



04.01.2008 - 09:05 Uhr

Résultats commerciaux 2007: Renault renoue avec la croissance*Urdorf (ots) -*

- Indication: Le communiqué de presse complet incluant tableaux et annexes peut être téléchargé en format pdf sous:
<http://www.presseportal.ch/fr/> -

Les ventes mondiales du groupe Renault ont augmenté de 2,2% en 2007, avec 2'487'453 véhicules vendus. La part de marché mondiale du Groupe s'établit à 3,6%.

- Dans les Régions France et Europe, le second semestre marque le retour à la croissance des ventes avec une accélération au dernier trimestre.
- Le Groupe poursuit sa croissance internationale avec une augmentation de ses ventes hors d'Europe de 16,5% atteignant 863'187 véhicules vendus, soit près de 35 % des ventes totales du groupe Renault.
- Les ventes de la marque Renault progressent de 1%, Dacia de 17,4% et celles de Renault Samsung Motors fléchissent légèrement (- 1,4%).
- Logan confirme son succès: 367'745 unités vendues sous les 2 marques Renault et Dacia, soit une croissance de plus de 48%.
- 2007 a marqué le début de l'offensive produit du Groupe, avec le lancement commercial de Logan Van, Nouvelle Twingo, Nouvelle Laguna Berline et Estate, QM5 et Sandero. Celle-ci s'intensifiera en 2008 avec le lancement de 9 nouveaux modèles.

"Les résultats commerciaux 2007 sont conformes à nos prévisions: un premier semestre en baisse suivi d'un retour à la croissance au second semestre, soutenu par les nouveaux produits, tels que Nouvelle Twingo et Nouvelle Laguna." déclare Patrick Blain, Directeur Commercial.

Régions France & Europe: une dynamique de reconquête

Dans un marché européen très concurrentiel et en légère hausse, les ventes (VP+VU)(1) du groupe Renault ont reculé de 4,1% à 1'624'266 unités avec un second semestre qui marque le retour à la croissance des ventes. Au quatrième trimestre, la croissance atteint 4,8%. Alors que les ventes de la marque Renault ont baissé de 6,1%, Dacia a progressé avec des ventes en hausse de 67,7% à 79'672 unités.

En France, Renault conserve sa première place avec 594'069 immatriculations et une part de marché (VP+VU) de 23,5%. De son côté, la marque Dacia progresse de 74,1%, avec 1,3% de part de marché et entre au 13ème rang du classement des marques VP.

En Europe(2), Renault enregistre une part de marché (VP+VU) de 8,4%. La marque totalise 7,6% de part de marché VP, et reste le leader du marché des VU avec 14,2% du marché.

Dacia continue de progresser et totalise 79'621 immatriculations, en hausse de 67,8%. Avec Logan et Logan MCV, offres inédites en Europe, Dacia conquiert de nouvelles clientèles.

L'arrivée de Nouvelle Twingo en juin, puis de Nouvelle Laguna en octobre a marqué le début d'une dynamique de reconquête pour la marque Renault, sur les marchés européens.

Région Euromed: le groupe Renault leader sur 3 marchés

Dans la région Euromed, sur des marchés en hausse, les ventes du Groupe (VP+VU) ont progressé de 11,4% avec 424 085 véhicules vendus, grâce à la très bonne performance de la marque Renault.

En Russie, dans un marché en forte progression (+36,2%), les ventes du Groupe ont augmenté de 39,6%. Pour la première fois, les ventes ont dépassé les 100'000 unités, grâce au succès remporté par

l'ensemble de la gamme et tout particulièrement Logan (67'844 unités vendues), commercialisée sous la marque Renault. En Ukraine, les ventes en hausse de 33,5 % atteignent plus de 14'400 unités.

En Roumanie, avec une part de marché de 38,3 % soit 134 449 véhicules vendus, le Groupe est leader avec la gamme Logan. Dacia confirme son leadership avec 29% de part de marché. Renault arrive en 2ème place avec 9,2% de part de marché.

