



RENAULT

COMMUNIQUE DE PRESSE

LE 6 JUILLET 2006

Renault poursuit sa croissance hors d'Europe au premier semestre 2006

- Avec une augmentation des ventes de 10,6% à 364 371 véhicules hors d'Europe, le Groupe Renault poursuit sa croissance à l'international grâce aux marques Renault, Dacia et Renault Samsung Motors. Les ventes hors d'Europe représentent 27,7% de l'ensemble des ventes du groupe au 1^{er} semestre 2006.
- Sur les six premiers mois de 2006, du fait de la baisse des ventes sur les marchés européens de 7,6%, les ventes mondiales du Groupe reculent de 3,2% à 1 315 385 véhicules, ce qui représente une part de marché mondiale de 4,1%.
- En Europe les ventes de Clio croissent de 44,7% grâce au succès de Clio III. La nouvelle version Renault Sport est commercialisée depuis mai.
- Les ventes de Logan doublent à l'échelle mondiale à près de 124 000 véhicules (marques Renault et Dacia).

« 2006 est la première année du plan. C'est une année charnière. Nous serons sur la défensive sur nos marchés, parce que l'environnement est difficile et que nous lançons peu de produits. Mais nous serons à l'offensive en interne, car 2006 sera consacrée à la préparation intense des produits, des technologies et à l'exécution des plans d'actions. » - Carlos Ghosn, Président de Renault lors de l'annonce du plan Renault Contrat 2009.

Les ventes du Groupe Renault reculent de 3,2% au 1^{er} semestre 2006, à 1 315 385 unités. La part de marché mondiale du Groupe s'établit à 4,1 %. Ce résultat traduit des performances contrastées.

Les ventes sur les marchés européens* sont en baisse de 7,6%, d'une part du fait de la politique commerciale sélective de Renault et d'autre part en raison du cycle produit moins favorable en ce moment. Les ventes hors Europe affichent une solide croissance de 10,6 % grâce aux 3 marques du groupe. A fin juin 2006, les ventes hors d'Europe représentent 27,7 % des ventes totales du Groupe Renault.

Par marque :

- **Renault** est deuxième en Europe, avec une part de marché VP+VU de 9,5%, et reste un solide leader en France, avec une part de marché VP+VU de 26,8%.
- Les ventes mondiales de **Dacia** ont augmenté de 28,5 % à 103 604 véhicules grâce à Logan qui poursuit sa montée en puissance.
- En Corée, **Renault Samsung Motors** a augmenté ses volumes de 3,3 % à 57 710 ventes.

*(Région France et Région Europe) : voir annexe

| Nouvelle organisation régionale

Comme annoncé le 1^{er} février 2006, Renault a mis en place une nouvelle organisation géographique dans le cadre de Renault Contrat 2009, avec la création de 5 Régions. L'objectif : mieux prendre en compte les spécificités des différents marchés, réagir plus rapidement, dans le but de maximiser les résultats dans chacune des 5 Régions. Ces cinq Régions sont : la France, l'Europe (hors France), l'Euromed, l'Asie Afrique et les Amériques.

| Régions France et Europe

Le marché européen reste très concurrentiel et de plus en plus soutenu par des offres promotionnelles. Il progresse de 1,8% au premier semestre 2006. Dans ce contexte, Renault poursuit sa politique commerciale sélective en Europe Occidentale. Elle consiste à privilégier les canaux de vente les plus contributifs et à limiter certains volumes insuffisamment rentables, comme les ventes aux loueurs courte durée, notamment du fait de la dégradation du marché des véhicules d'occasions.

Cette stratégie se traduit par un recul des ventes du Groupe Renault de 7,6% au premier semestre 2006, à 951 014 unités, une part du marché de 9,8% en Europe. Tandis que la marque Renault recule de 9,3%, Dacia poursuit sa croissance, avec des ventes en hausse de 147%, à 26 677 unités, dont 20 124 en Europe occidentale.

