

RÉSULTATS COMMERCIAUX MONDE 1ER SEMESTRE 2013

En hausse de 4,3% au premier semestre, les ventes du Groupe Renault à l'international enregistrent un niveau record. Cette hausse ne suffit toutefois pas à compenser la baisse des ventes du Groupe en Europe (-7,3%), dans un marché déprimé (-6,7%).

Avec 1,3 million de véhicules commercialisés dans le monde, pour moitié hors d'Europe, les ventes du Groupe baissent de 1,9%, mais sont en hausse de 0,7% sur le 2nd trimestre isolé. La part de marché mondial est quasi stable à 3,2% (-0,1 point).

Faits marquants 1^{er} semestre 2013

A l'international : le Groupe poursuit sa stratégie de croissance, avec un record de 646 274 véhicules vendus (+4,3%), soit 49,6% des ventes mondiales (+2,9 points). La Russie devient le 2^{ème} marché du Groupe devant le Brésil et la 2^{ème} marque du pays. En Inde, Renault réalise grâce à Duster une véritable percée et devient la 1^{ère} marque européenne.

En Europe : dans un marché toujours orienté à la baisse, le Groupe, qui poursuit sa stratégie de défense de ses marges, vend 656 580 véhicules (-7,3%) et réalise une part de marché VP+VU de 9,2% (-0,1 point). Le Groupe est impacté par la baisse, supérieure à la moyenne, de ses 3 principaux marchés. En VU, la marque Renault est leader avec 14,2% du marché.

Les **nouvelles gammes** Renault et Dacia rencontrent partout le succès attendu. Nouvelle Clio, lancée en Europe, en Turquie et au Maghreb, est en tête du marché français. Le lancement réussi de Captur en Europe confirme le succès du renouvellement du design de Renault. Nouvelle Sandero progresse sur l'ensemble de ses marchés, notamment en Belgique (+99%), Espagne (+61%), Turquie (+35%), France (+32%) et Italie (+32%). Duster pour sa part, avec 188 868 véhicules vendus (+50%), constitue le fer de lance de la croissance du Groupe à l'international.

« Le Groupe Renault démontre une nouvelle fois la pertinence de sa stratégie d'internationalisation, qui permet d'amortir pour une bonne part la baisse du marché européen. A l'international, nous engrangeons de solides succès, comme en Russie et en Inde. En Europe, le renouveau de nos gammes produits Renault et Dacia nous permet de poursuivre la défense de nos marges et de nos parts de marché » souligne **Jérôme Stoll**, Directeur Commercial Groupe et Véhicules Utilitaires.

Ventes par marques

Les ventes de la marque **Renault** baissent de 4,6%, la hausse des ventes hors Europe (+4,3%) ne parvenant pas à compenser la baisse des ventes en Europe (-12,5%). Avec 1 062 280 véhicules vendus, la marque représente 81,5% des ventes du Groupe.

Les ventes de la marque **Dacia** sont en hausse de 16,5% et progressent sur l'ensemble de ses régions de

commercialisation. La marque est portée par le succès de Duster, la montée en puissance de Lodgy et de Dokker et le renouvellement de Sandero et de Logan. Avec 211 438 véhicules vendus, la marque représente 16,2% des ventes du Groupe.

La marque **Renault Samsung Motors** enregistre une baisse de 12,4% de ses ventes, dans un contexte de restructuration de son offre produit et de son réseau commercial. Avec 29 136 véhicules vendus, la marque représente 2,2% des ventes du Groupe.

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

Dans un marché en baisse de 6,7%, le Groupe a vendu 656 580 véhicules (-7,3%). Sa part de marché VP+VU s'établit à 9,2%, en baisse de 0,1 point. Ceci en raison :

- d'un repli des 3 premiers marchés du Groupe en Europe (France, Allemagne et Italie) supérieur à la moyenne européenne,
- de la poursuite de la stratégie de défense des marges, passant par une politique vertueuse de prix.

La marque **Renault** reste à la 3^{ème} place du marché européen VP+VU, avec une pénétration de 7,2% (-0,5 point). En VU, la marque entame sa 16^{ème} année consécutive en tête du marché, avec une pénétration de 14,2% (-2,2 points).

