



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 17 juillet 2009

RESULTATS COMMERCIAUX PREMIER SEMESTRE 2009

Dans le monde :

- **Le groupe Renault (VP+VU) affiche une performance stable en part de marché à 3,7%.** Sur un marché mondial VP+VU en recul de 16,5%, les ventes sont en baisse de 16,5%.
- **Le Groupe (VP) gagne 0,1 point de part de marché à 4,3%, sur un marché mondial VP en baisse de 15,6% et avec des ventes en recul de 13,7%.**

En Europe :

- **Le groupe Renault maintient sa part de marché VP à 8,4%. Cette performance est atteinte grâce à une part de marché en hausse sur le second trimestre (8,8%) par rapport au premier trimestre (7,9%).**
- **Le renouvellement des véhicules de la famille Mégane est un succès.**
- **Renault est leader du marché des véhicules utilitaires au premier semestre et depuis plus de 11 ans. Le Groupe gagne 0,6 point de part de marché à 14.8%.**

| Résultats par Région

▪ Région Europe

Dans un **marché européen** en baisse (-10,6% en VP), le **groupe Renault** (-10,7%) maintient sa part de part de marché à 8,4%.

Sur les principaux marchés européens :

- Le Groupe enregistre des gains de parts de marché VP en **Allemagne** (+0,8 point de part de marché avec des ventes à +47,6%), en **Espagne** (+0,5 point de part de marché), en **Belgique** (+0,8 point de part de marché).
- En revanche, en **France**, le Groupe perd 0,5 point de part de marché VP qui s'explique par la baisse des volumes de Loueurs Courte Durée sur le premier semestre (-14.000 VP). Le Groupe perd des parts de marché VP en **Italie** (-0,5 point de part de marché) et en **Grande-Bretagne** (-2,2 points de part de marché, suite à la réduction volontaire des ventes dans des canaux devenus non rentables après la forte dépréciation de la Livre £).

Au premier semestre, les ventes (VP+VU) de Dacia progressent de plus de 95% en Europe et dépassent les 100 000 unités (dont près de 60 000 Sandero).

Les primes à la casse mises en place dès le mois de décembre en France, suivies de près par l'Allemagne et d'autres pays européens ont soutenu les marchés.

Direction de la Communication

1967, rue du Vieux Pont de Sèvres – 92109 Boulogne Billancourt Cedex

Tel.: + 33 (0)1 76 84 64 69 – Fax: + 33 (0)1 76 89 08 56

Sites : www.renault.com & www.media.renault.com

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications

▪ Région Euromed

En **Roumanie**, le Groupe gagne 2,3 points de part de marché sur un marché divisé par deux et s'octroie ainsi 37% de part de marché. Le groupe Renault est toujours **leader** sur ce marché.

En **Algérie**, sur un marché à +1%, le Groupe, **N°1 du marché**, enregistre une croissance de ses ventes de 30,1% soit un gain de part de marché de 5,1 points.

Au **Maroc**, sur un marché qui recule de 7,7%, le Groupe affiche une croissance supérieure à 9% et une part de marché de 34% en hausse de 5,2 points et confirme sa place de **N°1 du marché**.

▪ Région Eurasie

En **Russie**, le groupe Renault gagne **1 point** de part de marché à 4,7% sur un marché en recul de 48,6%. Malgré un marché fortement baissier pénalisé par la crise actuelle, la Russie reste un marché stratégique pour le Groupe avec un réel potentiel de croissance pour les années à venir.

▪ Région Amériques

Au **Brésil**, sur un marché soutenu par une baisse des taxes et en hausse de 4,4%, le Groupe enregistre une baisse de ses ventes (-12,9%). Plus de 20 000 Sandero et plus de 13 000 Logan y ont été vendues.

En **Argentine**, dans un contexte difficile, la nouvelle politique commerciale a permis de renouer avec la croissance en fin de semestre. Le groupe détient 12,2% de part de marché.

