



COMMUNIQUE DE PRESSE

5 Janvier 2007

Résultats commerciaux 2006, une année de transition pour Renault

Croissance continue des ventes à l'international, performance en baisse en Europe

- **Baisse de 4% des ventes mondiales, performances contrastées selon les marchés**
 - **Hausse des ventes de 8,8% hors Europe* grâce aux trois marques, Renault, Dacia et Samsung. En 2006, elles représentent désormais plus de 30% des ventes du Groupe.**
 - **Baisse des ventes en Europe de 8,7 %, où la politique commerciale sélective produit ses premiers effets et prépare le terrain en vue du lancement des nouveaux modèles**
- **Succès de Logan dans le monde : 247 000 unités vendues sous les 2 marques Dacia et Renault**
- **En Europe, croissance des ventes de 26,5% de Clio grâce au succès de Clio III.**

*"2007 marquera pour Renault le retour à la croissance à partir de l'été. Hors Europe, les ventes vont continuer à progresser et le Groupe Renault poursuivra le renforcement de son organisation commerciale afin de préparer l'arrivée des nouveaux produits. En Europe, le premier semestre restera sur une tendance baissière, mais le second, avec l'arrivée de la future Twingo puis de la future Laguna, marquera le début de la relance des ventes tout en maintenant la priorité à la rentabilité. Au total, nous prévoyons donc une légère croissance, essentiellement concentrée sur le second semestre." **Patrick Blain, Directeur commercial***

En 2006, année de transition pour le Groupe Renault, les ventes mondiales ont baissé de **4%** à **2 433 604** véhicules.

Hors d'Europe, elles progressent de **8,8%** à **742 019** unités en particulier sous l'effet Logan, la performance de Renault Samsung Motors et la croissance de la marque Renault sur les marchés internationaux. A fin 2006, les ventes hors Europe représentent plus de **30%** des ventes du Groupe Renault. Chacune des trois marques (Renault, Dacia et Samsung) contribue à cette croissance :

- **Renault** a accru ses ventes de **9,8%** à **471 113** véhicules,
- **Dacia** augmente de **11,6%** à **149 075** unités,
- **Renault Samsung Motors** enregistre un nouveau record avec **121 831** véhicules vendus.

* Europe = région France + région Europe

En France et en Europe sur des marchés très concurrentiels, l'absence de nouveaux modèles et l'accélération de la politique commerciale sélective, ont eu pour conséquence un recul des ventes de **8,7%** à **1 691 585** unités, accompagné toutefois d'une amélioration sensible de la valeur résiduelle des véhicules.

| Région Euromed

Dans la région Euromed, les ventes du **Groupe Renault** ont progressé de **12,6%** atteignant **380 084** unités en 2006, grâce à une très forte croissance des ventes de Logan en Russie et au Maghreb où le groupe conforte son leadership.

Renault a enregistré une augmentation de ses ventes de **13,8%**. En **Russie**, dans un marché en hausse de **21,7%** les ventes ont fait un bond de **146,7%** avec **71 914** véhicules, grâce au succès de Logan dans sa première année pleine de commercialisation. La marque a également progressé au Maghreb de **15,7%**. Toutefois, les ventes ont chuté de **21,2%** en **Turquie**, dans un marché en baisse de **13,2%** affecté par la dévaluation de sa monnaie en 2006. Renault reste cependant leader en VP avec 16% de part de marché.

Dacia a vu ses ventes augmenter de **11,1%**, grâce à la montée en puissance de Logan au Maroc (+369,3%), en Algérie (+83,2%) et en Europe Orientale (Ukraine, Bulgarie), où les ventes ont été multipliées par 7 et atteignent près de 7.700 unités.

| Région Amériques

Dans la région Amériques, les ventes du **Groupe Renault** se sont accrues de **13,2%** en 2006 passant à **186 284** unités, notamment grâce à de fortes progressions en Colombie, Argentine et Brésil.

En Colombie, les ventes ont augmenté de **37,1%** grâce principalement à Logan, produite et vendue localement sous la marque Renault depuis fin 2005. Renault renforce ainsi sa deuxième place sur le marché colombien. En Argentine, les ventes de Renault ont progressé plus vite que le marché, atteignant **48 334** véhicules, soit une hausse de **29,4%**. Au Brésil, dans un marché en hausse de 12,6 %, les ventes de Renault augmentent de **8,5%** en 2006 avec **51 557** ventes, grâce au lancement des modèles Mégane Sedan et Grandtour. A noter que 75% des voitures vendues actuellement par Renault au Brésil fonctionnent au Flex Fuel.

