

| **Mégane modèle le plus vendu en Europe occidentale**

Mégane demeure le modèle le plus vendu en Europe occidentale au 1er semestre 2005, avec 361 489 véhicules particuliers, soit une part de marché de plus de 13,3% sur le segment C et de 4,6% tous modèles confondus. Depuis son lancement en 2002, 1 742 558 Mégane ont été vendues dans le monde dont 1 579 192 en Europe occidentale. Mégane s'adjuge la première place tous modèles confondus en France, en Belgique, en Espagne, aux Pays-Bas et au Portugal et la deuxième en Suisse.

Parmi les modèles de la gamme qui contribuent à ce succès, Mégane Berline 4 portes est le leader de sa catégorie, de même que Mégane coupé-cabriolet dans la sienne. Avec ses versions 5 et 7 places, **Scénic** reste le leader incontesté des monospaces compacts avec 22,9% des ventes de la catégorie.

Dans le segment des petites voitures (A+B), Renault obtient la première place grâce aux trois modèles de son offre : Twingo, Clio et Modus. Lancée en 1993, **Twingo** figure toujours parmi les cinq modèles de petites voitures urbaines les plus vendus, avec 8,6% de part de marché sur le segment A. **Clio** s'adjuge une solide troisième place dans le segment des petites voitures avec 161 124 immatriculations et une part de marché de 7,5% sur le segment B. Elle confirme ainsi son attractivité pour les acheteurs de cette catégorie, alors que la nouvelle Clio III sera commercialisée à partir de septembre 2005 en Europe occidentale. Avec plus de 170 000 exemplaires commercialisés dans le monde depuis son lancement, **Modus** est le minispace le plus vendu en Europe occidentale, obtenant une part de marché de 4,8% sur le segment B au premier semestre 2005.

Kangoo se classe deuxième dans la catégorie des ludospaces, avec 28 746 ventes au 1er semestre 2005.

Dans le segment D des voitures moyennes supérieures, dont la décélération sur le marché ouest-européen se poursuit avec des volumes en baisse de 3,2% au 1er semestre 2005, une nouvelle version de **Laguna** a été lancée en mars 2005. 60 497 Laguna ont été commercialisées en Europe occidentale durant les six premiers mois de l'année.

Dans le segment des grands monospaces, **Espace** reste leader avec 20,5% de part de marché et 30 044 exemplaires vendus, soit 12 000 unités de plus que le modèle qui le suit immédiatement. **Vel Satis**, qui a bénéficié d'une nouvelle version lancée en avril 2005, totalise 4 548 ventes au 1er semestre 2005.

Leader sur le marché dynamique des **véhicules utilitaires**, Renault s'adjuge une part de 15%. Grâce à sa gamme très performante, les ventes, qui atteignent 161 325 véhicules au 1er semestre 2005, sont en hausse de 6%. Avec près de 5,2% de part de marché, **Kangoo Express** est la fourgonnette la plus vendue en Europe. Les fourgons **Trafic** et **Master** confirment leur succès commercial avec des ventes en hausse respectivement de 20,6% et 20,4% au 1er semestre 2005.

| Le groupe Renault continue de progresser hors d'Europe occidentale

En dehors de l'Europe occidentale, les ventes du **groupe Renault** progressent dans l'ensemble des régions du monde, à l'exception de la Turquie et de l'Europe Centrale. Avec un total de 384 214 véhicules particuliers et utilitaires commercialisés au 1er semestre 2005, elles sont en hausse de 16,8% par rapport au 1er semestre 2004.

Sur ce périmètre, **la marque Renault** voit ses ventes augmenter de 0,5% pour atteindre 248 260 véhicules.

En Europe centrale, Renault se classe au deuxième rang avec 9% du marché VP+VU, totalisant 44 552 véhicules vendus au 1er semestre 2005 (-24% par rapport au 1^{er} semestre 2004). Renault est numéro un en Slovaquie et se classe deuxième en République tchèque et en Croatie.

Les marchés d'Europe centrale poursuivent leur recul amorcé au 2^e semestre 2004, avec une baisse de 12% au 1er semestre 2005 par rapport au 1er semestre 2004. Ces marchés avaient connu une forte anticipation des acheteurs avant l'entrée de ces pays dans l'Union européenne. La plupart des marchés sont concernés par cette évolution, notamment les deux plus importants que sont la Pologne (-31,3%) et la Hongrie (-10,1%).

En Europe orientale et en Russie, Renault connaît une progression continue avec une hausse de 63,2%. En Russie les ventes affichent une croissance de 43,4% avec près de 10 500 véhicules, grâce aux succès de Clio Symbol (version tri-corps de Clio) et de Mégane. Ce résultat doit se confirmer au 2^e semestre avec le lancement de Logan sous la marque Renault en septembre prochain.

En Turquie, où le marché VP+VU est en baisse de 13,1% au 1er semestre 2005, Renault est leader du marché des véhicules particuliers avec 17,5% de part de marché, pour des ventes totales qui s'élèvent à 45 781 véhicules (VP+VU).

En Amérique latine, Renault augmente ses ventes de 12,5% à 79 245 véhicules, grâce aux bonnes performances réalisées en Argentine avec 19 277 véhicules (+ 59,2%), au Mexique avec 12 187 véhicules (+6,7%) ou en Colombie avec 10 639 véhicules (+ 23,2%).

En Afrique et au Moyen-Orient, les ventes de Renault sont en hausse de 14,5% pour atteindre plus de 47 000 unités, avec des progressions notables en Afrique du sud (+ 42,4%), en Tunisie (+ 69,5%), ou en Egypte, où les ventes ont quadruplé par rapport au 1er semestre 2004. Avec près de 10 000 véhicules commercialisés au 1er semestre 2005, l'Afrique du sud est désormais le premier marché de Renault en Afrique.

