

Persbericht

12 JULI 2013

Verkoopresultaten Worldwide 1ste semester 2013

De verkoop van de Renault Groep stijgt in het eerste semester op de internationale markten met 4,3% naar een nieuw record. De stijging volstaat echter niet om de daling van de verkoop van de Groep te compenseren in Europa (-7,3%), op een algemeen dalende markt (-6,7%).

Met wereldwijd 1,3 miljoen verkochte voertuigen, waarvan de helft buiten Europa, daalt de verkoop van de Groep met 1,9%. In het 2de trimester is er echter weer een stijging met 0,7 punten. Het marktaandeel op wereldniveau blijft nagenoeg stabiel op 3,2% (-0,1 punt).

Opmerkelijke gebeurtenissen 1ste semester 2013

Internationaal: De Groep zet haar groeistrategie voort, met een recordaantal verkochte voertuigen (646 274, of +4,3%), hetzij 49,6% van de wereldwijde verkoop (+2,9 punten). Rusland wordt voor de Groep de op een na grootste markt, vóór Brazilië, en het 2de merk in het land. In India kent Renault dankzij Duster een ware doorbraak en wordt het het grootste Europese merk.

Europa: Op een nog steeds dalende markt verkoopt de Groep, die haar strategie van bescherming van de marges voortzet, 656 580 voertuigen (-7,3%) en behaalt ze een marktaandeel PW+BW van 9,2% (-0,1 punt). De Groep krijgt af te rekenen met een sterker dan gemiddelde daling op de 3 belangrijkste markten. Op de bedrijfsvoertuigenmarkt is Renault de nummer één met een marktaandeel van 14,2%.

Op de Belgisch-Luxemburgse markt behaalt de Groep met zijn twee merken een marktaandeel van 13,1% (PW+BW). Renault staat op de tweede plaats op de markt van de personenvoertuigen (9,3%) en bevestigt zijn leadership bij de lichte bedrijfsvoertuigen met een marktaandeel van 16,4%. Dankzij de vernieuwing van de gamma's Sandero, Sandero Stepway en Logan staat het merk Dacia nu op de 13^e plaats bij de personenwagens van de Belgisch-Luxemburgse markt, en vergroot eveneens zijn marktaandeel tot 3,3% (+1 pt. vs. 2012). Op de markt van de lichte bedrijfsvoertuigen tekent Dacia een marktaandeel op van 1,8% met slechts één model, Dokker Van.

De **nieuwe modellen** van Renault en Dacia kennen overal het verwachte succes. Nieuwe Clio, die werd gelanceerd in Europa, in Turkije en in de Maghreblanden, is de nummer één in Frankrijk. De geslaagde lancering van Captur in Europa bevestigt het succes van het nieuwe design van Renault. Nieuwe Sandero gaat er op al zijn markten op vooruit, met name in **België** (+99%), Spanje (+61%), Turkije (+35%), Frankrijk (+32%) en Italië (+32%). Duster is met 188 868 verkochte exemplaren (+50%) de speerpunt van de groei van de Groep op internationaal niveau.

"De Renault Groep toont opnieuw de relevantie van haar internationaliseringsstrategie, waarmee de daling op de Europese markt voor een groot deel kan worden opgevangen. Internationaal behalen we solide successen, zoals in Rusland en in India. In Europa zorgt de vernieuwing van het productgamma van Renault en Dacia ervoor dat we onze marges en ons marktaandeel kunnen blijven beschermen," benadrukt **Jérôme Stoll**, EVP, Sales&Marketing, LCV.

Verkoop per merk

De verkoop van het merk **Renault** daalt met 4,6%. De toename van de verkoop buiten Europa (+4,3%) kan de daling van de verkoop in Europa (-12,5%) niet compenseren. Met 1 062 280 verkochte voertuigen maakt het merk 81,5% uit van de verkoop van de Groep.

De verkoop van het merk **Dacia** stijgt met 16,5%. In alle regio's waar het merk op de markt wordt gebracht, gaat de verkoop erop vooruit.

Het merk dankt zijn prestaties aan het succes van Duster, de stijgende verkoopstrend van Lodgy en Dokker, en de vernieuwing van Sandero en Logan. Met 211 438 verkochte voertuigen maakt het merk 16,2% uit van de verkoop van de Groep.

Het merk **Renault Samsung Motors** laat een daling optekenen van de verkoop met 12,4%, tegen een achtergrond van herstructurering van het productgamma en het verkoopnet. Met 29 136 verkochte voertuigen maakt het merk 2,2% uit van de verkoop van de Groep.