En Algérie et au Maroc, sur des marchés en croissance, les ventes du groupe Renault sont en hausse de 27,5% en Algérie et de 12,8% au Maroc. Avec 30,1% de part de marché, le Groupe maintient son leadership au Maroc.

En Turquie, dans un marché VP en recul (-4,8%), Renault confirme sa position de leader du marché VP (16,7% de parts de marché), grâce à Mégane 2 et Thalia, et totalise 59'458 ventes.

Région Amériques: une croissance soutenue

Sur des marchés dynamiques (+18,2%), les ventes (VP+VU) du Groupe Renault, ont augmenté de 33,4 % atteignant 247'403 unités, essentiellement de marque Renault. La croissance du Groupe est remarquable en Argentine (39%), au Brésil (42,9%) et au Venezuela (133%), où les ventes progressent plus que les marchés.

L'Argentine a enregistré une hausse de ses ventes à 66'994 unités, représentant une part de marché de 12,5%. Au Brésil, avec 73'875 véhicules vendus, le Groupe enregistre un niveau de ventes record, jamais atteint. En Colombie, où Logan est commercialisée depuis 2005, les ventes atteignent 39'089 unités en progression de 17,8%. Renault renforce sa 2ème place sur le marché colombien. Au Venezuela, les ventes ont doublé et atteignent plus de 29'000 unités.

Logan -produite depuis avril dans l'usine de Curitiba au Brésil- est commercialisée sous la marque Renault, en Argentine et au Brésil, où elle remporte un vif succès et s'est déjà vendue à plus de 16 500 exemplaires en 6 mois. La gamme Renault s'est enrichie de Sandero, une berline bi-corps 5 portes au design séduisant. Ce nouveau modèle, développé sur la plateforme Logan et également produit à Curitiba, a été commercialisé en décembre 2007 au Brésil et le sera, en février 2008, en Argentine.

Région Asie-Afrique: nouveaux marchés, nouvelles opportunités Dans cette Région, les ventes du Groupe sont en croissance de 9,8% sur un marché en hausse de 4,2%.

La marque Renault progresse de 35,5%, avec 71'145 véhicules vendus (VP+VU).

En Corée du Sud, les ventes de Renault Samsung Motors (RSM) fléchissent légèrement à 117'376 unités (-1,4%). QM5, premier cross-over du Groupe, a été lancé mi-décembre. Conçu et dessiné par Renault, développé par Nissan et fabriqué par RSM, il sera commercialisé en dehors de Corée sous le nom de Koleos, au printemps 2008. A terme, c'est environ 50% de la production qui sera exportée.

En Inde, où Logan est produite depuis le mois d'avril dans l'usine Mahindra de Nashik, le réseau se développe progressivement et près de 18 000 Logan ont déjà été livrées. Logan arrive première de son segment dans les classements JD Power IQS3 et APEAL4 2007 de la Région.

En Iran, Tondar 90 (Logan) a été lancée avec succès. En une semaine, 85'000 véhicules ont été commandés. Plus de 10'000 véhicules ont d'ores et déjà été livrés. La montée en cadence est plus lente que prévue, en raison d'un contexte économique difficile. Des mesures correctives ont été apportées et les objectifs commerciaux du programme restent inchangés pour les années à venir.

Les produits phares de l'année 2007

Nouvelle Twingo, tonique, pratique et branchée

Commercialisée depuis mi-juin en France, en Italie et en Slovénie, puis lancée au cours du second semestre dans une dizaine d'autres pays européens, Nouvelle Twingo s'est vendue à plus de 56'000 unités. Elle est leader de son segment en France avec 32'408 unités vendues.

Nouvelle Laguna, le plaisir de conduite en toute sérénité

Véhicule emblématique de l'engagement qualité de Renault Contrat 2009, Nouvelle Laguna a été lancée à quelques jours d'intervalle dans 15 pays européens depuis le mois d'octobre. Elle a reçu un très bon accueil. Après 2 mois et demi de commercialisation, elle a été vendue à plus de 22'700 unités, dont plus de 12'000 en France. Depuis son lancement, Nouvelle Laguna est en tête des ventes de son segment en France avec un mix version élevé. Avec 130 g/km de CO₂, la version dCi 110 ch bénéficie d'un niveau d'émission record pour ce segment et illustre la démarche environnementale Renault Eco2. Nouvelle Laguna Estate arrive dans le réseau européen et va notamment permettre de répondre à la forte attente des pays d'Europe où la part du Break est élevée (Italie 61%, Allemagne 58%...).

