

COMUNICATO STAMPA

2014-07-07

## **RISULTATI COMMERCIALI MONDO DEL PRIMO SEMESTRE 2014 - RENAULT ACCELERA IN EUROPA E RESISTE ALL'INTERNAZIONALE**

Nel I semestre, la performance delle marche Renault e Dacia in Europa, sostenuta dal successo di Clio, Captur, Duster fase 2 e Sandero, consente al Gruppo di compensare il forte rallentamento dei suoi principali mercati emergenti.

Con circa 1,4 milioni di veicoli immatricolati nel mondo a fine giugno 2014, le vendite di automobili e veicoli commerciali del Gruppo Renault progrediscono nel I semestre 2014 del 4,7% rispetto al 2013.

In Europa, le vendite del Gruppo Renault aumentano del 18%, molto di più rispetto al mercato che è cresciuto del 6,5%. La marca Renault è in crescita del 13%. Al tempo stesso, Dacia rimane la marca che cresce più velocemente (+0,5 punti di quota di mercato).

Influenzate dalla crisi economica e finanziaria sui suoi principali mercati emergenti, le vendite del Gruppo, al di fuori dell'Europa, diminuiscono del 9%. In questo contesto, il Gruppo resiste e mostra comunque un aumento della quota di mercato in Eurasia e in America Latina con un primo semestre record in Brasile (7% di quota di mercato).

*"Nel primo semestre del 2014, in Europa, le vendite della marca Renault sono cresciute grazie a Clio e Captur. Dacia è la marca che progredisce di più nella regione. Queste performance permettono di annullare l'impatto del calo dei nostri principali mercati emergenti e di mantenere il Gruppo nella sua dinamica di crescita",* sottolinea Jerome Stoll, Membro del Comitato Esecutivo, Direttore Delegato alla Performance e Direttore Commerciale del Gruppo.

### **Punti Salienti del I semestre 2014**

**Le vendite del Gruppo Renault progrediscono del 4,7%, attestandosi a 1.365.418 unità, in un mercato automobilistico mondiale in crescita del 3,8% nel I semestre 2014.**

### **EUROPA**

In un mercato in rialzo (+6,5%) contrariamente al 2013, il Gruppo vende 776.236 veicoli (ovvero +18%) e realizza una quota di mercato Automobili + Veicoli Commerciali del 10,2% (+1 punto).

Le vendite del Gruppo sono in progressione sensibile sulla quasi-totalità dei paesi. Le sue più forti crescite sono registrate in **Portogallo** (+68%), nel **Regno Unito** (+65%), in **Irlanda** (+52%), in **Spagna** (+35%), o ancora nei **paesi nordici** (+37%).

**Clio** rimane il veicolo più venduto sul mercato francese a fine giugno e il 3° in Europa<sup>1</sup>.

Il Gruppo diventa un esperto riconosciuto sul segmento dei crossover urbani con Captur, 1° sul segmento B in Europa e con Duster 3° sul segmento C<sup>1</sup> (e 1° in Francia).

La marca **Renault** conferma il suo 3° posto nel mercato europeo Automobili e Veicoli Commerciali, con una penetrazione del 7,6% (+0,4 punti). La marca è leader del segmento B con Clio e Captur<sup>1</sup>. Nei Veicoli Commerciali, il brand vive il suo 17° anno consecutivo alla testa del mercato, con una penetrazione del 14,3% (+0,2 punti) e volumi in crescita dell'11%.

La marca **Dacia** realizza la migliore progressione del mercato. Forte del rinnovamento della sua gamma e dell'adeguamento della sua offerta ad un difficile contesto economico in Europa, il brand cresce di 0,5 punti al 2,6% del mercato Automobili e Veicoli Commerciali.

In **Francia**, in un mercato in crescita (+2,7%), il Gruppo immatricola 313.682 veicoli (+12,5%) per una quota di mercato Automobili + Veicoli Commerciali del 27,3% (+2,4 punti). Nuova Clio è a fine giugno il veicolo più venduto del mercato francese. Captur, con 33.910 vendite, conferma il suo successo ed è il SUV più venduto in Francia. Scénic, leader fra i monovolumi compatti, resiste di fronte a modelli concorrenti più recenti. Complessivamente, cinque modelli del Gruppo sono nella Top 10 a fine giugno.

Dacia, con il 5,3% del mercato Automobili + Veicoli Commerciali (+1,1 punti), è salda al 5° posto (4° nelle vendite a privati). Le vendite di Sandero e Duster sono salite rispettivamente di oltre il 30% e il 58% rispetto allo stesso periodo nel 2013.

