



Le 8 juillet 2010

RESULTATS COMMERCIAUX MONDE 1^{ER} SEMESTRE 2010*

- Les ventes du Groupe Renault progressent de 21,6% sur un marché mondial en progression de 16,0%. Le Groupe augmente sa part de marché à 3,9%.
- Sur le premier semestre 2010, le Groupe Renault augmente ses ventes mondiales et sa part de marché sur la lancée du second semestre 2009. Le Groupe augmente sa part de marché dans 12 de ses 15 principaux marchés.
- Toutes les marques contribuent à la hausse des ventes du Groupe : la marque Renault progresse de 19,9%, Dacia de 18,2% et Renault Samsung Motors de 61,0%.

« Nous nous réjouissons des résultats du premier semestre 2010. Le Groupe Renault affiche une hausse en volume et en part de marché dans toutes les régions du Groupe et sur ses trois marques, Renault, Dacia et Renault Samsung Motors. Cette performance s'explique principalement par la très bonne dynamique commerciale créée par le renouvellement des gammes de produits de nos trois marques et par les différentes mesures de soutien à l'automobile dont le groupe a bien su tirer parti » a déclaré Jérôme Stoll, Directeur Général Adjoint Commerce et Véhicules utilitaires.

En **VP+VU**, les ventes mondiales du Groupe Renault ont augmenté de 21,6% sur le premier semestre 2010, avec 1 347 169 véhicules vendus. La part de marché s'établit à 3,9%, en hausse de 0,2 point. En **VP**, le Groupe Renault enregistre un volume de ventes en hausse de 22,2% avec 1 186 387 véhicules vendus (marché mondial : +15,2%). La part de marché s'établit à 4,5% en augmentation de 0,3 point.

Le premier semestre 2010 a été marqué par le **lancement de nouveaux produits** sur toutes les marques du Groupe : pour Renault, Nouvelle Mégane Coupé-Cabriolet et Fluence en VP, Nouveau Master en VU, Duster pour Dacia, et nouvelle SM5 pour Renault Samsung Motors.

Les 15 premiers marchés du Groupe Renault

Les 15 premiers marchés représentent environ **85%** des ventes du Groupe.

A fin juin 2010, sur ces 15 marchés, 12 affichent des gains significatifs de parts de marché, et 3 sont en baisse.

** Chiffres provisoires du mois de juin 2010*
















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

		Volume \$12010	Part de marché VP+VUS12010	Evolution part de marché vs. 2009
	FRANCE	407 125	28,5%	+3,3
	ITALIE	87 028	6,9%	+2,3
	COREE DU SUD	85 142	11,4%	+3,0
	ALLEMAGNE	83 807	5,4%	-0,4
	ESPAGNE	72 920	10,9%	+0,4
	BRESIL	64 599	4,3%	+0,7
	ROYAUME-UNI	59 467	4,9%	+2,1
	BELGIQUE/LUXEMBOURG	49 262	12,8%	+1,7
	RUSSIE	42 227	5,4%	+0,6
	TURQUIE	40 639	14,7%	+0,4
	ARGENTINE	37 893	11,7%	-0,5
	ALGERIE	37 306	29,3%	+6,5
	PAYS-BAS	25 861	8,7%	+2,1
	ROUMANIE	23 971	41,9%	+4,8
	IRAN	20 626	2,8%	-0,2

Région Europe (incl. France) : les ventes du Groupe VP+VU augmentent de 21,6% sur un marché en hausse de 1,5% ; la part de marché atteint 10,8% en augmentation de 1,8 point.

VP : Dans un marché en hausse de 0,9%, le **Groupe Renault** a augmenté ses ventes de 21,7% et augmente sa part de marché à 10,2% (+1,8 point). La marque **Renault** est la 2^e marque en Europe occidentale principalement grâce au succès de la famille Mégane et de Clio. La marque **Dacia** voit ses ventes progresser en Europe occidentale de 27% (116 096 unités) et atteint une part de marché de **1,6%** (+0,3 point).

Avec la fin de la prime à la casse dans une majorité de pays, le mix des modèles vendus est en hausse. Le volume des ventes Renault des segments économique/inférieure a baissé de 4,9% par rapport à 2009, et le volume pour le segment moyen inférieur a augmenté de 15,8%.

VU : Dans un marché en hausse de 7,7%, le **Groupe Renault** a augmenté ses ventes de 21,0% et augmente sa part de marché à 16,6% (+1,8 point). En Europe Occidentale, la marque **Renault** demeure n°1 avec une part de marché à 15,7%. En offrant une gamme de véhicules utilitaires complémentaires à la gamme VU de Renault, la marque **Dacia** gagne 0,3 point de parts de marché avec des ventes en progression de 70,0%.