La marque **Dacia**, forte du renouvellement de sa gamme et de l'adéquation de son offre à un environnement économique européen difficile, progresse de 0,4 point à 2,0% du marché VP+VU. Elle réalise ainsi la meilleure progression en parts de marché et en volumes toutes marques confondues.

Sur le marché naissant du **véhicule électrique**, la marque Renault, forte de sa gamme de 4 véhicules Zéro Emission, détient le leadership du marché européen avec 48,9% du marché VP+VU. Renault ZOE est à fin juin le véhicule électrique le plus vendu en Europe avec 4 770 immatriculations et 29,5% du marché..

En France, dans un marché déprimé, le Groupe immatricule 278 848 véhicules (-10,1%) pour une part de marché VP+VU de 24,9% (+0,2 point). En VP, Nouvelle Clio est à fin juin le véhicule le plus vendu du marché français et Captur, avec 11 309 immatriculations en 3 mois, réalise un excellent démarrage. Renault, leader du marché, place ses modèles en tête des segments A, B et C. Dacia, avec 4,8% du marché VP (+0,9 point), est solidement installée à la 5^{ème} place. En VU, Renault, également leader, place Kangoo Express sur le première marche du podium.

Hors Europe : avec des ventes en hausse de 4,3%, le groupe confirme sa dynamique à l'international

Avec 646 274 véhicules vendus, le Groupe augmente ses ventes hors Europe de 4,3%. La part des ventes hors Europe s'établit à 49,6%, contre 46,7% au premier semestre 2012.

Le Groupe confirme ainsi son développement à l'international, avec 5 de ses 10 principaux marchés situés hors d'Europe, dont 2 (Russie et Brésil) dans le Top 3.

Région Eurasie : ventes en hausse de 9,9%, la Russie devient le 2^{ème} marché du Groupe

Avec 114 189 véhicules vendus, les ventes de Renault progressent de 9,9%. La part de marché de la marque atteint un record de 7,3%, en progression de 0,9 point.

En **Russie**, dans un marché en baisse de 5,7%, les ventes de Renault progressent de 9,5%, portées par la percée de Duster, leader du segment des SUV, et le succès continu de Logan et de Sandero. Renault est la deuxième marque dans le pays, avec 7,8% du marché (+1,1 point). Et la Russie devient à fin juin le deuxième marché du Groupe dans le monde.

Région Asie-Pacifique : ventes en hausse de 7,8%, Renault perce en Inde

Avec 125 400 véhicules vendus, les ventes du Groupe progressent de 7,8%. Sa part de marché reste stable à 0,7%.

Forte d'une gamme de 5 modèles et d'un réseau de plus de 100 points de vente couvrant 90% du territoire, la marque Renault effectue une percée en **Inde** et prend 2,5% du marché (contre 0,3% au premier semestre 2012) avec 39 490 véhicules vendus. Elle devient première marque européenne dans le pays.

En **Corée du Sud**, les ventes de Renault Samsung Motors sont en recul de 14,2% dans un marché stable. Le plan de restructuration mis en place en 2012 commence à porter ses premiers fruits, avec le bon démarrage de SM5 phase 2.

L'arrivée de QM3 en fin d'année devrait marquer le début de la reconquête.

Région Euromed-Afrique : ventes en hausse de 6,7%

Les ventes du Groupe progressent de 6,7%, à 196 543 unités. La part de marché s'établit à 15,4% (-0,2 point).

En **Turquie**, dans un marché dynamique (+12,1%), les ventes du groupe progressent de 16,7%, portées par les succès côté Renault des nouvelles Fluence, Clio (leader du segment B) et Symbol, et côté Dacia par la progression de Duster (+31,1%) et les excellents démarrages de nouvelle Sandero, de Lodgy et de Dokker. Le Groupe détient 17,2% du marché (+0,7 point).

En **Algérie**, les ventes du Groupe ont augmenté de 6,5%, pour une part de marché de 26,5%. En VP, le succès de Nouvelle Clio, deuxième de son segment avec 6,4% du marché derrière Logan, permet au groupe de maintenir sa performance commerciale, avec 28,6% du marché.

Au **Maroc**, le Groupe place les marques Dacia et Renault en tête du marché et enregistre une pénétration record de 39,3% (+1,6 point).

