

RISULTATI COMMERCIALI MONDO 2014

Nuovo incremento di 3,2% delle vendite mondiali di Renault, con 2,7 milioni di unità

Nel 2014, le vendite di autovetture + veicoli commerciali del gruppo Renault registrano un incremento del 3,2% con 2.712.432 veicoli immatricolati, in un mercato automobilistico mondiale in crescita del 3,5%.

In Europa, la quota di mercato del Gruppo Renault raggiunge il 10%, guadagnando +0,6 punti. Con 1.464.611 vendite, i volumi del Gruppo crescono del 12,5%, pari ad un aumento due volte superiore a quello del mercato. Questa performance delle Marche Renault e Dacia, trainata dal successo di Clio, Captur, Duster e Sandero, consente al Gruppo di compensare il rallentamento delle vendite a livello internazionale.

Nonostante l'impatto delle crisi economiche e finanziarie che hanno colpito i suoi principali mercati emergenti, il Gruppo resiste e registra quote di mercato record in Brasile (7,1 %) e in Russia (7,9 %), rispettivamente al 2° e 3° posto tra i suoi principali mercati. Ciononostante, in questa congiuntura sfavorevole, le immatricolazioni nei Paesi extraeuropei sono in calo del 5,9%.

In sintesi, nel 2014:

- Le vendite di autovetture + veicoli commerciali del Gruppo Renault aumentano del 3,2%, con 2,7 milioni di unità.
- Il Gruppo Renault conquista quote di mercato in 9 dei suoi 10 principali mercati.
- In Europa, la quota di mercato del Gruppo si attesta al 10%: le Marche Renault e Dacia guadagnano rispettivamente +0,2 e +0,4 punti di penetrazione. Sul segmento dei veicoli commerciali, Renault conserva la leadership per il 17° anno consecutivo, con una quota di mercato del 14,2%.
- Il Gruppo resiste a livello internazionale, guadagnando quote di mercato in 6 dei suoi 7 principali mercati, tra cui Brasile (7,1 %) e Russia (7,9 %).

«Nel 2014, le vendite di Renault aumentano del 3,2%, con 2,7 milioni di unità, e rappresentano il 10% di quota di mercato in Europa. Il Gruppo compie un nuovo passo avanti nell'ambito del suo Piano di Medio periodo, Renault Drive the Change» ha dichiarato **Jérôme Stoll**, Membro del Comitato Esecutivo, Direttore Delegato alla Performance e Direttore Commerciale Gruppo.

EUROPA

Nel 2014, il Gruppo Renault registra un incremento delle immatricolazioni del +12,5 %, in un mercato che cresce del +5,9%, e supera la soglia del 10% di quota di mercato (+0,6 punti). Il Gruppo ottiene una crescita dei volumi e delle quote di mercato in quasi tutti i Paesi. Gli incrementi più significativi sono registrati in Gran Bretagna (+41,9%), Portogallo (+42,1%), Spagna (+30,2%) e Italia (+28,9%).

- La **Marca Renault** occupa il 3° posto sul mercato autovetture + veicoli commerciali, con 7,6% di quota di mercato (+0,2 punti). Renault è leader in Francia e ritrova la posizione di 2° marca in Spagna. Clio e Captur consentono a Renault di conquistare il 1° posto sul mercato delle city car (segmenti A+B). Per i veicoli commerciali, la marca conserva la

leadership per il 17° anno consecutivo (14,2% di quota di mercato).

- **Per il secondo anno consecutivo, la Marca Dacia** registra la più forte crescita di quota di mercato in Europa: +0,4 punti con 2,5%. In Francia, 5° marca del mercato, Dacia guadagna +0,5 punti di penetrazione con 4,9%, trainata, in particolare, dal successo di Duster e Sandero (3° veicolo più venduto a privati). **In Spagna, grazie a Sandero, 1° veicolo venduto a privati**, Dacia guadagna 0,7 punti, attestandosi a 4,7 punti di quota di mercato con 45.986 immatricolazioni. Dacia realizza, inoltre, volumi e quote di mercato record in quasi tutti i Paesi Europei, tra cui l'Italia (2,7% di quota di mercato e circa 40.000 immatricolazioni) e la Gran Bretagna dove, dopo appena 2 anni di commercializzazione, Dacia ha già conquistato 1 punto di penetrazione (23.862 nuovi clienti nel 2014).

- In **Francia**, il gruppo Renault conquista +1,3 punti di quota di mercato, con il 26,6% e volumi in aumento di +5,5% rispetto al 2013. Con oltre 105.000 immatricolazioni, Clio è il veicolo più venduto del mercato francese e Captur è il primo crossover. Il Gruppo posiziona 5 veicoli nella top 10 delle autovetture più vendute. Per i **veicoli commerciali**, la marca predomina ampiamente sul mercato, registrando il 31,7% di quota di mercato e immatricolazioni in aumento dell'1,3%.

