



10.07.2003 - 11:25 Uhr

Au premier semestre 2003, Renault renforce sa position de première marque européenne grâce à ses nouveaux modèles et vise une progression de ses parts de marché

Urdorf (ots) -

- Avec 10,7% de part de marché des véhicules particuliers au 1er semestre 2003, Renault consolide son rang de 1ère marque en Europe occidentale. Renault est également 1ère marque en véhicules utilitaires (VU) avec 14,8% de part de marché et en véhicules particuliers et utilitaires (VP+VU) avec 11,1 % de part de marché.
- Le succès des nouveaux modèles Espace et Mégane, modèle le plus vendu en Europe occidentale, la bonne tenue de Clio et le bon accueil de Scénic II devraient conduire à une augmentation de la part de marché au 2ème semestre 2003.
- Les ventes du groupe dans le reste du monde bénéficient du dynamisme de l'Europe centrale et orientale, de la reprise en Turquie, et du développement de Renault Samsung Motors et de Dacia.

L'environnement économique incertain et le repli du marché européen (-2,8%) ont impacté le volume des ventes VP+VU de Renault au premier semestre 2003. Renault a été particulièrement pénalisé par un recul marqué de son principal marché, la France (-7,8%) et de certains marchés où sa pénétration est élevée (Belgique, Portugal).

Renault a cependant amélioré de mois en mois ses positions en Europe occidentale, pour terminer le semestre avec une forte progression de ses ventes en juin (+11%). La dynamique ainsi enclenchée devrait se poursuivre comme prévu au second semestre. Le succès rencontré par Scénic II dès son lancement en juin, et l'arrivée à l'automne des versions berline 4 portes, break et coupé-cabriolet de Mégane II, apportent des atouts complémentaires à une gamme fortement renouvelée.

Enfin, pour la première fois, Renault est devenu la première marque européenne pour les véhicules Diesel (407'155 véhicules immatriculés, soit 12,8% du marché Diesel), confirmant ainsi l'attractivité de sa nouvelle gamme de moteurs.

Un leadership confirmé en Europe occidentale, avec deux modèles phares : Mégane et Clio

Au premier semestre, avec 805'220 véhicules particuliers commercialisés en Europe occidentale (-5%), Renault a maintenu une part de marché de 10,7%, similaire à celle atteinte fin 2002, confirmant sa place de première marque européenne. Au seul mois de juin, la part de marché a atteint 11,8 %.

Renault a confirmé sa première place en France (27,2%), avec 290'400 véhicules particuliers immatriculés. Renault est de nouveau première marque sur chaque segment de marché. Mégane et Clio sont respectivement premier et second modèles au classement des modèles les plus vendus. Laguna et Twingo figurent dans le "top ten" des ventes.

Renault est également numéro un du marché en Espagne (12,4%) et au Portugal (14,9%) où la marque progresse de 1,7 point. Toujours premier importateur en Allemagne (6,3% de part de marché), Renault s'est classé seconde marque en Belgique-Luxembourg (11,7%) et troisième aux Pays-Bas (9,9%) et au Royaume-Uni (7,3%). Renault devient également 3ème marque en Italie (8%) en gagnant 1,3 point de part de marché. En Europe occidentale hors France, les ventes ont atteint 514 820 unités (-1,7%).

Sur le segment des petites voitures, Clio a apporté une forte contribution aux résultats du semestre. Seconde meilleure vente en

Europe sur son segment, Clio a couvert 3,3% du marché toutes marques, et se maintient à ses niveaux record de 2001 et 2002. En France, Clio, avec 26,6% de son segment, a renforcé sa position de leader. Avec 13,2% de part de son segment, Twingo a conservé son leadership européen sur le marché des petites citadines, devant Fiat Seicento, Ford Ka et Citroën Saxo. Sur le segment des ludospaces, grâce au lancement réussi de la nouvelle génération, Kangoo reprend le leadership en Europe occidentale en juin avec 23,7% de part de marché et se classe deuxième sur le 1er semestre.

Sur le segment des voitures moyennes, Mégane a confirmé les attentes, avec une progression de ses volumes de 11,3% et le rang de première voiture vendue en Europe occidentale. Première en France, en Espagne, au Portugal et en Belgique-Luxembourg, elle se classe dans les trois premières meilleures ventes au Royaume-Uni, en Italie, aux Pays-Bas et en Autriche. Avec Mégane II berline 3 et 5 portes, Renault a doublé sa part du marché des berlines bi-corps du segment M1 en Europe occidentale (11,3% en 2003, contre 5,2% en 2002). L'arrivée de Scénic II, très bien accueilli par les marchés où il a été commercialisé à partir du début juin, renforcera l'offre de Renault dans le segment stratégique des voitures moyennes en Europe.

Sur les segments supérieurs, Renault a connu une situation contrastée, avec le succès confirmé d'Espace IV et les résultats plus tendus de Laguna et de Vel Satis. Laguna, qui avait atteint un niveau de ventes record au premier semestre 2002, a reculé de 28,1% sur un segment lui-même en repli de 9,9%, marqué par une compétition très vigoureuse. Vel Satis a été immatriculée à 8'415 unités au premier semestre, résultat en retrait sur les prévisions, mais bénéficie en revanche d'un mix version très élevé (75% des ventes portent sur les versions hautes Privilège et Initiale). Espace IV, dont les versions hautes se vendent également dans une proportion plus élevée que prévue (43% du mix), a confirmé son leadership sur le marché des grands monospaces en Europe, devant Volkswagen Sharan.

