

PRESS RELEASE

2014-07-07

RÉSULTATS COMMERCIAUX MONDE DU 1ER SEMESTRE 2014

RENAULT ACCÉLÈRE EN EUROPE ET RÉSISTE À L'INTERNATIONAL

Sur le 1^{er} semestre, la performance des marques Renault et Dacia en Europe, portée par le succès de Clio, Captur, Duster phase 2 et Sandero, permet au Groupe de compenser le fort ralentissement de ses principaux marchés émergents.

Avec près de 1,4 million de véhicules commercialisés dans le monde à fin juin 2014, les ventes VP + VU du groupe Renault progressent de 4,7 % au 1^{er} semestre 2014 par rapport à 2013.

En Europe, les ventes du groupe Renault augmentent de 18 %, beaucoup plus largement que le marché, lui-même en hausse de 6,5 %. La marque Renault est en croissance de +13 %. Dans le même temps, Dacia reste la marque qui croît le plus vite (+0,5 point de part de marché).

Impactées par les crises économiques ou financières sur ses principaux marchés émergents, les ventes du Groupe hors d'Europe sont en recul de 9 %. Dans ce contexte, le Groupe résiste et affiche tout de même une progression de part de marché en Eurasie et en Amérique Latine avec un premier semestre record au Brésil (7 % de PDM).

« Au premier semestre 2014, en Europe, les ventes de la marque Renault sont en croissance grâce à Clio et Captur. Dacia est la marque de la Région qui progresse le plus fortement. Ces performances permettent d'effacer l'impact de la baisse de nos principaux marchés émergents et de maintenir le groupe dans sa dynamique de croissance » souligne **Jérôme Stoll**, membre du Comité Exécutif, Directeur Délégué à la Performance et Directeur Commercial Groupe.

Faits marquants du 1^{er} semestre 2014

Les ventes du groupe Renault progressent de 4,7 % pour s'établir à 1 365 418 unités, dans un marché automobile mondial en hausse de 3,8 % au 1^{er} semestre 2014.

EUROPE

Dans un marché orienté à la hausse (+6,5 %) contrairement à 2013, le Groupe vend 776 236 véhicules (soit +18 %) et réalise une part de marché VP+VU de 10,2 % (+1 point).

Le Groupe accroît ses ventes de 18 % avec 776 236 unités vendues. La part de marché VP+VU s'établit à 10,2 %, en hausse de 1 point. Les ventes du Groupe sont en progression sensible sur la quasi-totalité des pays. Ses plus fortes hausses sont enregistrées au **Portugal** (+68 %), au **Royaume-Uni** (+65 %), en **Irlande** (+52 %), en **Espagne** (+35 %), ou encore dans les **pays nordiques** (+37 %).

Clio demeure le véhicule le plus vendu sur le marché français à fin juin, et le 3^e en Europe[1].

Le Groupe devient un expert reconnu sur le segment des crossovers urbains avec Captur, 1^{er} sur le segment B en Europe et Duster 3^e sur le segment C[2] (et 1^{er} en France).

La marque **Renault** confirme sa 3^e place du marché européen VP+VU, avec une pénétration de 7,6 % (+0,4 point). La marque est leader du segment B avec Clio et Captur[3]. En VU, la marque entame sa 17^e année consécutive en tête du marché, avec une pénétration de 14,3 % (+0,2 point) et des volumes en hausse de 11 %.

La marque **Dacia** réalise la meilleure progression toutes marques confondues. Forte du renouvellement de sa gamme et de l'adéquation de son offre à un environnement économique européen difficile, elle progresse de 0,5 point à 2,6 % du marché VP+VU.

En **France**, dans un marché à la hausse (+2,7 %), le Groupe immatricule 313 682 véhicules (+12,5 %) pour une part de marché VP+VU de 27,3 % (+2,4 points). Nouvelle Clio est à fin juin le véhicule le plus vendu du marché français. Captur, avec 33 910 ventes, confirme son succès et est le SUV le plus vendu de l'hexagone. Scénic, leader des monospaces compacts, résiste face à des modèles concurrents plus récents. Au global, 5 modèles du Groupe sont dans le TOP 10 à fin juin.