INTERNAZIONALE

In un contesto di flessione dei suoi principali mercati emergenti, Renault resiste guadagnando quote di mercato in Russia, Brasile, Turchia e Algeria. Le immatricolazioni del Gruppo sono tuttavia in calo del 5,9% fuori delle frontiere europee, con 1.247.821 unità, e rappresentano il 46% delle immatricolazioni totali del Gruppo, contro il 50% nel 2013.

Regione Eurasia[1]

Nel 2014, la quota di mercato del gruppo Renault aumenta di +0,7 punti e si attesta al 10,3%. Il Gruppo ottiene risultati migliori rispetto al mercato, grazie alle performance realizzate in Russia e Turchia, con immatricolazioni in calo del 5,4% in un mercato che registra un crollo dell'11,5%.

- In **Russia**, suo 3° mercato, trainata dal successo di Duster (di nuovo primo SUV del mercato nel 2014) e dal lancio riuscito di Nuova Logan e Nuova Sandero, Renault registra una quota di mercato record del 7,9% (+0,3 punti), in un contesto economico e monetario difficile.
- Renault prosegue inoltre la sua espansione nei paesi della **CSI**, con volumi in aumento del 42,5% e una quota di mercato in forte sviluppo, pari a 5,9% (+1,7 punti).
- In **Turchia**, in un mercato in calo del 10,0%, il Gruppo guadagna +0,4 punti di quota di mercato (17,4 %). Renault è la 2° Marca del Paese.
- In **Romania**, Dacia, costruttore nazionale, resta leader del mercato. Complessivamente, il Gruppo Renault registra una quota di mercato di 38,6% nel Paese, con vendite in aumento del 21,3%.

Regione Americhe

Con 416.934 immatricolazioni, i volumi del Gruppo hanno perso -10,7%, in un mercato che subisce un calo del 7,5%, soprattutto a causa della situazione economica in Argentina. Il Gruppo **Renault preserva una quota di mercato del 6,4% (-0,2 punti) grazie al successo in Brasile.**

- Il **Brasile** resta il 2° mercato del Gruppo. Nonostante una contrazione del 7% del MTM, Renault immatricola 237.187 unità (+0,3%), assicurandosi, così, una quota di mercato record del 7,1% (+0,5 punti).
- In **Argentina**, in un contesto finanziario locale difficile, Renault ha scelto di limitare la propria esposizione al peso e, di conseguenza, alla quantità delle importazioni. Le immatricolazioni sono state penalizzate e si contraggono del 39,8% rispetto al 2013, con una quota di mercato del 12,9 % (-2,5 punti).
- In **Colombia**, Renault è la 2° Marca del mercato e registra un record di vendite con 50.362 unità (+13,5%) e una quota di mercato del 16,6% (+0,5 punti).

Regione Africa, Medio Oriente, India[2]

Con 308.012 immatricolazioni, nel 2014 i volumi del Gruppo si riducono del 9,2% nella regione, con una quota di mercato che si attesta a 3,8% (-0,7 punti). Alcuni dei mercati più importanti per il Gruppo sono in flessione, come il Maghreb (-13,2%) e l'India (-0,8%).

- Il Gruppo si afferma leader del mercato **algerino**, con 26,9% di quota di mercato, registrando +0,7 punti in un mercato in flessione del 19,8%. Tale performance posiziona le Marche Renault e Dacia rispettivamente al 1° e 3° posto. Lo stabilimento Renault di Oran, inaugurato a Novembre 2014, viene a rafforzare il ruolo di Renault quale principale player del mercato automobilistico algerino.

- In **Marocco**, in un mercato stabile (+1,1%), il Gruppo Renault domina con 37% di penetrazione e colloca ancora una volta le sue Marche Dacia e Renault in testa alle vendite, con 45.174 unità vendute.
- In **India**, Renault resta la prima Marca europea con 1,5% di quota di mercato e 44.849 immatricolazioni, nonostante un calo nel ciclo produttivo.

Regione Asia-Pacifico

Con 133.172 unità, i volumi del Gruppo registrano +23% su un mercato in crescita del 4,6%. La crescita è trainata dal Revival Plan di Renault Samsung Motors in Corea.

- In **Corea**, in un mercato autoveicoli in aumento del 9,0 %, Renault Samsung Motors registra ancora una volta un forte incremento dei volumi (+33,3%) e della penetrazione (+1 punto con 5,7%) grazie, in particolare, al successo confermato di QM3, che ha venduto circa 20.000 unità dalla commercializzazione, alla fine del 2013.
- In **Cina**, il Gruppo realizza 34.067 immatricolazioni. Un anno dopo la creazione di Dongfeng Renault Automotive Company (DRAC), joint venture con Dongfeng, Renault è in linea per realizzare con successo il lancio, nel 2016, dei primi veicoli fabbricati localmente.