Renault a également conservé sa première place sur un marché des véhicules utilitaires européen en baisse de 4,7%, avec 132'923 véhicules immatriculés et une part de marché de 14,8%. Les volumes de ventes de Renault ont reculé sensiblement plus que le marché (-13,7%), affectés par la performance de Clio société en France et le remplacement de Kangoo. Kangoo Express reste cependant la fourgonnette la plus vendue en Europe avec une part de marché de 22,5% sur son segment.

Sur le segment des fourgons, Trafic réalise en Europe occidentale 5,2 % de part de marché (+ 1,2 point par rapport au 1er semestre 2002). Trafic confirme son succès commercial et se classe au 3ème rang des fourgons de sa catégorie devant Mercedes Vito. Avec Trafic et Master, qui reste le fourgon le plus vendu en France, Renault se hisse à la 3ème place du marché des fourgons avec une part de marché de 10,4%.

Une progression des ventes du Groupe hors d'Europe occidentale, malgré les difficultés au Mercosur

Hors d'Europe occidentale, l'activité commerciale de Renault a progressé de façon significative sur de nombreux marchés, notamment en Europe centrale et orientale, en Turquie, en Russie, au Mexique et Amérique Latine Nord. En revanche, elle est restée difficile en Argentine et au Brésil. Les marques Dacia et Renault Samsung Motors ont poursuivi leur croissance.

Sur le marché d'Europe centrale qui croît de 11,6%, le succès de Mégane a permis à Renault de consolider sa seconde place derrière Skoda, avec une part de marché de 10,9% et des volumes en hausse de 5,7%. Renault a été première marque en Slovaquie et en Croatie. La part de marché de Renault en Pologne (10,4%) progresse sur un marché en hausse de 13,5%.

En Europe orientale et en Russie, les ventes du groupe sont en

hausse de 13,2%. En Russie, Renault enregistre une performance record (+47,8%) grâce au succès de Clio Symbol.

En Turquie, Renault, avec 14,1 % de part de marché des véhicules particuliers et utilitaires, occupe la seconde place d'un marché en forte reprise (+103%), et la première sur le marché VP. Les volumes de Renault ont augmenté de 104% à 15'118 unités.

Au Mercosur, Renault, comme tous ses concurrents, est resté confronté tant en Argentine qu'au Brésil, à des marchés très difficiles, marqués par de fortes surcapacités et une pression sur les prix. Renault a adapté son outil industriel et défendu ses parts de marché en limitant les conséquences économiques de la crise. Au Brésil, avec 26'553 unités (-11,9%), Renault conforte sa 5ème place avec une part de marché de 4,3%. En Argentine, les volumes de vente ont reculé de 44,5%, à 7'205 unités.

En Amérique Latine Nord, les ventes de Renault ont progressé de 6% avec notamment de fortes hausses au Mexique (+ 42% avec 8'740 unités) et en Colombie (+ 24,3% avec 8'576 unités).

En Asie-Pacifique, les ventes du groupe ont été portées par le développement de Renault Samsung Motors. Les ventes de la marque Renault dans la zone ont atteint 7'121 unités au premier semestre.

En Afrique, Maghreb et Moyen-Orient, les volumes du groupe reculent de 0,9%. Renault enregistre une baisse des ventes en Algérie (-17,6%) et en Afrique du Sud (-9,4%), notamment en raison du haut niveau de l'euro. Au Maroc, les ventes de la marque progressent de 10% pour atteindre 4'103 unités.

Dacia a vu ses ventes augmenter de 14,8% par rapport au 1er semestre 2002, avec 31'506 unités. La croissance des ventes repose sur le succès de son nouveau modèle Solenza, lancé en avril et qui représente 30,7% des ventes de la marque trois mois après sa commercialisation en Roumanie, et à la bonne tenue du reste de la gamme. Dacia a engagé un flux d'exportations significatif.

Renault Samsung Motors a commercialisé 59'377 unités (+10,6%), essentiellement en Corée, sur un marché fluctuant et plus tendu qu'en 2002. Les ventes ont été soutenues par le lancement de la SM3, qui représente 17% de son segment. La berline SM5 confirme son succès en franchissant le cap des 200'000 exemplaires vendus.

Ventes mondiales du groupe Renault (VP + VU en unités)

1er semestre	1er semestre	Variation %	
	2003	2002	
Groupe Renault	1'224'953	1'283'004	- 4,5%

dont

Renault	1'134'070	1'201'872	- 5,6%
Renault Samsung Motors	59'377	53'699	+10,6%
Dacia	31'506	27'433	+14,8%

Europe occidentale	952'596	1'022'240	- 6,8%
Reste du Monde*	272'357	260'764	+ 4,4%

*Europe centrale et orientale (y compris Russie et Turquie), Asie-Pacifique, Amérique latine, Afrique-Maghreb-Moyen-Orient

Contact:

André Hefti
Directeur de la Communication
E-Mail: andre.hefti@renault.ch
Internet: <http://media.renault.ch>

RENAULT PRESSE
Bergermoosstrasse 4
8902 Urdorf

Tél +41/1/777'02'16
Fax +41/1/777'02'14

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001483/100464934> abgerufen werden.