Renault est la 2^{ème} marque en Europe pour les ventes de véhicules particuliers (VP) et utilitaires (VU), avec une part de marché de 9,5% (924 337 ventes), en baisse de 9,3%. Renault est la deuxième marque pour les VP avec 755 968 voitures vendues (8,9% du marché), et la première marque pour le VU pour la 9^{ème} année consécutive avec 167 788 véhicules utilitaires vendus (14,2% du marché).

En France, Renault reste un solide leader, avec une part de marché de 26,8 %, soit 360 336 véhicules au premier semestre 2006. Les deux voitures les plus vendues en 2006 en France sont Clio et Mégane. En outre, Dacia a vendu 11 385 Logan en France au cours des six premiers mois 2006.

| Conformément à la stratégie, la croissance des ventes du Groupe se poursuit hors d'Europe

Hors d'Europe, les ventes du **Groupe Renault** ont progressé de 10,6 % et atteignent 364 371 véhicules au premier semestre 2006.

Les 3 marques du Groupe progressent hors d'Europe : les ventes de la **marque Renault** augmentent de 13,3 % à 228 156 véhicules, tandis que celles de **Dacia** progressent de 10,2 % à 76 927 véhicules, et celles de **Renault Samsung Motors** de 2,1 %, à 59 288 véhicules.

| Région Euromed

Dans la région Euromed, la croissance du **Groupe Renault** atteint 16,5 % au premier semestre 2006, grâce notamment au formidable succès de Logan en Russie et au Maroc. La production de Logan a démarré en avril 2005 en Russie et en juillet 2005 au Maroc.

Par marque :

- **Renault** progresse de 21,7 % dans la région Euromed. En **Russie**, dans un marché en hausse de 21%, les ventes croissent de 194,4 % avec 30 864 véhicules vendus, grâce au succès remporté par Logan, commercialisée sous la marque Renault. Renault progresse également au Maghreb (11 %). En revanche, les ventes reculent de 6,5 % en **Turquie** et de 9,3 % en **Roumanie**.
- Grâce à Logan, **Dacia** enregistre également de bons résultats dans la région Euromed, avec des ventes de VP qui affichent une hausse de 19,3 % au premier semestre. Le léger repli des ventes de 4,1 % en Roumanie est compensé par le succès de Logan sur les marchés export,

à l'image de la Turquie où les ventes ont progressé de 11,0 % et du Maroc et de l'Algérie où les ventes sont soutenues.

| Région Amériques

Dans la région Amériques, les ventes du **Groupe Renault**, essentiellement représenté par la marque Renault, ont augmenté de 13,5 % au premier semestre 2006, à 91 658 véhicules grâce, notamment, à de fortes progressions en Argentine et en Colombie.

En Argentine, sur un marché dynamique, les ventes de Renault progressent de 40,9 % à 27 069 véhicules. En Colombie, la hausse atteint +39%, grâce à Logan, produite localement depuis fin 2005. Au Brésil, les ventes de Renault sont stables au premier semestre 2006 (23 345 véhicules vendus). 82% des véhicules vendus par Renault au Brésil sont équipés de moteurs Flex-Fuel.

| Région Asie Afrique

Les ventes du **Groupe Renault** affichent une baisse de 2,5 % au premier semestre 2006, avec 85 963 unités.

RSM progresse de 3,3% en Corée du Sud (57 710 unités) tandis que la marque Renault recule dans le reste de la Région de 11,5%, notamment en Afrique du Sud où le marché est de plus en plus concurrentiel.

Ventes par modèles en Europe

| Clio – La voiture la plus vendue sur le segment B en Europe

Les ventes de **Clio** en Europe sont en hausse de 44,7% sur les six premiers mois de 2006. Avec 245 695 véhicules vendus, soit 8,1% du segment des petits véhicules (A+B), Clio est la voiture la plus vendue sur ce segment en Europe.

Clio III, voiture de l'année 2006, bénéficie de sa 1ère année pleine de commercialisation. Elle reçoit un excellent accueil commercial partout où elle est lancée et la presse la présente comme la référence de son segment.

