



RENAULT EN RUSSIE UNE STRATÉGIE GAGNANTE POUR LA CROISSANCE

Renault est en bonne position pour tirer parti du potentiel de croissance du marché russe, avec une filiale et un nouveau partenariat industriel :

- Avtoframos vend une gamme complète de voitures Renault importées et produit Logan, la berline étrangère la plus vendue dans son segment
- AvtoVAZ (dont Renault possède 25 %), est le premier constructeur automobile russe, avec 23 % du marché

Tendances du marché automobile russe

Le marché automobile russe a enregistré une croissance phénoménale : 2,7 millions de véhicules en 2007, 3,2 millions en 2008 (estimation) et 4 millions de véhicules par an prévus d'ici 2014. La Russie, malgré les difficultés économiques actuelles, devrait devenir le plus grand marché automobile en Europe.

En 2008, les constructeurs automobiles étrangers ont représenté, d'après les estimations, 75 % des ventes de nouvelles voitures en Russie¹, un pourcentage qui a augmenté régulièrement au fil des 8 dernières années.

A la lumière de ces tendances, la stratégie de Renault en Russie s'articule autour de trois axes :

1. Production locale dans son usine de Moscou et distribution

En tant que constructeur automobile étranger produisant Logan en Russie, Renault bénéficie des avantages économiques de la production locale. En raison de l'immense succès de Logan (plus de 200 000 unités ont été fabriquées), cette capacité va être doublée, pour atteindre annuellement 160 000 d'ici la fin de 2009. Parallèlement, l'usine commencera à produire Sandero, le bicorps construit sur la plateforme de Logan. Le réseau commercial russe de Renault (actuellement 74 concessionnaires et 94 points de vente) se développe

¹ D'après les résultats du premier trimestre

Source : Autostat Review of Russian Automotive Market, 2007 ; analyse BCG

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

pour accompagner la forte croissance de la marque Renault en Russie, avec pour objectif une présence dans toutes les villes d'au moins 100 000 habitants.

2. Ventes de voitures Renault importées

En tant que constructeur automobile étranger important la gamme Renault en Russie depuis 1998, Renault a tiré parti de l'augmentation de la demande de voitures étrangères tandis que les revenus disponibles augmentaient. Renault vend une gamme complète de véhicules importés en Russie, y compris la berline Laguna récemment lancée, Laguna Estate, Koleos et, à partir de novembre, la nouvelle Renault Symbol.

3. Partenariat avec AvtoVAZ

Ce partenariat s'inscrit dans le projet des pouvoirs publics russes de faire du secteur automobile un intervenant de dimension internationale.

En tant que partenaire stratégique d'AvtoVAZ, premier constructeur automobile russe, Renault aidera à renouveler la gamme de produits Lada, ce qui entraînera une augmentation des volumes et de la part de marché. Le partenariat entre AvtoVAZ et Renault, lancé en février 2008, a été conçu dans le cadre d'une stratégie gagnant-gagnant.

- AvtoVAZ utilisera les plateformes de voitures et les transmissions de Renault pour apporter à ses produits la technologie nécessaire afin d'améliorer l'image de marque de Lada.
- AvtoVAZ tirera parti des synergies avec Renault-Nissan Purchasing Organization (RNPO) pour obtenir une meilleure qualité auprès de ses fournisseurs.
- Plusieurs cadres-dirigeants de Renault ont été placés à des postes clé afin d'aider la marque russe à améliorer sa planification des produits, ses processus d'ingénierie et la qualité.

Pour Renault, l'objectif de ce partenariat est la création de valeur :

- AvtoVAZ est une société rentable avec une marge d'exploitation de 4,7 % (fin 2007)
- Comme l'équipement de production de l'entreprise est déjà pour une bonne part amorti et qu'elle a le potentiel d'augmenter, au besoin, sa capacité à 1,5 million de véhicules d'ici 2015, cet investissement capitalisera sur les ressources existantes pour obtenir des rendements optimaux.
- Les deux premières licences ont été vendues à AvtoVAZ pour 220 millions euros. D'autres licences pourraient aussi être vendues à AvtoVAZ, augmentant le flux de trésorerie de Renault à court terme et les économies d'échelle à moyen terme.

Tandis que AvtoVAZ renforce sa position et sa situation financière, Renault tirera parti, en termes de consolidation des ventes et d'augmentation de la valeur, de sa participation de 25 % dans AvtoVAZ qui a été acquise pour 1 milliard USD.

Le talent de Renault pour développer des relations internationales fructueuses a été clairement démontré par :

- l'Alliance Renault-Nissan (redressement de Nissan en 1998), avec un respect total de l'identité des marques de chacun.
- la redynamisation de Dacia (Roumanie) en 1999, avec la mise en œuvre à 100 % des normes Renault, ce qui a permis de disposer d'une base internationale pour le programme Logan.
- la création de Renault Samsung Motors (Corée) en 2000.