Inversement, au Mexique, les ventes ont baissé pour atteindre **20 272** unités en raison du cycle de renouvellement de la gamme. Les ventes de Kangoo VU se maintiennent à un bon niveau et le lancement de Clio III est prévu début 2007.

| Région Asie-Afrique

Les ventes du **Groupe Renault** dans la région Asie-Afrique baissent légèrement (**-2,5%**) en 2006 à **175 651** véhicules.

Le léger recul des ventes dans cette région est dû principalement à l'Afrique du Sud et au Moyen Orient. La chute de 20% du Rand sud-africain a conduit Renault à adapter sa politique commerciale en Afrique du Sud pour se concentrer sur la rentabilité, ce qui a entraîné une baisse des ventes de **18,5%**.

En Corée du Sud, sur son marché privilégié, **Renault Samsung Motors** poursuit sa croissance et progresse de **3,2%**.

| Région France & Europe

La baisse des ventes en France et en Europe s'explique par deux facteurs d'impact comparable :

- le manque de nouveaux produits en 2006, en dehors de Logan MCV
- la politique commerciale sélective

Ces deux facteurs conduisent à une baisse des ventes pour le groupe de **8,7%** en 2006 à **1 691 585** unités, ce qui représente une part de marché de **9,4%**.

En Europe y compris la France, la marque Renault, avec **9,1%** de part de marché VP+VU et **1 644 068** véhicules a baissé de **9,8%**. Renault reste un solide leader sur le marché européen des VU pour la neuvième année consécutive avec **319 344** véhicules vendus et une part de marché de **14,1%**.

La marque Dacia poursuit sa croissance avec une augmentation de ses ventes de **54,4%** atteignant **47 517** unités.

En France, la marque Renault est toujours n°1 des ventes avec **25,5%** de part de marché, avec **649 893** VP+VU vendus en 2006. Clio et Mégane sont les 2 voitures les plus vendues en France. De son côté, Dacia a vendu **18 794** Logan en France en 2006, et confirme son succès avec **0,9%** de part de marché VP.

La politique commerciale sélective

Depuis deux ans, Renault poursuit une politique commerciale sélective en Europe. Elle consiste à privilégier les ventes les plus rentables (particuliers et entreprises) et à limiter les ventes aux loueurs courte durée et les véhicules constructeurs, ces véhicules retournant très rapidement sur le marché des véhicules d'occasion.

Cela permet à Renault d'assainir les stocks de véhicules d'occasions de son réseau et de soutenir la valeur de revente de ses véhicules.

Cette politique, pénalisante en volume à court terme, permet de préparer l'avenir et sera payante à moyen terme tant en volume qu'en rentabilité comme on l'observe sur Clio 3 dont la valeur de revente progresse de 6 % (estimation d'Eurotax).

| Perspectives

2007 marquera pour Renault le retour à la croissance à partir de l'été.

C'est hors d'Europe que la croissance des ventes sera à nouveau la plus forte grâce notamment aux opérations du groupe en Inde, au Mercosur et en Iran, avec le démarrage de la production et de la vente de Logan. Renault va également renforcer son organisation commerciale dans un certain nombre de pays afin de préparer l'arrivée des nouveaux produits qui seront lancés dans le cadre du Renault Contrat 2009. Renault Samsung Motors va lancer un 4x4 sur le marché coréen à la fin 2007.

En Europe, 2007 sera une année contrastée pour Renault. La première moitié de l'année s'inscrira dans la continuité de 2006 avec priorité à la rentabilité. Au cours du second semestre, les lancements de la future Twingo puis de la future Laguna permettront aux ventes de renouer progressivement avec la croissance, avec un plein impact de ces lancements l'année suivante.

A l'échelle mondiale, les ventes du groupe Renault dans le monde devraient légèrement augmenter en 2007, cette croissance étant exclusivement concentrée sur le second semestre qui marquera le début de l'offensive produit du plan Renault Contrat 2009.