Les véhicules utilitaires: Renault leader incontesté depuis 10 ans

Avec 14,2 % de part de marché, la marque Renault est pour la 10^{ème} année consécutive leader incontesté sur le marché du VU en Europe, grâce aux succès conjugués de Kangoo Express, Trafic et Master. Kangoo Express, s'est maintenu jusqu'à la fin de l'année en 2^{ème} place du segment des fourgonnettes avec 18 % de part de marché, en Europe, à 4 semaines de son renouvellement.

La famille Logan, un succès mondial

Depuis son lancement en septembre 2004, plus de 783'000 Logan ont été vendues dans le monde. L'année 2007 a marqué une étape importante pour le programme, avec le démarrage de la production en Iran, en Inde et au Brésil. Logan est désormais produite dans 7 pays, et commercialisée sur 55 marchés sous les deux marques Renault et Dacia. En 2007, les ventes globales de Logan s'élèvent à 367'745 unités, en hausse de 48 % par rapport à 2006. Entre janvier et juin 2007, Logan MCV a été progressivement commercialisée dans l'ensemble de l'Europe, en Turquie, en Algérie et sur certains marchés d'Afrique et du Proche-Orient. Logan Van a été commercialisée en Roumanie et en Bulgarie dès février 2007. Sandero, dernière née de la plateforme Logan, est arrivée au Mercosur fin 2007. En 2008, la version Dacia sera produite dans l'usine roumaine de Pitesti pour les marchés européens et le Maghreb. La gamme s'enrichira également d'une version Pick-up révélée à Francfort en septembre 2007.

Perspectives

Au cours des deux premiers mois de 2008, 4 nouveaux modèles seront commercialisés: Nouveau Kangoo versions VP et VU, Clio Estate, et Grand Modus. La phase II de Modus sera également introduite sur le marché. Cinq autres modèles seront lancés courant 2008.

En Europe(5), l'arrivée de Koleos et de la version Dacia de Sandero complètera cette offensive produit pour permettre au Groupe d'intensifier sa croissance dans la Région. Le plein effet du dernier lancement produit de l'année 2007, Laguna Estate, s'exprimera complètement en 2008.

Après avoir lancé en mai la signature Renault Eco2, Renault confirme son objectif 2008 de vendre 1 million de véhicules émettant moins de 140g de CO₂ par km en Europe(6).

Hors d'Europe, la progression des ventes restera très soutenue, particulièrement dans les Régions Asie-Afrique et Amériques, grâce à la montée en puissance des productions de l'Inde, de l'Iran et du Brésil.

"En 2008, l'offensive produit s'intensifiera avec le lancement de

9 nouveaux modèles. Les trois marques contribueront à la solide croissance du groupe Renault. Nous prévoyons une hausse des ventes dans chaque Région, et une croissance globale des ventes de plus de 10 %." déclare Patrick Blain, Directeur Commercial

- (1) VP+VU: Véhicules Particuliers + Véhicules Utilitaires
- (2) Europe: Région France + Région Europe
- (3) IQS: Initial Quality Service Study
- (4) APEAL: Automotive Performance Execution and Layout Study
- (5) Europe: Régions France+Europe
- (6) Europe: 27 pays de l'Union Européenne

Les communiqués de presse et photos peuvent être consultés et téléchargés sur le site media de Renault: <http://media.renault.ch>.

Les données d'accès personnel peuvent être obtenues en remplissant le formulaire électronique.

Contact:

André Hefti
Directeur de la Communication
Renault Suisse SA
Bergermoosstrasse 4
8902 Urdorf
Tél.: +41/44/777'02'48
Fax: +41/44/777'02'14
E-Mail: andre.hefti@renault.ch
Internet: <http://media.renault.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001483/100552263> abgerufen werden.