Nei veicoli commerciali, Renault, sempre leader, pone Kangoo Express sul gradino più alto del podio.

## INTERNAZIONALE

In un contesto di calo dei suoi principali mercati emergenti, le vendite del Gruppo diminuiscono del 9%, a 589.182 unità. Esse rappresentano il 43% delle vendite totali (contro il 50% nel primo semestre del 2013). Il Gruppo è influenzato dalla contrazione dei mercati in Algeria (mercato: -31%), in Turchia (mercato: -26%) o ancora in Argentina (mercato: -24%), in Russia (mercato: -8%), in Brasile (mercato: -7%), con un decremento che si accentua in questi paesi, e in India (mercato: -5%).

### Regione Eurasia

Nella Regione Eurasia, Renault fa meglio del mercato, con vendite in calo del 7% in un mercato in calo del 9%.

In **Russia**, 3° mercato per il Gruppo, Renault rimane la seconda marca del paese dietro Lada, con una quota di mercato stabile al 7,8%, in attesa del pieno effetto del rinnovamento della gamma M0.

Dopo il crollo del mercato ucraino, il **Kazakhstan** (mercato: +11%) diventa il 2° mercato della regione. Renault vi prosegue la sua crescita e raddoppia le proprie vendite, grazie a Duster; la quota di mercato cresce di 2,6 punti per raggiungere il 5,4%.

### Regione Asia-Pacifico

Con 110.903 veicoli venduti, le vendite del Gruppo sono in calo del 12% (-2,8% escludendo l'Iran), soprattutto a causa della situazione in **Iran** e del calo del mercato **indiano**. La quota di mercato del Gruppo nella Regione scende leggermente a 0,5%.

In **Corea del Sud**, Renault Samsung Motors registra volumi in aumento del 40% in un mercato in crescita del 7%. La quota di mercato progredisce di 1,1 punti al 4,7%. RSM ridiventa la 4ª marca del paese. Il successo della nuova QM3 è il principale artefice di questa riconquista.

### Regione Euromed-Africa

Nella regione Euromed-Africa, le vendite del Gruppo diminuiscono del 15% in un mercato in calo dell'11%.

Dopo anni di forti crescite, il mercato **algerino** conosce un'importante fase di declino. Il Gruppo Renault è ancora il leader con una quota di mercato del 25,4%.

Il Gruppo resiste in **Turchia** su un mercato in calo del 26% e vede la sua quota di mercato raggiungere il 17,6%, in aumento di 0,5 punti. Fluence è il veicolo più venduto su questo mercato.<sup>1</sup>

In **Marocco**, il Gruppo rimane nettamente in testa con una quota di mercato del 37% e 6 modelli nella Top 10 a fine maggio.

### Regione Americhe

Con 205.390 veicoli, le vendite del Gruppo diminuiscono del 2% in un mercato regionale in calo del 9%.

In **Brasile**, secondo mercato del Gruppo, le vendite aumentano dell'8% in un mercato in calo del 7%. La sua quota di

mercato aumenta di 1 punto e raggiunge il record storico del 7% con 110.146 vendite.

In **Argentina**, in un mercato indebolito (-24%), Renault mantiene la sua quota di mercato (14,4%), dando la priorità alla redditività delle sue attività.

-

#### **PROSPETTIVE COMMERCIALI PER IL 2014**

Nel secondo semestre, l'evoluzione dei principali mercati del gruppo sarà in linea con quello del primo semestre. Ci aspettiamo una progressione in Europa nell'anno del 3-4%, con un mercato francese in crescita dell'1%.

In questo contesto, Renault conferma le sue previsioni iniziali di guadagno di quote di mercato in Europa e di aumento dei suoi volumi mondiali.

Per raggiungere questo obiettivo, il Gruppo si baserà su:

- il successo confermato dei suoi nuovi prodotti, Clio, Captur, Sandero e Duster fase 2;
- i futuri lanci di Nuova Twingo e Nuovo Trafic;
- lo sviluppo internazionale di Nuova Logan e Nuova Sandero.

"Il rinnovamento di Logan e Sandero all'internazionale dovrebbe permetterci di resistere su mercati emergenti in calo. In Europa, i lanci imminenti di Nuova Twingo e Nuovo Trafic permetteranno di confermare il trend del primo semestre. In questo contesto, confermiamo le nostre previsioni di crescita di quota di mercato in Europa e di aumento delle nostre vendite mondiali ", ha dichiarato Jérôme Stoll, Membro del Comitato Esecutivo, Direttore Delegato alla Performance e Direttore Commerciale del Gruppo.

<sup>1</sup> Cifre a fine maggio 2014.

**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)