

# **RÉSULTATS COMMERCIAUX 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2012**

## **GROUPE RENAULT**

**JÉRÔME STOLL**

**DIRECTEUR COMMERCIAL GROUPE**

11 JUILLET 2012

PROPRIÉTÉ RENAULT

**CHANGEONS DE VIE  
CHANGEONS L'AUTOMOBILE**



## CE QUE NOUS AVIONS ANNONCÉ POUR 2012

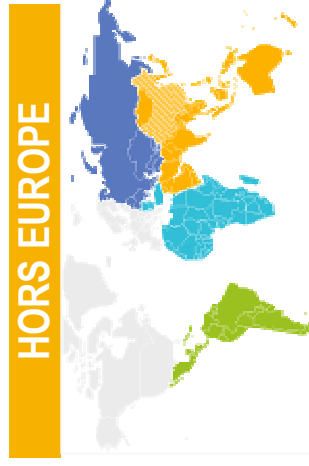
### « ■ Perspectives pour l'année 2012

- **Marchés** : Croissance monde +4%, Europe -3/-4% dont France -7/-8%
- Poursuite de la croissance à l'international (47% des ventes du Groupe)
- Accélération de la croissance au 2<sup>nd</sup> semestre »

## GROUPE RENAULT S1 2012 : FAITS MARQUANTS

- Marché mondial +6,6%
- Marché Europe -7,4%, impact de la crise économique et financière

- Poursuite de l'offensive à l'International
  - Ventes : +14,3%
  - Part des ventes hors Europe : 47% (vs 39%)
- Défense des marges en Europe
  - Ventes : -14,9%



