

RENAULT : 15 ANS DE PRODUCTION AU BRÉSIL

- **Il y a 15 ans, en décembre 1998, Renault inaugurerait sa première usine au Brésil. Depuis, le Brésil est devenu un pilier dans l'expansion internationale du Groupe, avec ses 1,8 million de véhicules fabriqués et 2,9 millions de moteurs.**
- **Depuis, la présence industrielle de Renault au Brésil ne cesse de s'élargir. Trois usines permettent désormais au Groupe Renault de poursuivre une stratégie de croissance ambitieuse avec pour objectif une part de marché de 8% en 2016.**

Un ancrage industriel stratégique

5ème marque au Brésil (avec 6,5% de part de marché à fin novembre 2013), Renault a affiché lors de ces trois dernières années une croissance bien supérieure à celle du marché. Le Brésil est désormais le 2ème marché de Renault qui y a connu une progression de 24,3% en 2012, quatre fois supérieure à la croissance du marché (6,1%). Le Brésil est également le 4ème marché automobile mondial.

Les importantes conquêtes réalisées par Renault sur le marché brésilien au cours des 15 dernières années s'appuient sur un dispositif industriel de trois usines situées à Curitiba au sein du Complexe Ayton Senna : une pour les véhicules particuliers, une pour les véhicules utilitaires et une pour les moteurs. Ces usines exportent vers toute l'Amérique latine, avec une production au plus près des marchés qui permet de diminuer les droits de douane, les coûts logistiques, de gagner en réactivité et de s'adapter aux goûts et aux attentes des clients.

En mars dernier, l'usine de Curitiba a ré-ouvert après des travaux titanesques d'extension menés en seulement 2 mois et nécessitant un investissement de R\$ 500 millions (environ 193 millions d'euros). L'usine de véhicules particuliers, qui fabrique Renault Duster, Sandero, Logan et Mégane 2 a ainsi pu augmenter sa capacité de production de 220 000 à 320 000 unités par an. La capacité de production de l'usine de moteurs est quant à elle passée de 400 000 unités par an en 2012 à 500 000 unités par an en 2013 (+25%).

Un réseau & une gamme de produits dynamiques

Outre l'ancrage industriel, la stratégie de croissance de Renault au Brésil repose également sur l'expansion du réseau, le renouvellement et l'élargissement de la gamme de produits. Une stratégie destinée à atteindre un objectif ambitieux : une part de marché de 8% en 2016.

Le réseau de concessionnaires est un levier de croissance fondamental pour le développement commercial de Renault au Brésil. Il s'est doté de 100 nouveaux points de vente au fil des 3 dernières années uniquement. Les plans d'expansion se poursuivent, l'année 2013 devant terminer avec 40 nouvelles concessions, soit 17% de plus qu'en 2012, pour un total de

275 affaires soit une couverture du territoire de 83%.

Quant à l'élargissement et au renouvellement de la gamme, plus de 20 nouveautés ont été lancées depuis 2011. En 2013, Renault a présenté deux nouveaux produits : le Nouveau Master, tout à fait remodelé – à l'identique du modèle commercialisé en Europe, capable de recevoir plus de 70 configurations différentes – et la Nouvelle Logan. Il s'agit d'une offre de produits positionnée pour répondre aux spécificités de la clientèle sud-américaine et dont les caractéristiques telles que la robustesse, les faibles coûts d'entretien, l'espace intérieur et les trois ans de garantie sont largement plébiscitées.

Pour en savoir plus, [cliquez ici](#)

**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**