

## RENAULT CONTINUA LA SUA OFFENSIVA INTERNAZIONALE

Le vendite internazionali raggiungono un livello record con un incremento del 14,3%, superiore a quello di mercato (+9,5%) grazie al successo in Russia e in Brasile. Tuttavia, questa crescita non è sufficiente a compensare il calo del 14,9% delle vendite in Europa.

Con 1,3 milioni di veicoli venduti nel mondo, le vendite del Gruppo Renault diminuiscono del 3,3% rispetto al primo semestre del 2011, nonostante un secondo trimestre positivo (+1,2%). La quota di mercato si attesta a 3,3%, in calo di 0,3 punti.

### Fatti rilevanti per il Gruppo Renault nel 1° semestre 2012

- **A livello internazionale: il Gruppo prosegue con successo la propria strategia di crescita con un volume di vendite record di 620,306 veicoli (+14,3% vs primo semestre 2011). Il 47% delle vendite del Gruppo è realizzato al di fuori dell'Europa (rispetto al 39% nel 2011).**
- **In Europa: le vendite del Gruppo sono in diminuzione del 14,9% a causa del forte calo dei mercati, in particolar modo quello francese, della strategia di difesa del margine unitario e della ristrutturazione della propria offerta commerciale in Gran Bretagna.**
- **In Francia: le vendite del Gruppo Renault si contraggono del 15,2% in seguito al primo trimestre 2011, che aveva beneficiato delle ultime consegne di veicoli interessati dalla rottamazione e anche di un mercato più debole del previsto. La marca Renault resta leader nel segmento A, B e C con Twingo, Clio III, Mégane e Scénic. Nel settore dei veicoli commerciali, la marca Renault da sola rappresenta una quota di mercato del 32,9% e il suo volume di vendite è superiore a quello di tutti i gruppi.**
- **Renault è già leader del mercato dei veicoli elettrici in Europa con il 31,4%\* di penetrazione, grazie a Fluence Z.E. e Kangoo Z.E.**
- **Nei veicoli commerciali, il Gruppo registra una crescita della sua quota di mercato in tutte le regioni. In Europa, la marca Renault conferma la sua leadership per il 15° anno.**

*“Nel primo semestre battiamo un nuovo record di vendite con la marca Renault fuori Europa. Questo successo premia la strategia di internazionalizzazione dell'azienda. Questa offensiva non ha completamente compensato il calo delle vendite in Europa dove, in condizioni di mercato difficili, abbiamo privilegiato la difesa dei nostri margini”,* ha dichiarato Jérôme Stoll, Membro del Comitato Esecutivo, Direttore Commerciale del Gruppo.

### Mondo

- **Nel mercato delle Automobili, il gruppo Renault registra un volume di vendite in calo del 3,9% con 1.145.737 veicoli. La sua quota di mercato si attesta al 3,8%.**
- **Nel settore dei Veicoli Commerciali, il gruppo Renault ha venduto 182.700 veicoli (+0,4%). Il Gruppo guadagna delle quote di mercato in tutte le regioni in cui è**

presente. In Europa, la marca Renault raggiunge il suo 15° anno di leadership del mercato.

- La marca Renault ha registrato un volume di vendite di 1.113.913 veicoli, in calo del 2,4%.
- La marca Dacia, con 181.280 veicoli venduti, registra una crescita del 2,5%.
- La marca Renault Samsung Motors, con 33.244 veicoli venduti, ha visto le proprie vendite diminuire del 41,2%.

#### Regione Francia e Europa:

In Europa, in un mercato in calo del 7,4%, il Gruppo ha venduto 708.131 veicoli (-14,9%). La sua quota di mercato, Automobili+Veicoli Commerciali, si attesta al 9,3%, in calo di 0,8 punti a causa di diversi fattori:

- il forte calo dei mercati importanti per Renault, soprattutto quello francese,
  - la strategia di difesa del margine unitario che ha portato alla ristrutturazione dell'offerta commerciale in Gran Bretagna,
  - l'invecchiamento della gamma, alla vigilia del rinnovamento dei modelli del segmento B.
- La marca Renault si posiziona al 3° posto nel mercato Automobili+Veicoli Commerciali con una penetrazione del 7,7%. Renault entra nel suo 15° anno di leadership nel settore dei Veicoli Commerciali con una quota di mercato in aumento al 16,4% (+1,3 punti).
  - La marca Dacia resta stabile con una quota di mercato dell'1,6%.

Nel 1° semestre, la marca Renault ha lanciato con successo Twizy, che completa la sua gamma di veicoli a Zero Emissioni. A fine maggio, la marca è leader del mercato dei veicoli elettrici in Europa con una quota di mercato del 31,4%\*.

In Francia: le vendite del Gruppo registrano un calo del 15,2%. La quota di mercato si stabilisce al 24,7%, in diminuzione di 0,5 punti sul semestre, nonostante una crescita costante negli ultimi 2 mesi.

Con Twingo, Clio, Mégane e Scénic, la marca Renault è leader dei segmenti A, B e C. La marca Dacia è stabile con una quota di mercato del 3,5% e si conferma la 5ª marca ai privati.

