

COMUNICATO STAMPA

2013-12-13

RENAULT FESTEGGIA 15 ANNI DI PRODUZIONE IN BRASILE

- **15 anni fa, nel dicembre del 1998, Renault inaugurava la sua prima fabbrica in Brasile. Oggi il Brasile è un pilastro dell'espansione internazionale del Gruppo, con i suoi 1,8 milioni di veicoli e 2,9 milioni di motori prodotti.**
- **La struttura industriale di Renault in Brasile ha continuato a crescere. Grazie ai suoi tre stabilimenti, il Gruppo persegue un'ambiziosa strategia di sviluppo che ha per obiettivo la conquista dell'8% del mercato entro il 2016.**

UNA PRESENZA INDUSTRIALE STRATEGICA

Quinta marca in Brasile (con una quota di mercato pari al 6,5% a fine novembre 2013), nell'ultimo triennio Renault ha registrato una crescita molto superiore a quella del mercato. Il Brasile è ormai il secondo mercato di Renault in ordine di importanza, con una crescita del 24,3% nel 2012, quattro volte superiore all'incremento del mercato (6,1%). Il Brasile è anche il quarto mercato automobilistico mondiale.

Gli importanti traguardi conquistati da Renault nel mercato brasiliano negli ultimi 15 anni si devono a una struttura industriale ormai consolidata: tre impianti a Curitiba all'interno del Complesso Ayrton Senna (uno per le automobili, uno per i veicoli commerciali e uno per i motori), che esportano in tutta l'America Latina. La vicinanza dei siti produttivi ai mercati di commercializzazione permette di ridurre i dazi doganali e i costi della logistica, guadagnando in reattività e adattandosi ai gusti ed alle attese dei clienti.

Nel marzo scorso lo stabilimento di Curitiba ha riaperto dopo un enorme intervento di ampliamento, concluso nel giro di appena due mesi e costato 500 milioni di real (circa 193 milioni di euro). La fabbrica di automobili, che costruisce Renault Duster, Sandero, Logan e Mégane 2, ha aumentato la capacità di produzione da 220.000 a 320.000 unità annue. La capacità di produzione della fabbrica di motori è passata da 400.000 unità annue nel 2012 a 500.000 nel 2013 (+25%).

UNA RETE DINAMICA E UN'AMPIA GAMMA DI PRODOTTI

La strategia di crescita di Renault in Brasile si fonda, oltre che su una grande struttura industriale, sull'espansione della rete e sul rinnovamento e l'ampliamento della gamma di prodotti. L'obiettivo è ambizioso: raggiungere una quota di mercato dell'8% entro il 2016.

La rete di concessionarie è una leva di crescita fondamentale per lo sviluppo commerciale di Renault in Brasile. Solo negli ultimi tre anni ha aggiunto 100 nuovi punti vendita. I piani di espansione prevedono di terminare il 2013 con 40 nuove concessionarie, il 17% in più rispetto al 2012, per un totale di 275 concessionarie che coprono l'83% del territorio.

La gamma si è arricchita di oltre 20 nuovi modelli dal 2011 a oggi. Nel 2013 Renault ha lanciato due prodotti: Nuovo Master, completamente ridisegnato sulla base del modello commercializzato in Europa e configurabile in oltre 70 diversi allestimenti, e Nuova Logan. L'offerta è studiata specificamente per rispondere alle esigenze della clientela sudamericana

e si distingue per le doti di robustezza, i bassi costi di manutenzione e i generosi spazi interni. Tutti i veicoli sono garantiti per tre anni.

RENAULT IN BRASILE: CRONOLOGIA

- 1992: firma di un contratto di importazione con il Gruppo Carlos A. de Oliveira Andrade.
- 1994: Renault è il primo importatore in Brasile, con Twingo, Laguna e la berlina Renault 19.
- 1997: creazione della filiale industriale e commerciale Renault do Brasil Automoveis.
- 1998: inaugurazione dello stabilimento di produzione di autoveicoli (carrozzeria + montaggio).
- 1999: inaugurazione della fabbrica di motori (Mecânica Mercosul).
- 2000: inaugurazione dello stabilimento di produzione di veicoli commerciali, primo impianto realizzato dall'Alleanza Renault-Nissan.
- 2001: raggiunta la soglia dei 100.000 veicoli prodotti.
- 2003: il Complesso Ayrton Senna ottiene la certificazione ISO 14001.
- 2004: lancio di Mégane II berlina 4 porte e Clio Hi-flex 1.6 16 V.
- 2005: lancio di Scénic I Hi-flex 1.6 16V (marzo) e Clio Fase IV (novembre).
- 2006: lancio di Mégane II tre volumi (marzo) e Mégane SporTour (novembre).
- 2007: creazione di Renault Technologies Amériques (RTA) e lancio di Logan (luglio) e Sandero (dicembre).
- 2008: creazione di Renault Design América Latina (RDAL) e lancio di Grand Scénic e Mégane Coupé-Cabriolet (febbraio), Nuovo Kangoo prodotto in Argentina (maggio) e Sandero Stepway (settembre).
- 2009: lancio di Nuovo Master in luglio. 2010: creazione dell'Istituto Renault (ottobre) e lancio di Nuova Logan (aprile) e Fluence (ottobre).
- 2011: lancio di Nuovo Sandero, Nuovo Sandero Stepway (maggio) e Renault Duster (ottobre).
- 2012: Renault do Brasil festeggia i suoi primi 15 anni; lancio di Nuova Renault Clio (ottobre).

Per Maggiori Informazioni:

Gabriella Favuzza
Corporate Communication Manager
+39 06 4156486
gabriella.favuzza@renault.it

Siti web: www.media.renault.com - www.group.renault.com