Contact presse : Andrew Boyle, Renault Presse, +33 (0)1 76 84 64 69

sites: www.media.renault.com – www.renault.com

ANNEXE 1

Les ventes du Groupe Renault à fin décembre 2006 Chiffres provisoires
--

Total des ventes par marque du Groupe Renault

		Cumul		
		2006	2005	% var
RENAULT	VP	1 737 043	1 878 434	-7,5
	VU	378 138	372 378	+1,5
	Total Renault	2 115 181	2 250 812	-6,0
RSM	VP	121 831	119 488	+2,0
	Total RSM^(*)	121 831	119 488	+2,0
DACIA	VP	184 751	143 621	+28,6
	VU	11 841	20 743	-42,9
	Total Dacia^(*)	196 592	164 364	+19,6
RENAULT Groupe	VP	2 043 625	2 141 543	-4,6
	VU	389 979	393 121	-0,8
	Total Groupe	2 433 604	2 534 664	-4,0

(*) ventes sur marché local + exportations

Total des ventes par région

	Cumul		
	2006	2005	% var
Europe*	1 691 585	1 852 474	-8,7
Hors d'Europe	742 019	682 190	+8,8
Euromed	380 084	337 497	+12,6
Asie Afrique	175 651	180 129	-2,5
Amériques	186 284	164 564	+13,2
Total Groupe	2 433 604	2 534 664	-4,0

* Région France + Région Europe

Les dix premiers marchés du Groupe Renault VP+VU à fin décembre 2006

	Volume	Part de marché
1 France	668 687	26,30%
2 Espagne	205 979	10,81%
3 Allemagne	173 199	4,73%
4 Royaume Uni	160 137	5,98%
5 Italie	142 048	5,58%
6 Roumanie*	131 218	46,25%
7 Corée du Sud	119 088	10,03%
8 Turquie	92 331	14,87%
9 Russie	71 914	3,78%
10 Belgique + Luxembourg	67 063	10,44%

* dont 23 549 véhicules pour la marque Renault et 107 669 pour la marque Dacia

ANNEXE 2

Ventes monde par modèle en 2006 (VP+VU)

Modèle	Volume
Renault	
Twingo	69 166
Clio	584 646
Thalia	93 644
Modus	86 414
Mégane	681 444
Laguna	83 123
Vel Satis	5 127
Espace	42 842
Kangoo	227 865
Trafic	81 522
Master	96 435
Dacia + Renault	
Logan	247 083
Dacia	
Pick-up	11 755
Samsung	
SM3	31 975
SM5	72 314
SM7	17 542
Divers	707
Total	2 433 604

ANNEXE 3

Listes des pays par région

Amériques	Asie & Afrique	Euromed	Europe (hors France)	France
AMERIQUE LATINE NORD Colombie Costa Rica Cuba Equateur Honduras Mexique Nicaragua Panama Salvador Venezuela Rép. Dominicaine Guadeloupe Guyane Française Martinique	ASIE PACIFIQUE Australie Indonésie Japon Malaisie Nouvelle Calédonie Nouvelle Zélande Singapour Tahiti Thaïlande Brunei	EUROPE ORIENTALE Bulgarie Moldavie Roumanie	Albanie Autriche Allemagne Belgique-Lux. Bosnie Chypre Croatie Danemark Espagne Finlande Grèce Hongrie Irlande Islande Italie Kosovo Macédonie Malte Montenegro Norvège Pays Baltes Pays Bas Pologne Portugal Rep. Tchèque Royaume Uni Serbie Slovaquie Slovénie Suède Suisse	France métropolitaine
	INDE	RUSSIE / CEI Arménie Biélorussie Géorgie Kazakhstan Russie Ukraine		
	MOYEN ORIENT & Afrique Francophone Arabie Saoudite Égypte Jordanie Liban Libye Pakistan Pays du Golfe Syrie + <i>pays d'Afrique Francophone</i>	TURQUIE Turquie Chypre Turc ...		
	AFRIQUE & OCEAN INDIEN Afrique du Sud + <i>pays d'Afrique sub-saharienne</i> Iles Océan Indien	MAGHREB Algérie Maroc Tunisie		
AMERIQUE LATINE SUD Argentine Brésil Bolivie Chili Paraguay Pérou Uruguay	COREE			
	IRAN			
	CHINE Hong Kong Taiwan			
	ISRAEL			