**Baisse des ventes au 1<sup>er</sup> semestre : -3.3% (1,3 millions de véhicules vendus)**

**Malgré le retour de la croissance au 2<sup>nd</sup> trimestre (+1.2%)**

# 01



## RÉSULTATS COMMERCIAUX S1 2012

11 JUILLET 2012

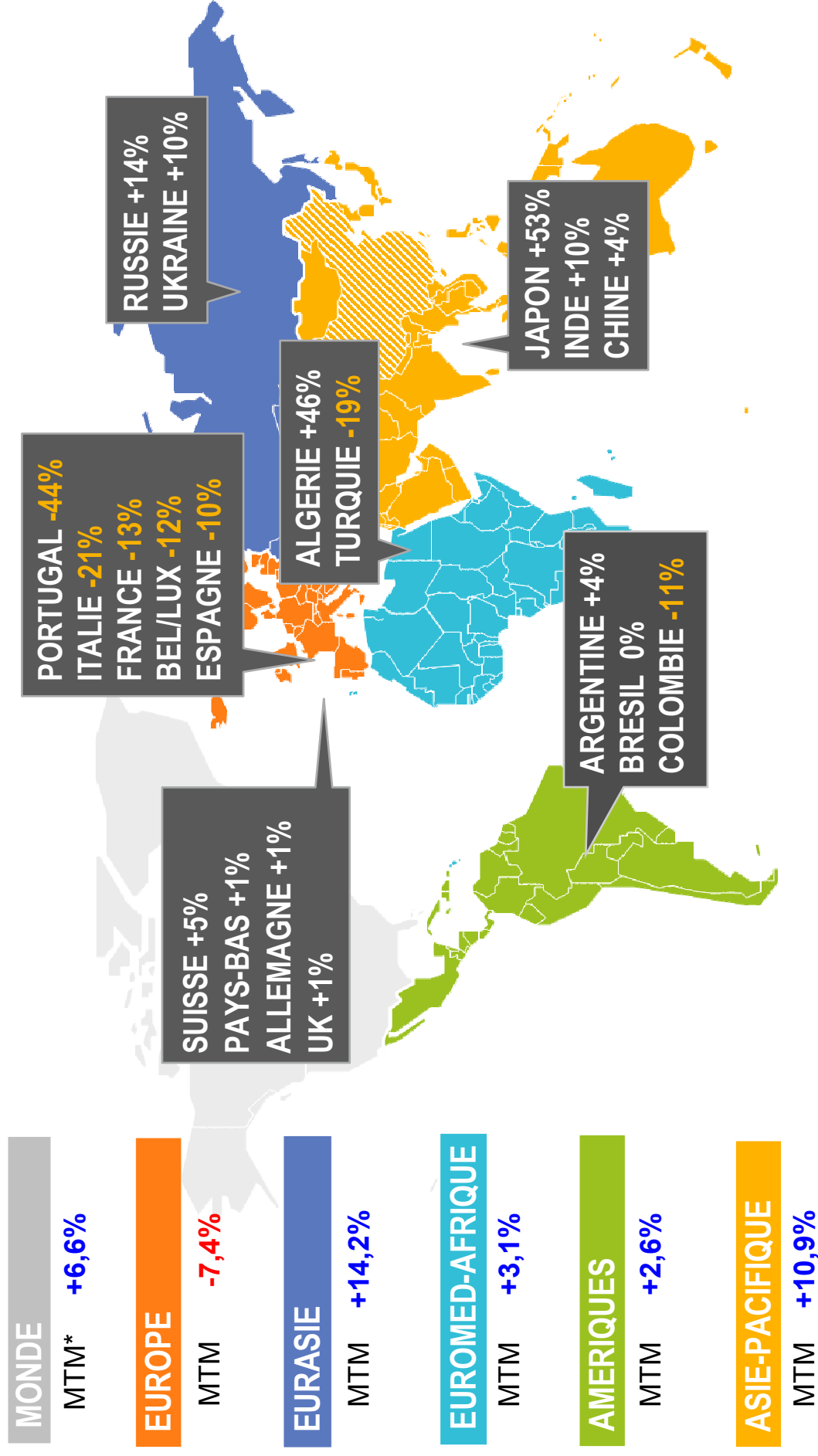
PROPRIÉTÉ RENAULT

4

CHANGÉONS DE VIE  
CHANGÉONS L'AUTOMOBILE



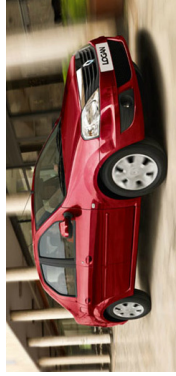
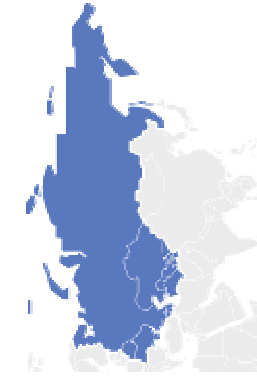
## UN MARCHÉ À 40 MILLIONS DE VÉHICULES NEUFS SOIT **+6,6%** VS 2011