VP+VU

En **Europe**, le **Groupe Renault** enregistre une part de marché de 10,8% avec un volume de ventes en hausse de 21,6%. **Renault** enregistre une part de marché de 9,2% en hausse de 1,4 point avec 765 683 véhicules vendus. **Dacia** poursuit sa croissance et totalise 131 598 véhicules vendus, en hausse de 29,2%.

- En **France** : le **Groupe** enregistre un gain de part de marché de 3,3 points (28,5% de parts de marché) avec un volume de ventes en hausse de 20,0% (407 125 unités). La marque **Renault** conforte sa 1^{ère} place avec 342 838 véhicules vendus en hausse de 9,5%. **Dacia** progresse de 148% avec 64 287 véhicules vendus, atteignant les 4,5% de

part de marché en augmentation de 2,6 points. Les ventes de Dacia sur le premier semestre atteignent le même niveau que les ventes sur l'ensemble de l'année 2009. Dacia devient la 6^e marque en France, et même la 4^e marque sur le canal des ventes aux clients particuliers (hors flottes, loueurs et véhicules de démonstration).

Parmi les 15 premiers marchés, les ventes du Groupe sont également en hausse : en **Italie** (+53,6%), en **Espagne** (+42,6%), au **Royaume-Uni** (+107,3%), en **Belgique/Luxembourg** (+33,2%), et aux **Pays-Bas** (+54,4%). L'**Allemagne** baisse au même niveau que le marché (-31,9%), ce qui est principalement dû à la fin de la prime à la casse.

Produits en Europe :

Twingo II s'est vendue à 89 385 unités (+4%) en 6 mois : **3^e** de son segment

Clio II et III se sont vendues à 213 505 unités en augmentation de 30% : **3^e** de son segment

Famille Mégane est **2^e** de son segment en Europe avec 256 146 unités vendues (+41%)

Sandero est **9^e** de son segment en Europe avec 86 176 unités vendues, en hausse de 45%

Duster, lancé en mars connaît un franc succès avec près de 35 500 commandes enregistrées à fin juin.

Régions hors Europe : les ventes en VP+VU et les parts de marché augmentent dans toutes les régions du Groupe.

VP+VU

- En **Corée du sud**, Renault Samsung Motors progresse de 3,6 points en parts de marché VP à 13,5% (11,4% en VP+VU). Renault Samsung Motors progresse de 58,8% en volume, ce qui maintient la Corée du sud dans le top 3 des marchés du Groupe sur le premier semestre. Les SM3 et SM5 sont n°2 de leur segment respectif.
- Au **Brésil**, dans un pays qui augmente ses ventes de 7,5%, le Groupe connaît une hausse de 26,6%. Sa part de marché augmente de 0,7 point et enregistre 4,3%.
- En **Russie**, le Groupe affiche un gain de part de marché de 0,6 point (5,4% de part de marché). La marque Renault est devenue la 4^e marque avec **Logan** qui est le véhicule le plus vendu parmi les véhicules étrangers.
- En **Roumanie**, dans un marché en forte baisse (-26,4%), le Groupe renforce son leadership en gagnant 4,8 points pour afficher une part de marché de 41,9%. **Dacia** est la marque n°1 avec Logan n°1, Sandero n°4 et Duster n°3 de leur segment et **Renault** n°3 avec Thalia et Fluence dans le top 5.
- En **Turquie**, le Groupe a repris son **leadership** en VP et se situe à 14,7% de part de marché en VP+VU.
- Au **Maghreb**, où le marché est en forte baisse à -8,9%, le Groupe augmente ses ventes de 14,2% et augmente sa part de marché de 6,1 points à 31,1%. La marque **Renault** est n°1 en Algérie et en Tunisie, et **2^e** au Maroc. **Dacia** est n°1 au Maroc.

Perspectives commerciales pour le deuxième semestre 2010

Le second semestre devrait voir une évolution divergente des marchés entre l'Europe et le reste du monde. En Europe, le marché devrait poursuivre la tendance baissière constatée depuis le mois d'avril avec l'arrêt des systèmes de primes à la casse et le renforcement des plans d'austérité dans plusieurs pays. Les pays hors Europe devraient poursuivre leur progression basée notamment sur des fondamentaux économiques plus favorables.

Le Groupe prévoit un marché mondial 2010 en progression d'environ +8% par rapport à 2009, malgré une baisse du marché européen estimée entre -7% et -9% par rapport à l'année dernière.