▪ Région Asie-Afrique

Sur un marché en léger recul (-1%), les ventes **Renault Samsung Motors** progressent de **2% en Corée**, soit une hausse de **0,3 point** de part de marché à quasiment **10%** du marché VP. Cette progression de RSM est à attribuer aux très bonnes performances réalisées par la SM5 en Corée avec près de 30 000 véhicules vendus au 1^{er} semestre.

En **Iran**, plus de 19 000 Tondar 90 (Logan) ont été vendues. La montée en cadence de la production de Tondar 90 est plus lente que prévue, essentiellement du fait de contraintes de financement et d'approvisionnement des fournisseurs iraniens.

| Résultats par modèle

Au premier semestre 2009, 5 nouveaux produits ont été lancés : Mégane Coupé, Mégane Estate, Grand Scénic, Scénic et Clio III ph 2. En 2009, le groupe Renault dispose ainsi d'une **gamme totalement renouvelée d'un âge moyen de 2,5 ans** (versus 3,8 ans en 2005).

• **Mégane :**

Les véhicules de la famille Mégane sont 3^{ème} de leur segment en Europe (173 000 véhicules vendus) grâce au renouvellement de Mégane Berline fin 2008, puis de Mégane Coupé, Grand Scénic, Scénic, et Mégane Estate au premier semestre 2009. Le duo Mégane Coupé et Berline se classe N°1 sur son segment en France et en Espagne au premier semestre.

- **Twingo** : Twingo est N°1 de son segment en France avec plus de 54 000 unités et dans le Top 3 des ventes de sa catégorie en Europe enregistrant une hausse de plus de 15%.
- **Clio III phase2** a été lancée en avril. Grâce à son offre «Carminat Tom-Tom», Clio ph.2 est le seul véhicule dans le segment des véhicules compacts à bénéficier d'une navigation première monte intégrée à moins de 500 euros. En juin, elle est N°1 de son segment en France (Clio 2+Clio3).
- **Laguna** : grâce au succès de la Série Spéciale « Black Édition » Laguna est à nouveau 1ère en France, en juin, sur le marché des ventes aux particuliers.
- **Véhicules utilitaires** : Renault est leader du marché des véhicules utilitaires au premier semestre et depuis plus de 11 ans en Europe. Le Groupe gagne en part de marché à 14.8% avec la marque Renault en hausse de 0.1 point et une gamme VU Dacia nouvellement lancée qui s'octroie 0.6 point du marché.
- **Gamme Entry** : la gamme Entry confirme son succès : 252 000 unités vendues sous les 2 marques Renault et Dacia dont près de 100 000 Sandero.

| Conclusion

Dans un contexte de crise financière et économique, le groupe Renault dispose d'atouts pour le second semestre :

- Le plein effet du renouvellement de la gamme avec les produits phare en Europe tels que Mégane, Scénic, Grand Scénic, et Clio III phase 2.
- Une gamme Renault eco² en Europe particulièrement adaptée au contexte environnemental et aux nouvelles mesures fiscales. 60% des véhicules vendus par le Groupe émettent moins de 140g de CO₂ par km en Europe (contre 48% en 2007) dont plus d'un tiers à moins de 120g (données 2008).
- Une gamme Entry bien adaptée au contexte économique actuel et qui poursuit une dynamique de croissance.

Au premier semestre 2009¹, Renault réalise un Free Cash Flow significativement positif, résultat du plan d'action annoncé le 12 février 2009. Le résultat net du Groupe sera publié le 30 juillet et tiendra compte d'une marge opérationnelle négative sur le 1er semestre 2009 et de la quote-part des résultats des sociétés mises en équivalence qui sera globalement négative. Pour mémoire, les contributions de Nissan et de Volvo au titre du premier trimestre 2009 s'établissent respectivement à -1 151M€ et -83 M€. La contribution d'AvtoVAZ sera connue le 30 juillet 2009.

Contact Presse : Isabelle Meillier, Renault Presse : +33 1 76 84 64 69

Sites Internet : www.media.renault.com et www.renault.com

¹ Les données du premier semestre sont en cours de revue par les commissaires aux comptes et seront examinés par le conseil d'administration du 29 juillet.