\* MTM VP+VU incluant USA+Canada



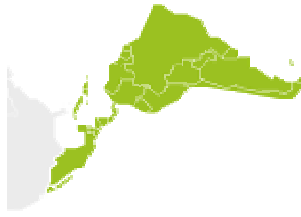
## VENTES EN CROISSANCE SUR TOUS LES MARCHES HORS D'EUROPE



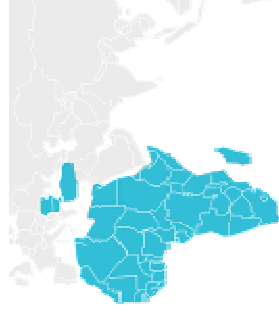
### PART DE MARCHÉ GROUPE VP+VU S1 2012



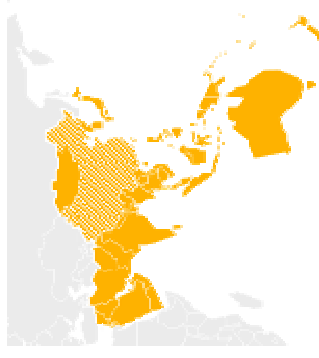
**Russie + 0,7 pt**  
3ème marché



**Brésil + 1,9 pt**  
2ème marché



**Maroc + 1 pt**



**Corée S. – 2,7 pts**

**VOLUMES GROUPE : + 14,3 % vs. MTM + 9,5 %\***

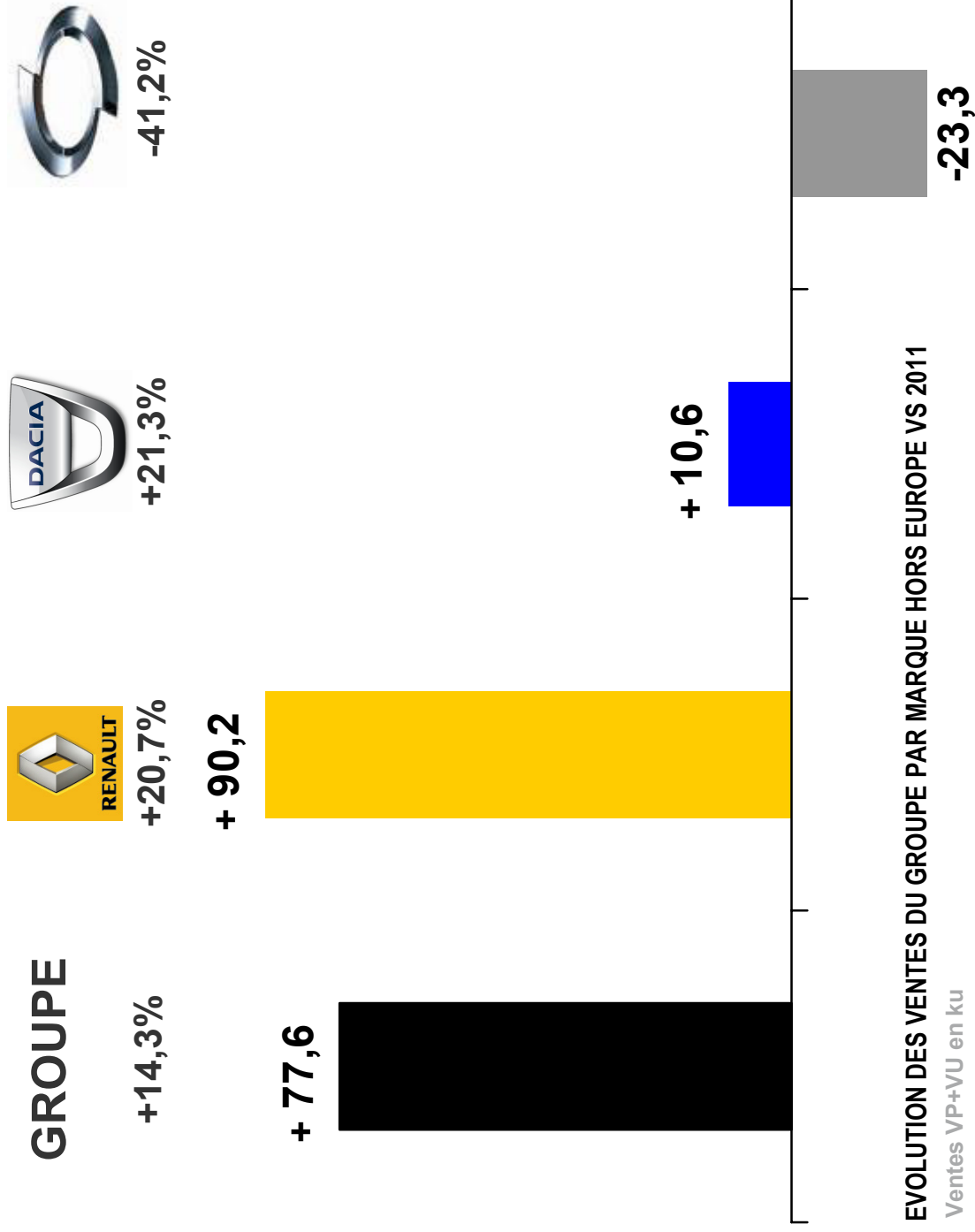
\* MTM hors USA+CANADA

11 JUILLET 2012

PROPRIÉTÉ RENAULT

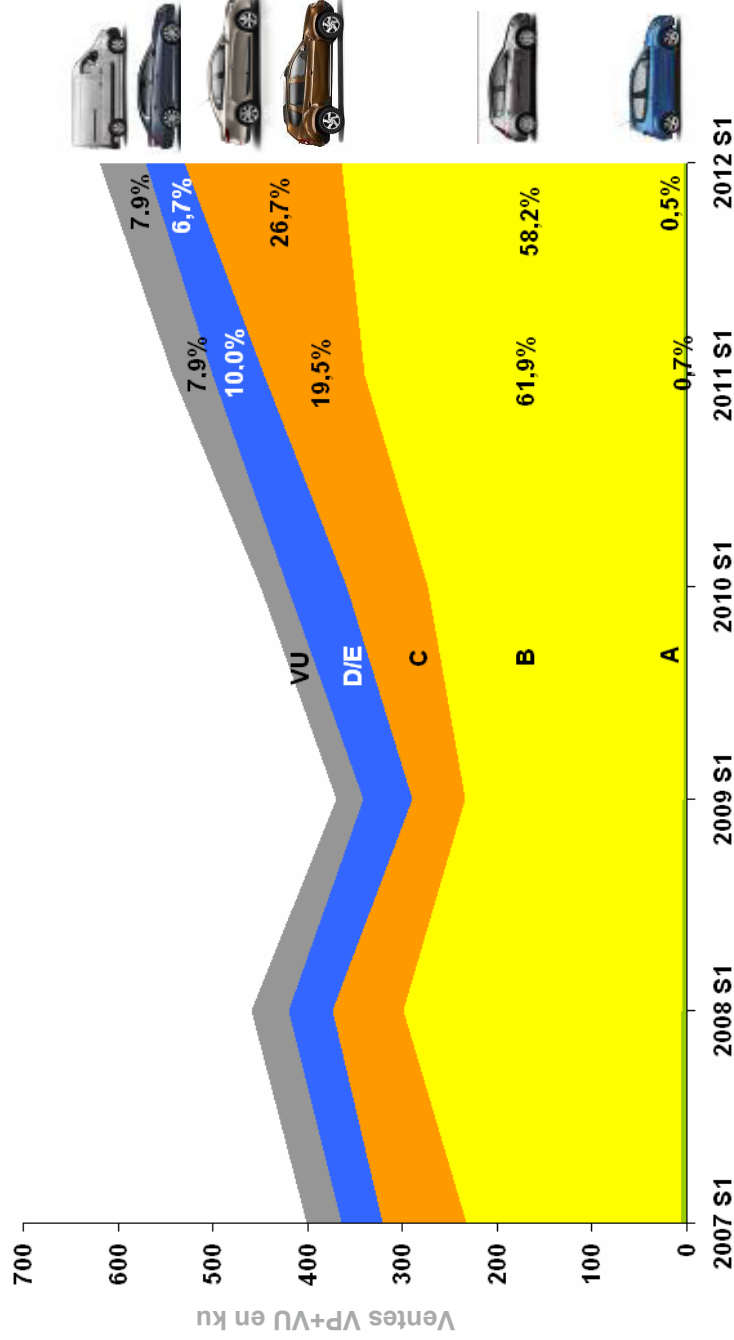
7

# UNE CROISSANCE INTERNATIONALE TIRÉE PAR RENAULT ET DACIA

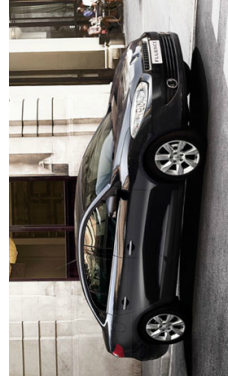