Clio III est à un niveau de qualité jamais atteint au lancement d'un modèle et dépasse les objectifs pourtant ambitieux que nous nous étions fixés. C'est l'une des concrétisations de la démarche engagée par Renault en terme de qualité.

La version **Renault Sport** a été commercialisée en mai 2006.

Grâce à Clio et Modus, Renault occupe la première place sur le segment B avec un total de 293 649 véhicules vendus, soit 12,1 % du segment. En outre, Renault occupe la deuxième place sur le segment des petits véhicules (A+B) avec 325 133 véhicules vendus et 10,7% du segment.

Commercialisée depuis 1993, **Twingo** s'est vendue à 31 484 exemplaires au premier semestre 2006 et représente 5,1 % du segment A. **Modus** détient 12,5% du segment des minispaces au premier semestre 2006 avec 47 954 ventes.

Au premier semestre 2006, **Mégane** arrive en tête des voitures françaises vendues en Europe. Avec 301 815 unités vendues, Mégane s'octroie 11,2 % du segment C. Depuis son lancement en 2002, près de 2,2 millions de Mégane ont été vendues en Europe, Mégane Phase 2 venant renforcer cette dynamique depuis son lancement en janvier 2006. La gamme Mégane bénéficiera également du lancement de Scénic Phase 2 en septembre 2006.

Avec 28 712 véhicules vendus au premier semestre 2006, **Kangoo** se classe deuxième dans le segment des ludospaces.

Sur les six premiers mois de l'année, 46 765 **Laguna** ont été vendues en Europe. La nouvelle motorisation de Laguna, le diesel M9R 2l, est devenue la référence du segment.

Vel Satis affiche des ventes de 2 740 véhicules sur la même période.

Sur le segment des grands monospaces, **Espace**, dont la Phase 2 a été commercialisée en mars 2006, reste le leader incontesté, avec une part de marché de 17,7 % et des ventes qui s'élèvent à 23 791 véhicules – 8 800 de plus que son concurrent le plus proche.

26 595 Dacia Logan ont été vendues en Europe au premier semestre de 2006, dont 11 385 en France, ce qui représente 1% de part de marché.

Renault confirme son leadership sur le marché des véhicules utilitaires, avec une part de marché de 14,2 %. Au premier semestre 2006, les ventes ont été stables avec 167 788 véhicules vendus. Avec une part de marché de 4,7 % soit 55 556 véhicules, **Kangoo Express** arrive en tête des ventes de fourgonnettes en Europe. Les **fourgons Trafic et Master** enregistrent des ventes stables par rapport au 1^{er} semestre 2005 avec 33 648 Trafic et 37 040 Master vendus.

| Perspectives

Renault poursuivra, au second semestre, la stratégie déployée depuis le début de l'année : en Europe, Renault continuera à mettre en oeuvre sa politique commerciale sélective, en privilégiant les secteurs de marché les plus contributifs. Sur des marchés extrêmement concurrentiels, la priorité est et restera la rentabilité.

Hors Europe, le Groupe poursuivra sa croissance, grâce à la marque Renault, au dynamisme de RSM, et à la poursuite de la montée en puissance de Logan.

Globalement, les ventes devraient rester stables par rapport à 2005.

Renault pourra s'appuyer sur la commercialisation de Scénic Phase 2 en septembre, puis de Trafic Phase 2 et Master Phase 3 qui arrivent aussi en septembre. De plus, la version break de Logan sera commercialisée dans certains pays en fin d'année.

