurasie :

Avec 103 926 véhicules vendus, le Groupe gagne des parts de marché dans tous les pays de la région. Avec des ventes en hausse de 29,4 %, sa pénétration s'établit à 6,5 % (+ 0,8 point).

En Russie, dans un marché en croissance (+ 14,4 %), Renault poursuit son offensive. Avec des ventes en hausse de 28,6 %, soutenues par le succès de Logan, Sandero et Duster, la marque devient la 1ère marque importée et la 2e marque du marché à 6,8 % de pénétration (+ 0,8 point).

La Russie devient le 3e marché du Groupe (vs 4e fin 2011).

Euromed-Afrique :

Avec 184 407 unités vendues, les ventes du Groupe affichent une hausse de 7,9 %. Sa part de marché atteint 15,7 % (+ 0,7 point).

Au Maroc, les volumes du Groupe ont augmenté de 22,4 % et la part de marché atteint 37,6 % (+ 1 point) grâce à la progression des deux marques.

En Algérie, ils ont augmenté de 50,5 % et la pénétration s'établit à 28,1 % (+ 0,8 point). Ce pays devient le 6e marché du Groupe (vs 13e fin 2011), et le 3e marché sur le marché VU seul.

En Turquie, dans un marché en baisse, le Groupe résiste bien et enregistre une hausse de parts de marché de 0,1 point à 16,5 %.

Asie Pacifique :

Avec 116 824 unités vendues, les ventes du Groupe progressent de 3,5 %. Sa part de marché est stable à 0,6 %.

En Corée du sud, les ventes de la marque **Renault Samsung Motors** baissent de 41,7 %. Elle déploie un plan de redressement pour renforcer durablement sa compétitivité.

En Inde, après le lancement de Renault Fluence en juin et Koleos en septembre 2011, la marque Renault a commercialisé Pulse en janvier 2012. Cinq véhicules auront été lancés et 100 points de vente créés d'ici fin 2012.

La croissance du marché automobile mondial devrait se poursuivre avec une hausse de 5 % en 2012 avec des évolutions contrastées : croissance hors d'Europe, et baisse du marché européen de -6 % à -7 %. Le marché français, pour sa part, devrait être en baisse de -10 % à -11 %.

Après les lancements de 5 nouveaux produits au 1er semestre (Twizy, Pulse, Talisman, Lodgy et Dokker), l'offensive produit se poursuivra au second semestre avec :

- **L'arrivée de Nouvelle Clio et de ZOE**
- **L'enrichissement de la gamme Entry avec les lancements de Nouvelle Logan et Nouvelle Sandero**
- **La montée en cadence de Duster qui va faire son entrée sur le marché indien après ses lancements en Russie et en Colombie.**

« Les conditions sont en place pour que le Groupe Renault poursuive sa croissance internationale au second semestre. Dépasser le volume de ventes mondiales de 2011 dépendra néanmoins pour une large part de l'évolution de l'environnement économique et financier européen encore très incertain à ce stade » a déclaré Jérôme Stoll.

Total des ventes par marques

	Cumul à fin juin*		
	2012	2011	% variation
RENAULT			
VP	940 536	969 863	-3,0%
VU	173 377	171 225	1,3%
VP+VU	1 113 913	1 141 088	-2,4%
RENAULT SAMSUNG MOTORS			
VP	33 244	56 503	-41,2%
DACIA			
VP	171 957	166 164	3,5%
VU	9 323	10 671	-12,6%
VP+VU	181 280	176 835	2,5%
GROUPE RENAULT			
VP	1 145 737	1 192 530	-3,9%
VU	182 700	181 896	0,4%
VP+VU	1 328 437	1 374 426	-3,3%

Total des ventes du Groupe VP+VU par région

	Cumul à fin juin*		
	2012	2011	% variation
France	310 260	365 805	-15,2%
Europe** (hors France)	397 871	465 870	-14,6%
Total France + Europe	708 131	831 675	-14,9%
Euromed Afrique	184 407	170 904	7,9%
Eurasie	103 926	80 298	29,4%
Asie Pacifique & Chine	116 824	112 918	3,5%
Amériques	215 149	178 631	20,4%
Total hors France + Europe	620 306	542 751	14,3%
Monde	1 328 437	1 374 426	-3,3%

* Ventes

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

Les 10 principaux marchés du Groupe Renault à fin juin 2012

Pays	Ventes	Parts de marché
FRANCE	310 260	24,7%
BRESIL	110 536	6,8%
RUSSIE	95 579	6,8%
ALLEMAGNE	88 543	5,1%
ARGENTINE	63 275	14,3%
ALGERIE	63 259	28,1%
ITALIE	57 953	6,6%
TURQUIE	56 439	16,5%
IRAN	53 224	8,3%
ESPAGNE	45 081	10,1%

(i) Chiffre à fin mai 2012

Pour Plus D'informations:

Rié YAMANE

Attachée de presse corporate (Commerce & Régions internationales)

+33 (0)1 76 84 00 99

rie.yamane@renault.com

GROUPE RENAULT

SERVICE DE PRESSE

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

renault.media@renault.com

Sites web: www.media.renault.com - www.group.renault.com

Follow us on Twitter : @Groupe_Renault