# VENTES PAR SEGMENT HORS EUROPE : POUSSÉE DU SEGMENT C ET CROISSANCE EN VU



## FLUENCE



47.500 ventes +24%

2ème modèle du marché VP en Turquie

## DUSTER



68.300 ventes +400%

1er cross-over au Brésil

## VU



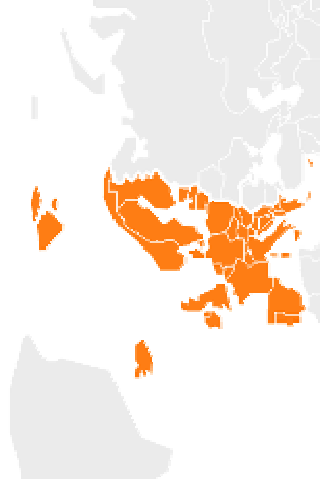
49.300 ventes +15%

Algérie : 3ème marché VU du Groupe

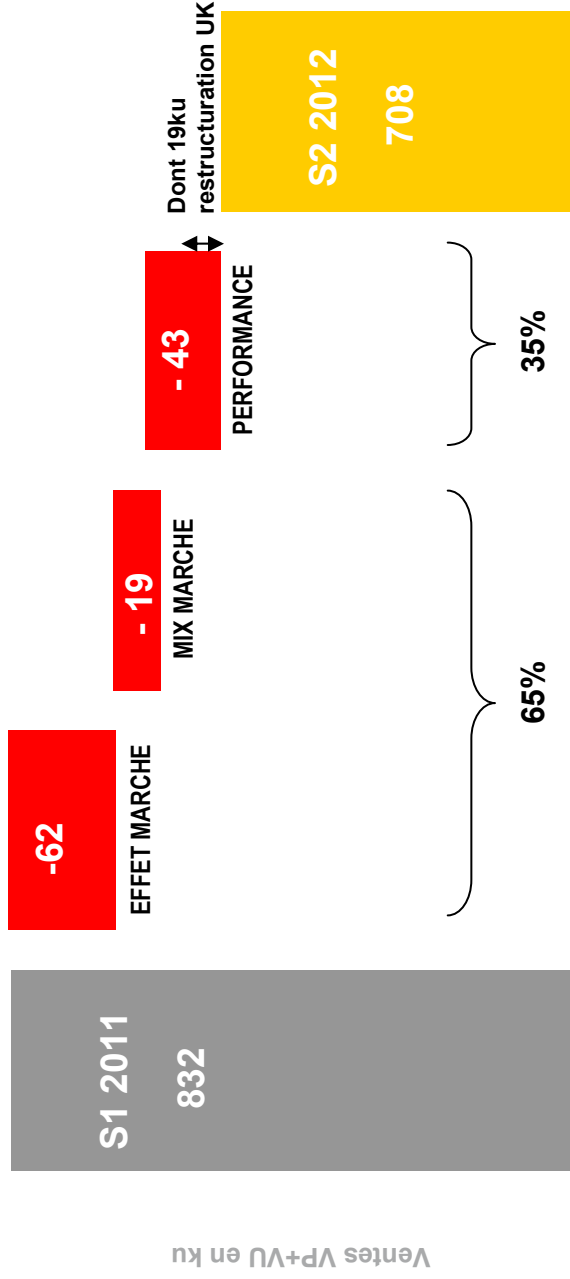


CHANGEMENTS DE VIE  
CHANGEMENTS L'AUTOMOBILE

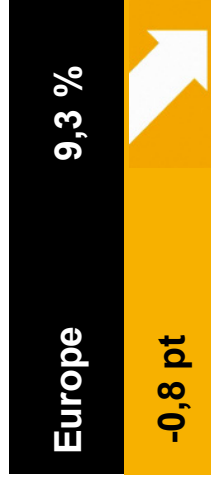
# EUROPE: 2/3 DE LA BAISSE DES VENTES LIES A LA BAISSE DES MARCHES



## ANALYSE D'EFFETS VENTES GROUPE VP+VU



PART DE MARCHÉ GROUPE VP+VU  
S1 2012

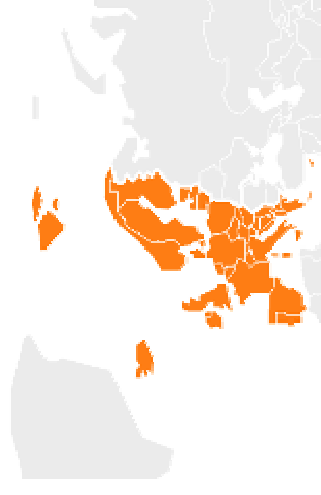