Contact : Andrew BOYLE, Renault presse, +33 (0)1 76 84 64 69

Sites internet : www.media.renault.com – www.renault.com

Les ventes du Groupe Renault à fin juin 2006 Chiffres provisoires

Total des ventes par marque du Groupe Renault

		Cumul		
		2006	2005	% var
RENAULT	VP	954 011	1 022 730	-6,7%
	VU	198 482	197 424	+0,5%
	Total Renault	1 152 493	1 220 154	-5,5%
RSM	VP	59 288	58 094	+2,1%
	Total RSM^(*)	59 288	58 094	+2,1%
DACIA	VP	96 961	69 375	+39,8%
	VU	6 643	11 242	-40,9%
	Total Dacia^(*)	103 604	80 617	+28,5%
RENAULT Groupe	VP	1 110 260	1 150 199	-3,5%
	VU	205 125	208 666	-1,7%
	Total Groupe	1 315 385	1 358 865	-3,2%

(*) ventes sur marché local + exportations

Total des ventes par région

	Cumul		
	2006	2005	% var
Europe*	951 014	1 029 560	-7,6%
Hors d'Europe	364 371	329 305	+10,6%
Euromed	186 750	160 343	+16,5%
Asie Afrique	85 963	88 190	-2,5%
Amériques	91 658	80 772	+13,5%
Total Groupe	1 315 385	1 358 865	-3,2%

* Région France + Région Europe

Les dix premiers marchés du Groupe Renault VP+VU à fin juin 2006

	Volume	Part de marché
1 France	385 439	27,7%
2 Espagne	110 449	10,9%
3 Allemagne	87 480	4,8%
4 Italie	86 827	6%
5 Royaume Uni	84 067	5,9%
6 Roumanie*	66 578	50,4%
7 Corée du Sud	57 710	10,1%
8 Turquie	46 957	14,4%
9 Belgique + Luxembourg	41 666	10,6%
10 Russie	30 864	3,6%

* dont 10 173 véhicules pour la marque Renault et 56 405 pour la marque Dacia

Annexe

Zoom Europe Occidentale et Europe Centrale

En Europe occidentale la marque Renault est deuxième sur le marché des véhicules particuliers et utilitaires au premier semestre de l'année. Avec une part de marché de 9,6%, Renault a connu un recul de 9,5% au premier semestre 2006 avec 878 931 ventes. Dans le même temps, Dacia a vendu 20 124 Logan en Europe occidentale.

La marque Renault a maintenu sa deuxième place en Europe centrale, avec des ventes de 43 591 véhicules au premier semestre 2006 (en baisse de 2,5 % par rapport au premier semestre 2005), ce qui représente une part de marché VP+VU de 8,5 %.

Listes des pays par région

Amériques	Asie & Afrique	Euromed	Europe (hors France)	France
AMERIQUE LATINE NORD	ASIE PACIFIQUE	EUROPE ORIENTALE	Autriche Allemagne Belgique-Lux. Bosnie Chypre Croatie Danemark Espagne Finlande Grèce Hongrie Irlande Islande Italie Kosovo Macédonie Malte Montenegro Norvège Pays Baltes Pays Bas Pologne Portugal Rep. Tchèque Royaume Uni Serbie Slovaquie Slovénie Suède Suisse	France métropolitaine
Colombie Costa Rica Cuba Equateur Honduras Mexique Nicaragua Panama Salvador Venezuela Rép. Dominicaine Guadeloupe Guyane Française Martinique	Australie Indonésie Japon Malaisie Nouvelle Calédonie Nouvelle Zélande Singapour Tahiti Thaïlande Brunei	Bulgarie Moldavie Roumanie		
	INDE	RUSSIE / CEI		
	MOYEN ORIENT & Afrique Francophone Arabie Saoudite Égypte Jordanie Liban Libye Pakistan Pays du Golfe Syrie + pays d'Afrique Francophone	Arménie Biélorussie Géorgie Kazakhstan Russie Ukraine		
		...		
AMERIQUE LATINE SUD		TURQUIE		
Argentine Brésil Bolivie Chili Paraguay Pérou Uruguay		Turquie Chypre Turc ...		
	AFRIQUE & OCEAN INDIEN Afrique du Sud + pays d'Afrique sub-saharienne Iles Océan Indien	MAGHREB Algérie Maroc Tunisie		
	COREE			
	IRAN			
	CHINE Hong Kong Taiwan Israël			