

RÉSULTATS COMMERCIAUX MONDE 1ER SEMESTRE 2011

Avec 1,4 million de véhicules commercialisés dans le monde, les ventes du Groupe Renault atteignent un niveau historique et progressent de +1,9 % par rapport à 2010.

Les ventes sont tirées par l'international (+20,4 % vs 1^{er} semestre 2010) et par la marque Renault (+5,7 %).

Faits marquants pour le Groupe Renault au 1^{er} semestre 2011

- **A l'international : le groupe confirme à la fois son potentiel de croissance et sa globalisation avec 542 000 véhicules vendus (+20,4 % vs 1^{er} semestre 2010). La part des véhicules du groupe Renault commercialisés hors Europe a progressé de 6 points, et représente désormais 40 % des ventes.**
- **En Europe : la marque Renault conserve sa place de 2^e marque en VP + VU, avec 8,5 % de part de marché, ainsi que son leadership en VU, avec 15,2 % de part de marché.**
- **En France : Renault reste la 1^{ère} marque en VP comme en VU. Toutefois, les ventes du Groupe Renault en VP se sont contractées sous l'effet cumulé d'un bas niveau de stock et de contraintes d'approvisionnement, dans un marché plus élevé que nos prévisions.**
- **La marque Renault, qui progresse de +5,7 % dans le monde (112 pays de commercialisation), représente 83% des volumes du Groupe avec 1,1 million de véhicules. La marque Dacia, commercialisée exclusivement en Europe et Euromed, baisse de -3 % (177 000 unités) et la marque Renault Samsung Motors, centrée sur la Corée, baisse de -36 % (56 000 ventes).**

« Malgré des résultats mitigés en Europe, le Groupe poursuit sa croissance commerciale et atteint un record de ventes pour un premier semestre. Cette performance s'appuie comme prévu sur une forte croissance à l'international avec une progression de plus de 20 % de nos ventes, grâce notamment à deux pays clés pour le Groupe, le Brésil et la Russie. » a déclaré Jérôme Stoll, Directeur général adjoint Commerce et Véhicules Utilitaires.

Monde

En VP, le groupe Renault enregistre un volume de ventes en hausse de +0,4 % avec 1 192 564 véhicules. La part de marché s'établit à 4,3 %.

En VU, le volume de ventes du groupe Renault se monte à 181 559, en hausse de +12,7 % vs 2010.

Région Europe (y compris France)

- **VP + VU : avec 831 712 véhicules vendus et une part de marché de 10,1 %, le groupe Renault VP + VU voit ses volumes baisser (-7,4 %) comme sa part de marché (-0,7 point) principalement à cause de contraintes d'approvisionnement. Sur les six premiers mois, le manque à gagner en Europe est estimé à 50 000 voitures environ.**
- **VP : le groupe Renault a vu ses ventes baisser de -9,6 % et sa part de marché atteint 9,4 % (-0,8 point). Les ventes de la marque Renault en Europe sont principalement portées par Twingo, Clio et la famille Mégane. - Twingo est 3^e en Europe, à 10,4 % de part de segment. Très bonne performance des séries limitées Twingo Miss Sixty et de Twingo Gordini.**
 - **Les ventes de Clio 2 et 3 s'élèvent à 164 000 unités.**
 - **Avec 215 000 unités sur le segment C, la famille Mégane est 2^e avec 7,9 % de part de segment, notamment avec Scénic qui reste leader des monospaces.**
 - **Sous contrainte d'approvisionnements de moteurs Diesel, la marque Dacia voit ses ventes baisser de -2,5 % et maintient une part de marché de 1,6 %. Dacia Duster, lancé en avril 2010, connaît un franc succès avec près de 71 000 immatriculations à fin juin.**
- **VU : la marque Renault demeure N°1 du Véhicule Utilitaire en Europe (leader depuis 1998) avec des ventes en progression de +7 % et une part de marché à 15,2 % (soit -0,2 point). Les résultats s'appuient sur le succès de Master lancé en avril 2010, qui progresse de près de 4 points sur son segment sur les 3 dernières années, mais aussi de Trafic et Kangoo.**

En France :

Le Groupe enregistre une baisse de volume de -9,9 % avec une part de marché de 25,2 % en baisse de -3,3 points. Un marché et des commandes plus élevés que prévus cumulés à un bas niveau de stock à fin 2010, n'ont pas permis de livrer et d'immatriculer suffisamment de véhicules. Le niveau des immatriculations ne reflètent donc pas la dynamique commerciale. En effet, le portefeuille de commandes est supérieur de + 18 % à celui de juin 2010 et représente deux

mois de vente.

Dans ce contexte, la marque Renault conforte néanmoins sa 1^{ère} place en VP sur le canal des ventes à particuliers et aux entreprises, ainsi qu'en VU avec 30,6 % de part de marché.

Twingo, Clio et Mégane, sur le cumul des 6 premiers mois de l'année, restent leaders des segments A, B et C.

