

**COMUNICATO STAMPA**

2014-02-05

**RENAULT IN INDIA: UNA PRESENZA SEMPRE PIÙ FORTE**

Nonostante la recente contrazione della crescita, si prevede che il mercato indiano dell'auto triplicherà il suo volume di qui al 2020, arrivando a diventare negli anni 2018-2020 il terzo maggiore mercato automobilistico del pianeta. Insieme a Russia, Brasile e Cina, l'India costituisce uno dei mercati prioritari della strategia internazionale di Renault. In 17 mesi Renault ha commercializzato nel Paese cinque nuovi veicoli e attualmente la casa automobilistica propone una gamma completa di prodotti. La sua rete continua a svilupparsi a un ritmo senza precedenti: dalle 14 concessionarie esistenti a metà del 2011 si è passati alle 125 attive alla fine del 2013. A oggi la marca con la Losanga ha già venduto oltre 100.000 veicoli in India (di cui 64.000 nel solo 2013). Il suo obiettivo è quello di raggiungere una quota di mercato pari al 5%, un traguardo ambizioso ma realizzabile. Renault gode in effetti di una solida presenza nel Paese, in particolare grazie alla prima fabbrica dell'Alleanza a Chennai, che vanta una capacità produttiva annua di 480.000 veicoli. La casa automobilistica dispone inoltre nel Paese di un centro di ingegneria e di acquisti e di due centri di design.

**Per Maggiori Informazioni:**

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

Siti web: [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) - [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com)