Dacia, avec 5,3 % du marché VP+VU (+1,1 point), est solidement installée à la 5^e place (4^e en ventes à particuliers). Les ventes de Sandero et Duster ont bondi respectivement de plus de 30 % et 58 % par rapport à la même période en 2013.

En VU, Renault, également leader, place Kangoo Express sur la première marche du podium.

INTERNATIONAL

Dans un contexte de baisse de ses principaux marchés émergents, les ventes du Groupe baissent de 9 %, à 589 182 unités. Elles représentent 43 % des ventes totales (contre 50 % au premier semestre 2013). Le Groupe est impacté par la baisse des marchés en Algérie (-31 % MTM), en Turquie (-26 % MTM), ou encore en Argentine (-24 % MTM), en Russie (-8 % MTM), au Brésil (-7 %) avec un fléchissement qui s'accroît dans ces pays, et en Inde (-5 % MTM).

Région Eurasie

Dans la Région Eurasie, Renault fait mieux que le marché avec des ventes en baisse de 7 % dans un marché en baisse de 9 %.

En **Russie**, 3^e marché pour le Groupe, Renault reste la deuxième marque du pays derrière Lada avec une part de marché stable à 7,8 % en attendant le plein effet des renouvellements de la gamme M0.

Suite à l'effondrement du marché Ukrainien, le **Kazakhstan** (+11 % MTM) devient le 2^e marché de la région. Renault y poursuit sa percée et double ses ventes, grâce à Duster ; la part de marché bondit de 2,6 points pour atteindre 5,4 %.

Région Asie-Pacifique

Avec 110 903 véhicules vendus, les ventes du Groupe sont en recul de 12 % (-2,8% hors Iran), notamment en raison de la situation en **Iran** et de la baisse du marché **indien**. La part de marché du Groupe dans la Région est en légère baisse à 0,5 %.

En **Corée du Sud**, Renault Samsung Motors enregistre des volumes en croissance de 40 % dans un marché en hausse de 7 %. La part de marché est en progression de 1,1 point, à 4,7 %. RSM redevient la 4^e marque du pays. Le succès du nouveau QM3 est le principal artisan de cette reconquête.

Région Euromed-Afrique

Dans la région Euromed-Afrique, les ventes du Groupe reculent de 15 % sur un marché en baisse de 11 %.

Après des années de fortes hausses, le marché **algérien** connaît une importante phase de repli. Le Groupe Renault y est toujours leader avec 25,4 % de part de marché.

Le Groupe résiste en **Turquie** sur un marché en baisse de 26 % et voit sa part de marché atteindre 17,6 %, en hausse de 0,5 point. Fluence est le véhicule le plus vendu sur ce marché[4] .

Au **Maroc**, le Groupe reste très nettement en tête avec une part de marché de 37% et 6 modèles dans le TOP 10 à fin mai.

Région Amériques

Avec 205 390 véhicules, les ventes du Groupe sont en baisse de 2 % dans un marché régional en baisse de 9 %.

Au **Brésil**, 2^e marché du Groupe, les ventes augmentent de 8 % dans un marché pourtant en baisse de 7 %. Sa part de marché progresse de 1 point et atteint désormais un plus haut historique de 7 % grâce à 110 146 ventes.

En **Argentine**, sur un marché fragilisé (-24 %), Renault maintient sa part de marché (14,4 %) tout en donnant la priorité à la rentabilité de ses opérations.

Perspectives commerciales pour 2014

Au second semestre, l'évolution des principaux marchés du groupe se fera dans la continuité de celle du premier semestre. Nous prévoyons une progression de l'Europe, en rythme annuel, de 3 à 4% avec un marché français en hausse de 1%.

Dans ce contexte, Renault confirme ses prévisions initiales de gain de part de marché en Europe et d'augmentation de ses volumes mondiaux.