Région Amériques : ventes en baisse de 2,4%, mais reprise au 2nd trimestre (+3,1%)

Avec 210 142 véhicules vendus, les ventes du Groupe sont en retrait de 2,4%. Sa part de marché s'établit à 6,2% (-0,5 point). En VU, les ventes du Groupe progressent de 20,4%, près de trois fois plus que le marché (+7,8%). Au deuxième trimestre, le groupe enregistre toutefois une reprise significative de ses ventes, en hausse de 3,1%.

Au **Brésil**, la fermeture de l'usine de Curitiba pendant 2 mois (décembre-janvier) pour augmenter la capacité de production de 100 000 véhicules a entraîné une pénurie de véhicules qui a pénalisé les ventes. Renault détient 6,0% du marché (-0,8 point). Avec 102 020 véhicules vendus, le Brésil est le 3^{ème} marché mondial du Groupe.

En **Argentine**, les ventes de Renault progressent de 6,8%, portées par le succès de Clio Mio et de Duster. La part de marché de la marque s'établit à 14,1% (-0,2 point). Les ventes VU (+15,3%) seront soutenues au second semestre par l'arrivée de nouveau Master.

Perspectives commerciales pour 2013

La croissance du marché automobile mondial devrait se poursuivre en 2013, avec une hausse de 2%, contre 3% prévus en début d'année. Cette évolution marque le ralentissement de la croissance dans certains pays émergents alors que l'Europe s'oriente toujours vers une baisse de marché de 5%, avec un marché français en baisse de 8% contre 5% prévus jusqu'à présent.

« Le renouvellement des gammes produit du Groupe est maintenant largement engagé et commence à porter ses fruits sur l'ensemble des marchés. L'accroissement de nos capacités industrielles à l'international, ainsi que la pertinence et l'attractivité de notre offre, doivent nous permettre de dépasser en 2013 notre volume de ventes mondiales 2012 et de regagner des parts de marché en Europe, sous réserve que les marchés européens et français ne se dégradent pas plus » a déclaré **Jérôme Stoll**.

Total des ventes par marques

	Cumul à fin juin*		
	2013	2012	% variation
RENAULT			
VP	914 730	939 496	-2,6%
VU	147 550	173 802	-15,1%
VP+VU	1 062 280	1 113 298	-4,6%
DACIA			
VP	200 101	172 141	16,2%
VU	11 337	9 370	21,0%
VP+VU	211 438	181 511	16,5%
RENAULT SAMSUNG MOTORS			
VP	29 136	33 244	-12,4%
GROUPE RENAULT			
VP	1 143 967	1 144 881	-0,1%
VU	158 887	183 172	-13,3%
VP+VU	1 302 854	1 328 053	-1,9%

* Ventes

Total des ventes du groupe VP+VU par région

	Cumul à fin juin*		
	2013	2012	% variation
France	278 848	310 260	-10,1%
Europe** (hors France)	377 732	398 053	-5,1%
Total Europe	656 580	708 313	-7,3%
Euromed Afrique	196 543	184 235	6,7%
Eurasie	114 189	103 926	9,9%
Asie Pacifique & Chine	125 400	116 324	7,8%
Amériques	210 142	215 255	-2,4%
Total hors Europe	646 274	619 740	4,3%
Monde	1 302 854	1 328 053	-1,9%

* Ventes

** Europe = UE (28 pays - Bulgarie & Roumanie) + Balkans (5 pays) + Islande, Norvège & Suisse

Les 15 principaux marchés du Groupe à fin juin 2013

	Pays	Ventes VP + VU	Parts de marché
1	France	278 848	24,9%
2	Russie	104 633	7,8%
3	Brésil	102 020	6,0%
4	Allemagne	81 059	5,1%
5	Argentine	67 551	14,1%
6	Algérie	67 364	26,5%
7	Turquie	65 634	17,2%
8	Italie	54 701	7,0%
9	Espagne	46 257	10,8%
10	Belgique + Lux.	46 140	13,1%
11	Inde	39 490	2,5%
12	Royaume-Uni	32 857	2,5%
13	Iran	28 082	7,2%
14	Corée du Sud	26 309	3,5%
15	Maroc	25 068	39,3%

GROUPE RENAULT
SERVICE DE PRESSE
 Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36
renault.media@renault.com

Websites: www.media.renault.com - www.group.renault.com

Follow us on Twitter : **@Groupe_Renault**