## DES MOTIFS DE SATISFACTION

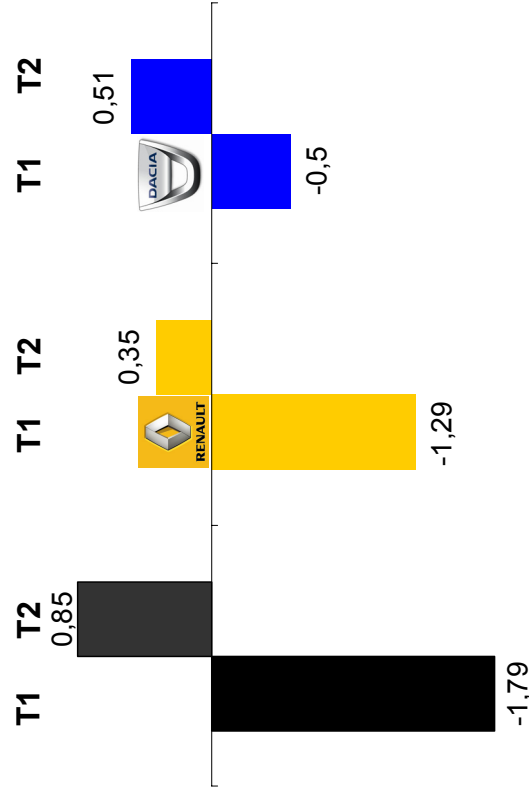


## FRANCE: UN SECOND TRIMESTRE POSITIF

PART DE MARCHÉ SEMESTRE A 24,7%, -0,5 PT VS 2011



EVOLUTION PART DE MARCHÉ VP+VU PAR TRIMESTRE VS A-1



PART DE MARCHÉ GROUPE VP+VU  
S1 2012

France

24,7 %

-0,5 pt



## DES MOTIFS DE SATISFACTION

- Renault 1<sup>ère</sup> marque du marché, leader des segments A, B et C



**CLASSEMENT**  
**VU**



32,9%



2



1



3

**CLASSEMENT**  
**CROSS-OVER**



17,3%



2



1



3

11 JUILLET 2012

PROPRIÉTÉ RENAULT

11

CHANGÉONS DE VIE  
CHANGÉONS L'AUTOMOBILE



# 02

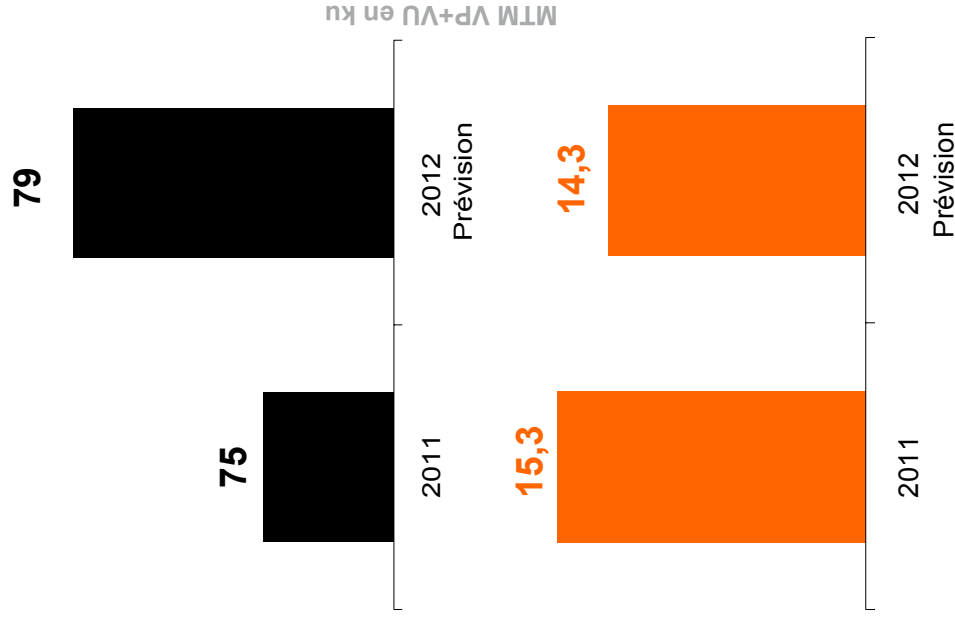
## PERSPECTIVES COMMERCIALES POUR 2012

## CONFIRMATION DE L'AMBICTION COMMERCIALE 2012

- Croissance mondiale portée par les marchés internationaux