Pour y parvenir, le Groupe va s'appuyer sur :

- le succès confirmé de ses nouveaux produits, Clio, Captur, Sandero et Duster ph. 2
- les lancements à venir de Nouvelle Twingo et de Nouveau Trafic,
- le déploiement international de Nouvelle Logan et de Nouvelle Sandero

« La poursuite du renouvellement de Logan et Sandero à l'international devrait nous permettre de résister sur des marchés émergents en retrait. En Europe, lesancements imminents de Nouvelle Twingo et Nouveau Trafic permettront de confirmer la tendance du premier semestre. Dans ce contexte, nous confirmons nos prévisions de croissance de part de marché en Europe et de hausse de nos ventes mondiales » a déclaré Jérôme Stoll, membre du Comité Exécutif, Directeur Délégué à la Performance et Directeur Commercial Groupe.

[Voir les slides associés en cliquant ici](#)

Total des ventes du groupe VP+VU par région

| | 2014* | 2013* | % variation |
|----------------------------|------------------|------------------|--------------|
| France | 313 682 | 278 848 | 12,50% |
| Europe** (hors France) | 462 554 | 378 586 | 22,20% |
| Total France + Europe | 776 236 | 657 434 | 18,10% |
| Euromed Afrique | 166 695 | 196 562 | -15,20% |
| Eurasie | 106 194 | 114 217 | -7,00% |
| Asie Pacifique | 110 903 | 126 111 | -12,10% |
| Amériques | 205 390 | 210 103 | -2,20% |
| Total hors France + Europe | 589 182 | 646 993 | -8,90% |
| Monde | 1 365 418 | 1 304 427 | 4,70% |

* Cumul des ventes à fin juin

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

Total des ventes par marques

| | 2014* | 2013* | % variation |
|-------------------------------|-----------|-----------|-------------|
| RENAULT | | | |
| VP | 906 439 | 916 473 | -1,10% |
| VU | 157 099 | 147 169 | 6,70% |
| VP+VU | 1 063 538 | 1 063 642 | 0,00% |
| DACIA | | | |
| VP | 245 553 | 200 121 | 22,70% |
| VU | 17 557 | 11 486 | 52,90% |
| VP+VU | 263 110 | 211 607 | 24,30% |
| RENAULT SAMSUNG MOTORS | | | |
| VP | 38 770 | 29 178 | 32,90% |
| GROUPE RENAULT | | | |
| VP | 1 190 762 | 1 145 772 | 3,90% |
| VU | 174 656 | 158 655 | 10,10% |
| VP+VU | 1 365 418 | 1 304 427 | 4,70% |

*Cumul des ventes à fin juin

Les 15 principaux marchés du Groupe à fin juin 2014

| Pays | | Ventes | Parts de marché |
|------|---------------------|---------|-----------------|
| | | VP + VU | |
| 1 | FRANCE | 313 682 | 27,30% |
| 2 | BRESIL | 110 146 | 7,00% |
| 3 | RUSSIE | 96 421 | 7,80% |
| 4 | ALLEMAGNE | 88 634 | 5,40% |
| 5 | ITALIE | 69 200 | 8,50% |
| 6 | ESPAGNE | 62 561 | 12,20% |
| 7 | GRANDE-BRETAGNE | 54 670 | 3,80% |
| 8 | ARGENTINE | 52 474 | 14,40% |
| 9 | TURQUIE | 50 150 | 17,60% |
| 10 | BELGIQUE LUXEMBOURG | 46 606 | 13,30% |
| 11 | ALGERIE | 44 136 | 25,40% |
| 12 | COREE DU SUD | 36 977 | 4,70% |
| 13 | INDE | 24 129 | 1,60% |
| 14 | MAROC | 23 901 | 37,00% |
| 15 | PAYS-BAS | 22 531 | 9,90% |

[1] Chiffres à fin mai 2014

[2] Chiffres à fin mai 2014

[3] Chiffres à fin mai 2014

[4] Chiffres à fin mai 2014

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**