Prospettive commerciali 2015 per il Gruppo Renault

Nel 2015, il mercato mondiale dovrebbe registrare una crescita moderata del 2% rispetto al 2014. A sua volta, nel mercato europeo, si prevede una crescita dall'1% al 2%, con la Francia stabile.

«Nel 2015, in una situazione di mercato sempre incerta, continuiamo ad avanzare nel quadro del nostro Piano a Medio Termine, Renault Drive the Change. Prevediamo di aumentare i volumi mondiali, di rafforzare la posizione in Europa e di migliorare le posizioni sui principali mercati emergenti. La crescita sarà supportata da un piano prodotto in accelerazione, che si arricchirà di 5 nuovi modelli», ha dichiarato **Jérôme Stoll**, Membro del Comitato Esecutivo, Direttore Delegato alla Performance e Direttore Commerciale Gruppo.

Totale vendite del Gruppo, autoveicoli + veicoli commerciali, per regione

	A fine dicembre 2014	A fine dicembre 2013	% variazione
Francia	577 601	547 694	5,5
Europa* (Francia esclusa)	887 010	754 202	17,6
Totale Francia + Europa	1 464 611	1 301 896	12,5
Eurasia	389 703	411 870	-5,4
Americhe	416 934	466 891	-10,7
Africa, Medio Oriente, India	308 012	339 289	-9,2
Asia Pacifico	133 172	108 237	23,0
Totale esclusa Francia + Europa	1 247 821	1 326 287	-5,9
Mondo	2 712 432	2 628 183	3,2

* Europa = UE (28 Paesi - Bulgaria & Romania) + Balcani (5 Paesi) + Islanda, Norvegia & Svizzera

Totale vendite per Marche

	A fine dicembre 2014	A fine dicembre 2013	% variazione
RENAULT			
AUTOVETTURE	1 811 343	1 837 737	-1,4
VEICOLI COMMERCIALI	307 501	293 753	4,7
AUTO+VEICOLI COMMERCIALI	2 118 844	2 131 490	-0,6
DACIA			
AUTOVETTURE	474 624	399 605	18,8
VEICOLI COMMERCIALI	36 841	29 991	22,8
AUTO +VEICOLI COMMERCIALI	511 465	429 596	19,1
RENAULT SAMSUNG MOTORS			
AUTOVETTURE	82 123	67 097	22,4
GRUPPO RENAULT			
AUTOVETTURE	2 368 090	2 304 439	2,8
VEICOLI COMMERCIALI	344 342	323 744	6,4
AUTO +VEICOLI COMMERCIALI	2 712 432	2 628 183	3,2

I 15 principali mercati del Gruppo a fine dicembre 2014

	Paese	Vendite Auto + V.comm	Quote di mercato		Paese	Vendite Auto + V.comm	Quote di mercato
1	FRANCIA	577 601	26,6 %	9	ALGERIA	91 800	26,9 %
2	BRASILE	237 187	7,1 %	10	ARGENTINA	84 946	12,9 %
3	RUSSIA	194 531	7,9 %	11	COREA DEL SUD	80 003	4,9 %
4	GERMANIA	173 479	5,3 %	12	BELGIO + LUSSEMBURGO	77 303	13,0 %
5	TURCHIA	133 212	17,4 %	13	COLOMBIA	50 362	16,6 %
6	ITALIA	130 996	8,9 %	14	MAROCCO	45 174	37,0 %
7	SPAGNA	127 666	13,2 %	15	INDIA	44 849	1,5 %
8	GRAN BRETAGNA	109 014	3,9 %				

Le 5 migliori vendite Autovetture del Gruppo a fine dicembre 2014

1	Duster (Renault+Dacia)	395 350	234 883 Renault	160 467 Dacia
2	Renault Clio IV	378 526		
3	Nuova Logan (Renault+Dacia)	234 766	137 357 Renault	97 409 Dacia
4	Nuova Sandero (Renault+Dacia)	227 036	58 927 Renault	168 109 Dacia
5	Captur (Renault+RSM)	196 592	178 401 Renault	18 191 RSM

[1] Nuovo perimetro della Regione Eurasia che comprende Turchia, Romania, Moldavia e Bulgaria, facenti parte in precedenza della Regione Euromed

[2] Creazione della Regione Africa, Medio-Oriente, India, che risulta dalla scissione delle Regioni Euromed-Africa e Asia-Pacifico.

Per Maggiori Informazioni:

Paola Repaci
Electric Vehicles & Corporate Communication Manager
+39 06 4156965
paola.repaci@renault.it