Nel mercato dei veicoli Commerciali, Renault stabilisce una penetrazione del 32,9%, rafforzando la sua leadership davanti a tutti i gruppi.

#### Regioni fuori Europa

Con 620.306 veicoli venduti, il Gruppo aumenta le proprie vendite del 14,3%. La quota delle vendite fuori Europa si stabilisce ormai al 47%, contro il 39% del 1° semestre 2011. Il Gruppo consolida la sua internazionalizzazione: come a fine 2011, 6 dei più grandi mercati del Gruppo si trovano fuori Europa, e 3 paesi (Brasile, Russia e Argentina) sono nella top 5.

##### • Americhe:

I volumi del Gruppo aumentano del 20,4% e stabiliscono un record di 215.149 unità vendute. La quota di mercato del Gruppo aumenta di 1 punto e si attesta al 6,7%.

In Brasile, in un mercato in calo dello 0,4%, Renault continua la sua conquista, con un volume in crescita del 37,3% e una quota di mercato record del 6,8% (+1,9 punti). Renault, 5ª marca del mercato brasiliano, conosce la seconda miglior crescita tra tutte le marche, grazie al successo di Duster e Sandero fase 2. Il Brasile resta il 2° mercato del Gruppo.

In Argentina, Renault prosegue la sua dinamica di crescita. Con un incremento del 25,3% delle proprie vendite, la marca sale al 3° posto del mercato con il 14,3% di penetrazione (+2,4 punti). Il paese diventa il 5° mercato del Gruppo (era l'8° alla fine del 1° semestre 2011).

##### • Eurasia:

Con 103.926 veicoli venduti, il Gruppo guadagna delle quote di mercato in tutti i paesi della regione. Con delle

vendite in aumento del 29,4%, la sua penetrazione si stabilisce al 6,5% (+0,8 punti).

In Russia, in un mercato in crescita (+14,4%), Renault continua la sua offensiva. Con delle vendite in aumento del 28,6%, sostenute dal successo di Logan, Sandero e Duster, la marca diventa la 1<sup>a</sup> marca importata e la 2<sup>a</sup> marca del mercato con il 6,8% di penetrazione (+0,8 punti).

La Russia diventa il **3° mercato** del Gruppo (era il 4° a fine 2011).

- **Euromed-Africa:**

**Con 184.407 unità vendute**, le vendite del Gruppo crescono del 7,9%. La quota di mercato raggiunge il 15,7% (+ 0,7 punti).

In **Marocco** e in **Algeria**, il Gruppo accresce le proprie quote di mercato grazie alle sue due marche. In **Marocco** i volumi del Gruppo sono aumentati del 22,4% e la quota di mercato raggiunge il 37,6% (+1 punto). In **Algeria**, sono aumentate del 50,5% e la penetrazione è pari al 28,1% (+0,8 punti). Questo paese diventa il **6° mercato** del Gruppo (era il 13° a fine 2011), e il 2° mercato nel mercato dei veicoli commerciali.

In **Turchia**, in un mercato in calo, il Gruppo resiste bene e registra una crescita delle quote di mercato di 0,1 punti arrivando al 16,5%.

- **Asia Pacifica:**

**Con 116.824 unità vendute**, le vendite del Gruppo crescono del 3,5%. La quota di mercato è stabile allo 0,6%.

In **Corea del sud**, le vendite della marca **Renault Samsung Motors** diminuiscono del 41,7%. Quest'ultima attua un piano di risanamento per rafforzare in modo durevole la propria competitività.

In **India**, dopo il lancio di Renault Fluence a giugno e di Koleos a settembre 2011, la marca Renault ha commercializzato Pulse a gennaio 2012. Saranno lanciati cinque veicoli e saranno creati 100 punti vendita entro il 2012.

### **Prospettive commerciali per il 2012**

La crescita del mercato mondiale dell'auto dovrebbe proseguire con un aumento del 5% nel 2012 con tendenze contrastanti: crescita fuori Europa e contrazione del mercato europeo da -6% a -7%. Il mercato francese, da parte sua, dovrebbe subire una contrazione da -10% a -11%.

Dopo il lancio di 5 nuovi prodotti nel 1° semestre (Twizy, Pulse, Talisman, Lodgy e Dokker), l'offensiva prodotto nel secondo semestre continuerà con:

- **L'arrivo di Nuova Clio e di ZOE**
- **L'arricchimento della gamma Entry con i lanci di Nuova Logan e Nuova Sandero**
- **L'entrata a regime di Duster, che entrerà sul mercato indiano dopo i lanci in Russia e in Colombia.**

"Le condizioni sono favorevoli affinché il gruppo Renault prosegua la sua crescita a livello internazionale nel secondo semestre. Superare i volumi di vendita mondiali del 2011 dipenderà in larga misura dall'evoluzione dell'ambiente economico e finanziario europeo ancora molto incerto a questo stadio", ha dichiarato Jérôme Stoll.

\* A fine maggio 2012

**Per Maggiori Informazioni:**

**Gabriella Favuzza**  
Corporate Communication Manager  
+39 06 4156486  
[gabriella.favuzza@renault.it](mailto:gabriella.favuzza@renault.it)

