



COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 11 février 2010

RESULTATS ANNUELS 2009

OBJECTIF DE *FREE CASH FLOW* POSITIF ATTEINT

Dans un environnement 2009 difficile, le plan d'action du groupe Renault porte ses fruits avec une inflexion positive des résultats au second semestre. Renault remplit son objectif prioritaire pour 2009 : un *free cash flow* positif.

- Chiffre d'affaires du Groupe de 33 712 millions d'euros, en baisse de 10,8 % sur l'année, mais en hausse de 25 % au dernier trimestre.
- Part de marché mondiale (VP+VU) en légère progression (0,1 point) avec une amélioration au second semestre (0,2 point dans le monde et 1,4 point en Europe).
- Marge opérationnelle du Groupe de -396 millions d'euros, soit -1,2 % du chiffre d'affaires (+224 millions d'euros au second semestre, soit +1,3 % du chiffre d'affaires).
- Résultat d'exploitation de -955 millions d'euros (dont -9 millions d'euros au second semestre).
- Un résultat net négatif de -3 068 millions d'euros (dont -356 millions d'euros au second semestre) provenant pour moitié (- 1 561 million d'euros) du résultat des entreprises associées.
- *Free cash flow* positif de 2 088 millions d'euros, conduisant à une baisse de l'endettement financier net de l'Automobile de 2 023 millions d'euros pour atteindre 5 921 millions d'euros.
- La réserve de liquidité de l'Automobile s'élève à 9 478 millions d'euros, dont 4 070 millions d'euros d'accords de crédits non tirés et 5 408 millions d'euros de trésorerie et équivalents.

« Dès juillet 2008, nous avons pris les premières décisions nécessaires nous préparant à traverser la crise. En 2009, Renault a fait front comme le montre notre *free cash flow* significativement positif. En 2010, l'environnement restera difficile avec un marché européen à -10%. Nous continuons à travailler pour construire le Renault de l'après-crise avec la poursuite de l'offensive commerciale en Europe, la commercialisation en masse de véhicules zéro émission dès 2011, l'élargissement de la gamme Entry, un renforcement de notre présence dans les pays émergents, l'accélération et l'élargissement des synergies avec Nissan » a déclaré Carlos Ghosn, Président-Directeur général de Renault.

RESISTER A LA CRISE

L'objectif fixé par Renault en 2009 était de faire face à une crise économique sans précédent en mobilisant toute l'entreprise autour d'une seule priorité, un *free cash flow* positif. Cet objectif est rempli grâce à la réalisation du plan d'action qui avait été construit en trois volets : l'optimisation des revenus, la réduction des coûts (y compris d'investissements) et la gestion très stricte du besoin en fonds de roulement.

- Fort d'une gamme renouvelée avec le lancement de six nouveaux produits en 2009, le Groupe a **augmenté légèrement sa part de marché mondiale** de 0,1 point à 3,7 % dans un marché en recul de 4,5 % (VP + VU). Cette progression est plus marquée au deuxième semestre avec une augmentation de 0,2 point. La pénétration augmente dans 11 de ses 15 premiers marchés représentant 85 % des ventes du Groupe.
- Le **besoin en fonds de roulement** s'améliore de 2 923 millions d'euros en 2009 avec notamment une diminution des stocks de 25 %.

- Les **coûts fixes** baissent de 17 % par rapport à 2008.
 - Les investissements corporels et incorporels, qui représentent 2 302 millions d'euros en 2009 contre 3 385 millions en 2008, ont été maîtrisés. La concentration sur des projets prioritaires, la recherche constante de l'efficacité et l'optimisation des synergies avec Nissan ont permis de réduire les dépenses de recherche et développement de 26 % et les investissements corporels de 30 % par rapport à 2008, tout en préservant les programmes essentiels.
 - Les économies faites à tous les niveaux de l'entreprise ont permis de réduire les frais généraux de 8 % par rapport à 2008 et de 20 % par rapport à 2007.

Les synergies générées par l'Alliance avec Nissan ont été un levier important dans le succès du plan *free cash flow* de Renault en 2009. Le montant des synergies pour l'année 2009 devait atteindre 1,5 milliard d'euros pour les deux partenaires ; cet objectif a été atteint à fin décembre alors qu'il reste encore un trimestre avant la clôture de l'exercice de Nissan. Un nouveau plan est lancé pour 2010 visant un milliard d'euros de synergies additionnelles pour les deux entreprises.

PERSPECTIVES ET ACTIONS PRIORITAIRES

Pour 2010, Renault s'attend à un environnement qui restera difficile avec un marché européen qui pourrait baisser de 10 % par rapport au marché toutes marques (MTM) 2009. Dans ce contexte, l'entreprise s'est fixé, comme en 2009, l'objectif de générer un *free cash flow* positif et de poursuivre ainsi la réduction de sa dette.

Pour réaliser cet objectif, Renault pourra compter, en 2010, sur quatre leviers principaux :

- l'attractivité de sa gamme dont l'extension et le renouvellement (six nouveaux produits en 2010) se poursuivront et devront permettre de prolonger la dynamique de gain de parts de marché du second semestre 2009 ;
- l'approfondissement des synergies de l'Alliance avec Nissan ;
- la poursuite de sa politique de réduction des coûts ainsi que le maintien d'un ratio d'investissements nets et de frais de recherche & développement sur chiffre d'affaires à moins de 10 % ;
- l'amplification des actions concourant à la maîtrise de son besoin en fonds de roulement.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Les comptes consolidés du Groupe et les comptes sociaux de Renault SA au 31 décembre 2009 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 10 février dernier.

Les commissaires aux comptes du Groupe ont effectué leurs diligences d'audit sur ces comptes et les rapports d'audit relatifs à la certification de ces comptes consolidés et sociaux sont en cours d'émission.

Le rapport d'activité avec l'analyse complète des résultats financiers de 2009 est disponible sur www.renault.com dans la rubrique « Finance ».

Contact presse :

Renault Presse : Gita Roux +33 (0)1 76 84 64 69

Sites Internet : www.media.renault.com – www.renault.com