Dacia réalise une performance remarquable en doublant quasiment ses ventes mondiales au 1er semestre 2005, pour atteindre plus de 79 000 véhicules commercialisés (+89,5%). Dacia progresse sur son marché domestique, la Roumanie, avec des ventes en hausse de 86,3%, et à l'exportation, qui augmente de plus de 100%.

En Europe centrale, Dacia s'adjuge 1,8% de part de marché, avec 8 956 véhicules, et augmente ses ventes de plus de 50% en Turquie avec près de 4 000 unités. Ces résultats sont portés par le succès de Logan, dont les ventes depuis son lancement en septembre 2004 dépassent 84 000 exemplaires.

Logan doit être commercialisée dans plus d'une trentaine de pays en 2005, dont huit situés en Europe occidentale. Trois nouveaux sites de production du véhicule démarrent cette année, en Russie, au Maroc et en Colombie.

En **Asie-Pacifique**, les ventes du groupe Renault sont en progression de 36,4%, avec 63 086 véhicules. **Renault Samsung Motors** connaît une forte reprise de ses ventes grâce au lancement des nouvelles SM5 et SM7. Les volumes atteignent 57 977 véhicules, soit une hausse de 43,9% par rapport au 1er semestre 2004, alors que le marché automobile coréen progresse peu (+3,3% au 1er semestre 2005). Les ventes de la marque Renault dans la zone sont en augmentation (+ 4,7%).

| Perspectives

Les résultats commerciaux du groupe Renault au 1er semestre 2005 se situent dans la droite ligne des objectifs annoncés début 2005 par Patrick Blain, directeur général adjoint et directeur commercial de Renault : optimiser la marge opérationnelle sur le marché européen grâce à une politique commerciale sélective ; maintenir en Europe Occidentale une part de marché proche de celle de 2004 ; et augmenter les volumes de ventes sur les marchés situés hors d'Europe.

Le 2e semestre 2005 doit permettre au groupe Renault de confirmer ces orientations. Sur le marché européen, la marque Renault bénéficiera du lancement de Clio III en septembre 2005. Avec ce nouveau modèle, Renault va disposer d'une offre complète dans le segment des petites voitures, tout en poursuivant le rajeunissement de sa gamme. Logan, de son côté, verra sa commercialisation étendue à de nouveaux pays, tant en Russie, au Maroc, en Afrique, que dans huit pays d'Europe occidentale. Globalement, la croissance des ventes du groupe Renault s'accélénera au 2è semestre 2005.

Ventes mondiales du groupe Renault (véhicules particuliers et utilitaires, en unités)

	1 ^{er} semestre 2005	1 ^{er} semestre 2004	Variation %
Groupe Renault	1 355 621	1 308 214	+3,6%
• Renault	1 218 576	1 226 210	-0,6%
• Renault Samsung Motors	57 977	40 288	+43,9%
• Dacia	79 068	41 716	+89,5%
Europe occidentale*	971 407	979 189	-0,8%
Reste du monde**	384 214	329 025	+16,8%

*18 pays

** Europe centrale, Europe orientale et Russie, Turquie, Asie-Pacifique, Amérique latine, Afrique- Moyen-Orient

Les ventes du groupe Renault à fin juin 2005

Chiffres provisoires

M.T.M V.P : marché toutes marques des voitures particulières

M.T.M V.U : marché toutes marques des véhicules utilitaires

Total des ventes par marque du groupe Renault

		Cumul		
		1 ^{er} sem. 2005	1 ^{er} sem. 2004	% var
RENAULT	VP	1 021 654	1 043 961	-2,1%
	VU	196 922	182 249	8,1%
	Total Renault	1 218 576	1 226 210	-0,6%
RLT - SAMSUNG	VP	57 977	40 288	43,9%
	VU			
	Total RSM^(*)	57 977	40 288	43,9%
DACIA	VP	67 859	31 264	117,1%
	VU	11 209	10 452	7,2%
	Total Dacia^(*)	79 068	41 716	89,5%
Groupe RENAULT	VP	1 147 490	1 115 513	2,9%
	VU	208 131	192 701	8,0%
	Total Groupe	1 355 621	1 308 214	3,6%

(*) : ventes sur marché local + exportations

Total des ventes par zone géographique

	Cumul		
	1 ^{er} sem. 2005	1 ^{er} sem. 2004	% var
Europe Occidentale	971 407	979 189	-0,8%
Monde hors Europe occidentale	384 214	329 025	+16,8%
Europe Centrale	53 508	59 846	-10,6%
Europe Orientale * et Russie	87 333	50 243	+73,8%
Turquie	49 676	57 555	-13,7%
Amérique Latine	80 558	71 086	+13,3%
Asie Pacifique**	63 101	46 249	+36,4%
Afrique et Moyen Orient	50 038	44 046	+13,6%
Total Groupe	1 355 621	1 308 214	+3,6%

* y compris Roumanie (ventes de Renault et de Dacia en Roumanie)

**y compris Renault Samsung Motors et Monde indien

Les premiers marchés du groupe Renault VP +VU à fin juin 2005

	Volume	Part de marché
1 FRANCE	393 712	28,1%
2 ESPAGNE+CANARIES	126 215	12,5%
3 ROYAUME UNI	109 368	7,4%
4 ALLEMAGNE	97 432	5,4%
5 ITALIE	92 779	7,0%
6* ROUMANIE	73 989	58,5%
7 COREE DU SUD	55 881	10,7%
8 TURQUIE	49 676	16,4%
9 BELGIQUE+LUXEMBOURG	40 900	11,5%
10 PAYS BAS	30 502	9,5%

* dont 11 226 véhicules pour la marque Renault et 62 763 pour la marque Dacia