Total des ventes par marque

	Juin*			Cumul à fin Juin*		
	Juin 2009	Juin 2008	% variation	2009	2008	% variation
RENAULT						
VP	164 275	171 271	-4,1%	768 704	949 948	-19,1%
VU	25 829	33 646	-23,2%	129 962	194 623	-33,2%
VP + VU	190 104	204 917	-7,2%	898 666	1 144 571	-21,5%
RENAULT - SAMSUNG - MOTORS						
VP	10 749	8 082	+33,0%	54 497	53 751	+1,4%
DACIA						
VP	32 316	22 627	+42,8%	146 160	118 956	+22,9%
VU	1 871	1 658	+12,8%	7 666	8 886	-13,7%
VP + VU	34 187	24 285	+40,8%	153 826	127 842	+20,3%
GROUPE RENAULT						
VP	207 340	201 980	+2,7%	969 361	1 122 655	-13,7%
VU	27 700	35 304	-21,5%	137 628	203 509	-32,4%
VP + VU	235 040	237 284	-0,9%	1 106 989	1 326 164	-16,5%
	Juin			Cumul à fin Juin**		
	Juin 2009	Juin 2008	% variation	2009	2008	% variation
LADA						
VP	33 932	63 937	-46,9%	217 020	295 463	
VU	8	10	-20,0%	18	54	
VP + VU	33 940	63 947	-46,9%	217 038	295 517	

* ventes

** Depuis mars 2008

Total des ventes Groupe VP+VU par région hors LADA

	Juin*			Cumul à fin Juin*		
	Juin 2009	Juin 2008	% variation	2009	2008	% variation
Europe***	161 709	158 403	+2,1%	737 217	866 073	-14,9%
Dont France	78 434	73 795	+6,3%	338 276	366 477	-7,7%
Euromed	26 911	29 214	-7,9%	123 912	147 711	-16,1%
Eurasie	7 970	12 630	-36,9%	40 481	66 087	-38,7%
Amériques	21 155	20 854	+1,4%	111 085	136 617	-18,7%
Asie-Afrique	17 295	16 183	+6,9%	94 294	109 676	-14,0%
Total hors Europe	73 331	78 881	-7,0%	369 772	460 091	-19,6%
Total	235 040	237 284	-0,9%	1 106 989	1 326 164	-16,5%

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

Les 10 principaux marchés du groupe Renault hors LADA à fin Juin 2009

Pays	Volume VP+VU (1)	Part de marché
FRANCE	332 102	25,1%
ALLEMAGNE	123 019	5,7%
ITALIE	56 703	4,7%
COREE DU SUD	53 612	8,3%
ESPAGNE	51 144	10,5%
BRESIL	51 036	3,7%
TURQUIE	39 023	14,3%
BELGIQUE+LUXEMBOURG	37 022	11,1%
RUSSIE	36 610	4,7%
ARGENTINE	32 654	12,2%

* Corée du Sud : Renault Samsung Motors

(1) Immatriculations

-

Total des ventes de la gamme Entry

Marques	Régions	2004	2005	2006	2007	2008	1er semestre 2009	Total
Dacia	Europe	2 080	30 309	47 396	80 042	111 631	101 800	373 258
	Euromed	20 751	102 272	127 284	136 433	126 520	47 528	560 788
	Eurasie		1 029	6 423	10 189	15 510	2 233	35 384
	Asie-Afrique	2	1 412	2 952	3 109	3 334	1 701	12 510
	Amériques		162	417	504	813	533	2 429
Total Dacia		22 833	135 184	184 472	230 277	257 808	153 795	984 369
Renault	Euromed							
	Eurasie		7 057	49 323	67 844	74 300	25 583	224 107
	Asie-Afrique				28 432	74 952	23 733	127 117
	Amériques		2 858	13 811	40 745	103 331	49 023	209 768
Total Renault			9 915	63 134	137 021	252 583	98 340	560 993
TOTAL ENTRY		22 833	145 099	247 606	367 298	510 391	252 135	1 545 362