### MARCHÉ MONDE :

- Progression de + 5 %
- Hors Europe\* entre +9% et +10%



### RALENTISSEMENT DU MARCHÉ EUROPE :

- Baisse, entre - 6 % et -7%
- Marché France entre – 10 % et – 11 %

\* hors USA+CANADA

11 JUILLET 2012

PROPRIÉTÉ RENAULT

13

CHANGEMENTS DE VIE  
CHANGEMENTS L'AUTOMOBILE



MTM VP+VU en k

## CONFIRMATION DE L'AMBITION COMMERCIALE 2012

- Croissance mondiale portée par les marchés internationaux
- Poursuite de la Croissance hors d'Europe

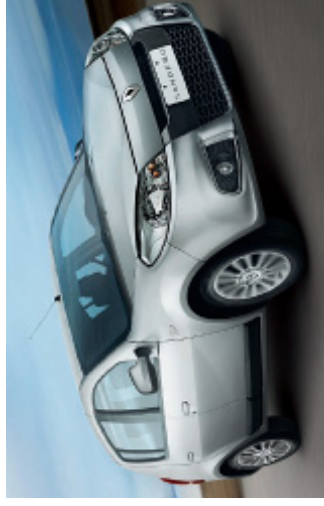
POIDS DES VENTES HORS EUROPE

> 50%

47%

S2 2011

S2 2012



11 JUILLET 2012

PROPRIÉTÉ RENAULT

14



CHANGÉONS DE VIE  
CHANGÉONS L'AUTOMOBILE



## CONFIRMATION DE L'AMBICTION COMMERCIALE 2012

- Croissance mondiale portée par les marchés internationaux
- Poursuite de la Croissance hors d'Europe
- Poursuite de l'offensive Produit



## CONFIRMATION DE L'AMBICTION COMMERCIALE 2012

- « Les conditions sont en place pour que le Groupe Renault poursuive sa croissance internationale au second semestre.
- *Dépasser le volume de ventes mondiales de 2011 dépendra néanmoins pour une large part de l'évolution de l'environnement économique et financier européen encore très incertain à ce stade.»*

**Jérôme Stoll, Membre du Comité Exécutif, Directeur Commercial Groupe**