« Notre objectif pour l'année 2010 demeure l'augmentation de nos parts de marché sur toutes nos marques, dans toutes les régions du Groupe. En Europe, nous consoliderons les parts de marché que nous avons regagnées sur la marque Renault pour confirmer notre 3^e place en VP et le leadership de la marque Renault en VU. En dehors de l'Europe, nous poursuivrons notre offensive en renforçant notre présence dans les pays émergents qui sont les relais de croissance des années à venir » a déclaré Jérôme Stoll, Directeur Général Adjoint Commerce et Véhicules Utilitaires.

Contact Presse : Rie Yamane: +33 1 76 84 64 69
www.media.renault.com & www.renault.com

Total des ventes par marque

	Juin*			Cumul à fin juin*		
	juin-10	juin-09	% variation	2010	2009	% variation
RENAULT						
VP	174 436	164 725	+5,9%	929 264	769 960	+20,7%
VU	29 052	25 588	+13,5%	148 386	129 204	+14,8%
VP + VU	203 488	190 313	+6,9%	1 077 650	899 164	+19,9%
RENAULT - SAMSUNG - MOTORS						
VP	15 108	10 720	+40,9%	87 693	54 468	+61,0%
DACIA						
VP	34 601	32 316	+7,1%	169 430	146 203	+15,9%
VU	2 533	1 875	+35,1%	12 396	7 671	+61,6%
VP + VU	37 134	34 191	+8,6%	181 826	153 874	+18,2%
GROUPE RENAULT						
VP	224 145	207 761	+7,9%	1 186 387	970 631	+22,2%
VU	31 585	27 463	+15,0%	160 782	136 875	+17,5%
VP + VU	255 730	235 224	+8,7%	1 347 169	1 107 506	+21,6%

	Juin			Cumul à fin juin		
	juin-10	juin-09	% variation	2010	2009	% variation
LADA						
VP	55 012	33 406	+64,7%	241 601	214 051	
VU	9	8	+12,5%	74	18	
VP + VU	55 021	33 414	+64,7%	241 675	214 069	12,9%

Total des ventes Groupe VP+VU par région hors LADA

	Juin*			Cumul à fin juin*		
	juin-10	juin-09	% variation	2010	2009	% variation
Europe***	170 506	162 030	+5,2%	897 281	737 981	+21,6%
Dont France	79 471	78 981	+0,6%	407 125	339 132	+20,0%
Euromed	28 621	26 913	+6,3%	128 358	123 913	+3,6%
Eurasie	9 373	7 970	+17,6%	46 144	40 481	+14,0%
Amériques	22 115	20 571	+7,5%	132 620	106 832	+24,1%
Asie-Afrique	25 115	17 740	+41,6%	142 766	98 299	+45,2%
Total hors Europe	85 224	73 194	+16,4%	449 888	369 525	+21,7%
Total	255 730	235 224	+8,7%	1 347 169	1 107 506	+21,6%

* Ventes

*** Europe = Union Européenne (24 pays) + Croatie, Islande, Norvège & Suisse

Les 10 principaux marchés du groupe Renault hors LADA à fin juin 2010

Pays	Volume VP+VU (1)	Part de marché
France	407 125	28,5%
Italie	87 028	6,9%
Corée du Sud*	85 142	11,4%
Allemagne	83 807	5,4%
Espagne	72 920	10,9%
Brésil	64 599	4,3%
Royaume-Uni	59 467	4,9%
Belgique+Luxembourg	49 262	12,8%
Russie	42 227	5,4%
Turquie	40 639	14,7%

* Corée du Sud : Renault Samsung
Motors
(1) Ventes

Ventes programme Entry

Par marque et par année

Marque	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 fin juin	Total
Dacia	22 833	135 184	184 472	230 277	257 808	310 937	181 510	1 323 021
Renault	0	9 915	63 134	137 021	252 583	223 752	143 377	829 782
Total	22 833	145 099	247 606	367 298	510 391	534 689	324 887	2 152 803

Par modèle

Ventes par modèle	A fin juin 2010	Depuis 2004
Logan	114 786	1 330 321
Logan MCV	30 054	298 914
Logan van	6 216	28 053
Logan pick-up	3 999	15 645
Sandero	155 019	465 057
Duster	14 813	14 813
Total	324 887	2 152 803

Les 5 principaux marchés du programme Entry

Rang	Pays	Marque	A fin juin 2010
1	France	Dacia	64 283
2	Brésil	Renault	42 213
3	Russie	Renault	35 710
4	Roumanie	Dacia	19 294
5	Iran	Renault	17 893