À partir de ces trois expériences très différentes, Renault a acquis une compétence unique en termes de partenariats stratégiques. Les éléments essentiels à cette réussite ont été le respect de l'identité du partenaire, la compréhension de la clientèle et des marchés locaux, la standardisation des systèmes de production en fonction des meilleures pratiques en matière d'assurance qualité et le développement de synergies d'achat et d'ingénierie pour réduire les coûts.

Annexes

Avtoframos

Statut juridique et répartition du capital social :

Co-entreprise détenue à 94,1 % par Renault et à 5,9 % par le conseil municipal de Moscou.

Directeur : Jean-Michel Jalinier

Effectifs : 2 300 salariés le 31 décembre 2007

Activité : production et commercialisation

Historique :

1916 : Création de la société anonyme Russky Renault à Saint Pétersbourg.

1966 : Signature d'une série d'accords concernant l'ingénierie, la fourniture et la construction d'usines. Certains des principaux accords signés de 1966 à 1983 : Moskvitch (automobiles), Kamaz (camions), Kharkov (tracteurs), Alexandria (fournisseurs) et Pskov (machines à souder).

1968 : Ouverture du Bureau de représentation.

1998 : Création d'Avtoframos, société russe de droit russe avec un capital social initial de 124 millions RUB (4,6 millions EUR). Avtoframos, détenue à parts égales par Renault et la ville de Moscou, produit et vend des véhicules Renault en Russie.

2000 : Augmentation du capital d'Avtoframos à 90 millions €, la ville de Moscou apportant une contribution sous forme de bâtiments et de terrains et Renault apportant une contribution en espèces.

2003 : Annonce d'un investissement de 230 millions EUR pour la production et la commercialisation de Logan.

2004 : Construction de l'usine d'Avtoframos et préparation du lancement de Logan.

Renault porte sa participation à 76 % dans Avtoframos.

2005 : Inauguration de l'usine d'Avtoframos.

Lancement de la commercialisation de Logan.

2006 : Inauguration du Centre de services après-vente à Moscou.

Renault augmente sa participation qui atteint 94,1 % dans Avtoframos.

Réseau de concessionnaires :

74 concessionnaires en Russie et 94 points de vente

Véhicules commercialisés

Renault : Logan, Vel Satis, Espace, Laguna II, Scénic II, Mégane II Sport version berline et bicorps 5 portes, Clio III, Clio berline, Kangoo, Kangoo Express, Trafic et Master.

Site de production

Activité : Carrosserie et assemblage

Chaînes de production : 1

Niveau d'intégration locale : 50 % fin 2007

Produits fabriqués : Renault Logan, depuis avril 2005

Capacité de production : 80 000 unités par an en 2008

Production (en unités)

	2005	2006	2007
LOGAN	11 377	50 665	72 756

Fin 2009

Capacité de production : 160 000 unités par an

Production de Sandero

Investissement : 150 millions USD pour le doublement de la capacité

Ventes de Renault (en unités) en Russie :

	2004	2005	2006	2007	Fin September 2008
MTM VP + VU	1 382 872	1 563 396	1 883 670	2 583 606	2 273 936
MTM marques russes	1 028 665	1 001 395	923 706	938 065	662 096
MTM marques étrangères	354 207	562 001	959 964	1 645 541	1 611 840
VP + VU Renault	16 126	29 177	72 484	101 166	83 940
MTM Renault (en %)	1,1%	1,9%	3,8%	3,9%	3,7%
Renault /marques étrangères (en %)	4,5%	5,2%	7,6%	6,1%	5,2%

Fin 2007, Renault était la 6^e marque étrangère en Russie.
La Russie est le 8^e marché le plus grand pour Renault.

AvtoVAZ

AvtoVAZ, un complexe industriel totalement intégré à Togliatti qui emploie directement 105 000 personnes, a été créé en 1967. AvtoVAZ a de nombreux atouts :

- une capacité de production de 1 million de véhicules
- un vaste réseau commercial couvrant tout le territoire russe ainsi que les voisins de la CEI
- une production en interne d'une bonne partie de son propre équipement technique (notamment des robots), d'acier, d'aluminium, de plastique, d'électricité, de transmissions et de pièces détachées
- une base de fournisseurs locaux bien développée
- 300 kilomètres de convoyeurs

Sur ses quatre chaînes d'assemblage, elle produit 14 modèles en six segments.

Les véhicules Lada sont commercialisés dans 40 pays.

Le 24 février 2008, Renault et AvtoVAZ ont signé un Protocole d'accord dans le cadre duquel Renault payait 1 milliard USD pour une participation de 25 % + 1 action dans AvtoVAZ. Russian Technologies et Renault possèdent désormais une participation de 50 % + 2 actions dans AvtoVAZ.

Actuellement, 12 personnes de chez Renault sont employées par Avtovaz, dont :

- DGE, Directeur de l'exploitation - Yann Vincent
- DGA, Plan, Planification des produits et Programmes - Hugues Desmarchelier
- DGA, Contrôle de gestion – Alain Carrere
- DGA, Achats - Christian Muller

Contact Presse

Rochelle Chimenes

Tel: +33 1 76 84 19 05

Mobile: +33 6 85 32 65 50

rochelle.chimenes@renault.com

www.media.renault.com