La marque Dacia, 5^e marque en ventes à particuliers, avec 50 417 unités, enregistre une baisse de volume de -21,6 % pour une part de marché de 3,5 %. La bonne performance de Duster (10^e modèle sur le marché français et 2^e sur le segment des 4x4/crossover) ne compense pas la baisse des immatriculations de Sandero, liée à la suppression du bonus GPL. A noter que la marque Dacia a également été impactée par les contraintes d'approvisionnement.

Régions hors Europe

Les volumes VP + VU à l'international ont augmenté de +20,4 % vs 1^{er} semestre 2010 et représentent désormais 39,5 % des ventes du Groupe Renault (vs 33,4 % à fin juin 2010). Le Véhicule Utilitaire de la marque Renault progresse fortement à l'international, notamment en Euromed (part de marché de 9,9 %, soit + 2,6 points) et en Amériques (2,8 %, soit + 0,6 point).

Les régions Amériques, Euromed et Eurasie connaissent des records de vente :

- **Amériques : avec 178 530 unités vendues et une part de marché à 5,7 % (+ 0,8 point), la marque Renault bat son record de ventes et de part de marché. Le lancement de Renault Sandero phase 2, modèle exclusivement destiné aux pays de la région Amériques, va permettre d'augmenter encore cette performance commerciale.**

Le Brésil conforte sa place de 3^e marché du groupe (+3 places par rapport à 2010) derrière la France et l'Allemagne, et connaît une augmentation de volume de +24,6 % avec une part de marché de 4,9%. Renault est la 5^e marque du marché brésilien.

- **Euromed : avec 154 356 unités, le Groupe avec ses marques Renault et Dacia affiche un record de ventes VP + VU avec une hausse de +20 %. Renault Symbol est leader de son segment dans la région.**

En Turquie, le Groupe bat son record de ventes avec 68 831 immatriculations (marques Renault et Dacia), en progression de +69 %. A noter : Renault Symbol est le 1^{er} véhicule vendu toutes catégories confondues avec 18 600 ventes et une progression de +71 %, Renault Fluence est 1^{ère} de son segment avec 14 700 ventes et Renault Latitude reçoit un très bon accueil.

- **Eurasie : avec une hausse de +73,3 % (80 219 unités vendues), le groupe affiche un record de ventes et de part de marché à 5,7 % principalement grâce à la Russie qui connaît une augmentation des ventes de +76 % et atteint une part de marché de 6 %. Renault devient la 3^e marque du marché, en progression d'une place par rapport à 2010. Renault Logan est le 1^{er} véhicule de marque étrangère et le 5^e véhicule le plus vendu toutes catégories confondues.**
- **Asie/Afrique : avec 129 306 unités, le groupe Renault connaît une baisse de volume de -9,6 %, et des résultats mitigés selon les pays.**

Très bonne performance en Iran grâce à Logan et Mégane avec des ventes en hausse de +70 % et une part de marché de 4,7 %. Les résultats sont en retrait en Corée pour la marque Renault Samsung Motors, principalement à cause de la fin de vie de SM7, des difficultés d'approvisionnement liées au tsunami au Japon et de la forte pression des concurrents.

En Inde, un des trois marchés prioritaires du groupe à l'international, après le lancement de Renault Fluence en mai 2011, la marque Renault commercialisera Koleos au 2^e semestre 2011 et Duster en 2012. Au total, cinq véhicules seront lancés d'ici la fin 2012.

Lancements produits au premier semestre 2011

- **Moteur Energy dCi 130 (115 g de CO₂/km) sur Scénic et Grand Scénic en Europe**
- **Renault Sandero Stepway en Russie, en Afrique du Sud et au Maghreb (Algérie, Maroc)**
- **Renault Sandero phase 2 en Amérique du Sud**
- **Renault Fluence au Brésil, en Colombie, en Inde et en Chine**
- **Renault Mégane CC en Euromed**
- **Renault Scénic et Grand Scénic en Chine**
- **Renault Latitude en Europe, Turquie, Amériques et en Chine**
- **Renault Master en Russie, Ukraine et Israël**

Perspectives commerciales pour le second semestre 2011

Le second semestre devrait voir une évolution divergente des marchés entre l'Europe et le reste du monde.

Le Groupe prévoit un marché mondial 2011 en progression de +3 % à +4 % par rapport à 2010, malgré une baisse du marché européen estimée entre 0 et -2 % et un marché français entre -4 % et -6 % par rapport à l'année dernière.

À partir de juillet, les difficultés d'approvisionnement qui ont principalement touché l'Europe devraient se résorber. Les usines du Groupe vont retrouver un niveau d'activité élevé dès fin août, et nos délais de livraisons vont se réduire. En France, la part de marché du Groupe à fin 2011 devrait être proche de fin 2010

«Grâce au portefeuille élevé de commandes en Europe et avec la poursuite de notre offensive à l'international, le groupe Renault prévoit un nouveau record de ventes sur l'ensemble de l'année. En Europe, le deuxième semestre sera aussi marqué par le lancement des trois premiers véhicules de la gamme électrique Renault, Kangoo Z.E, Fluence Z.E et Twizy. » a déclaré Jérôme Stoll.

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**