In Europa: een markt die nog steeds in crisis is, en een ongunstige marktmix

Op een markt die met 6,7% kromp, verkocht de Groep 656 580 voertuigen (-7,3%). Het marktaandeel PW+BW bedraagt 9,2%, een daling met 0,1 punt, als gevolg van:

- een terugval op de 3 belangrijkste markten van de Groep in Europa (Frankrijk, Duitsland en Italië) die boven het Europese gemiddelde ligt,
- het voortzetten van de strategie van de bescherming van de marges, aan de hand van een beleid van rendabele prijzen.

Het merk **Renault** blijft de nummer 3 op de Europese markt (PW+BW) met een marktpenetratie van 7,2% (-0,5 punt). Wat de bedrijfsvoertuigen betreft, begint het merk aan zijn 16de jaar op rij als marktleider, met een penetratie van 14,2% (-2,2 punten).

Dankzij de vernieuwing van het gamma en producten die goed zijn afgestemd op een moeilijk economisch klimaat in Europa, groeit het merk **Dacia** met 0,4 punt naar 2,0% van de markt PW+BW. Daarmee laat het voor alle merken samen de beste vooruitgang optekenen wat marktaandeel en volume betreft.

Op de ontluikende markt van de **elektrische voertuigen** is het merk Renault, dankzij een gamma met 4 Zéro Emission-voertuigen, de nummer één in Europa met 48,9% van de markt PW+BW. Renault ZOE is eind juni met 4 770 inschrijvingen en een marktaandeel van 29,5% de meest verkochte elektrische wagen in Europa.

Op de krimpende markt **Frankrijk** schrijft de Groep 278 848 voertuigen in (-10,1%), wat een marktaandeel PW+BW oplevert van 24,9% (+0,2 punt). Wat personenwagens betreft, is Nieuwe Clio eind juni de meest verkochte wagen op de Franse markt. Captur kent met 11 309 inschrijvingen op 3 maanden tijd een uitstekende start. Marktleider Renault eindigt met zijn modellen op de eerste plaats in het A-, B- en C-segment. Met 4,8% van de personenwagenmarkt (+0,9 punt) staat Dacia stevig op de 5de plaats. Op de markt van de bedrijfsvoertuigen, waar Renault ook marktleider is, neemt Kangoo Express de hoogste podiumplaats in.

Buiten Europa: met een verkoop die groeit met 4,3% bevestigt de Groep haar dynamiek op internationaal niveau

Met 646 274 verkochte voertuigen verhoogt de Groep haar verkoop buiten Europa met 4,3%. Het aandeel van de verkoop buiten Europa bedraagt 49,6%, tegenover 46,7% in het eerste semester van 2012.

De Groep bevestigt daarmee haar verdere ontwikkeling op internationaal niveau, met 5 van de 10 belangrijkste markten buiten Europa, waarvan 2 (Rusland en Brazilië) in de top 3.

Regio Eurazië: verkoop stijgt met 9,9%, Rusland wordt op een na belangrijkste markt van de Groep

Met 114 189 verkochte voertuigen groeit de verkoop van Renault met 9,9%. Het marktaandeel van het merk bereikt met 7,3% een record, een vooruitgang met 0,9 punt.

In **Rusland**, een markt die met 5,7% krimpt, neemt de verkoop van Renault toe met 9,5%, dankzij het grote succes van Duster, de marktleider in het SUV-segment, en het voortdurende succes van Logan en Sandero. Renault is het tweede merk in het land, met een marktaandeel van 7,8% (+1,1 punt). Eind juni werd Rusland ook de op een na belangrijkste markt van de Groep ter wereld.

Regio Azië-Pacific: verkoop stijgt met 7,8%, Renault breekt door in India

Met 125 400 verkochte voertuigen groeit de verkoop van de Groep met 7,8%. Het marktaandeel blijft stabiel op 0,7%.

Dankzij een gamma met 5 modellen en een netwerk van ruim 100 verkooppunten, die 90% van het grondgebied dekken, realiseert het merk Renault een doorbraak in **India**. Met 39 490 verkochte voertuigen bereikt het een marktaandeel van 2,5% (tegenover 0,3% in het eerste semester van 2012). Renault wordt daarmee het grootste Europese merk in het land.

In **Zuid-Korea** daalt de verkoop van Renault Samsung Motors met 14,2% op een stabiele markt. Het herstructureringsplan van 2012 begint de eerste vruchten te dragen, met de goede start van SM5 fase 2. De komst van QM3 op het einde van het jaar zou het begin moeten betekenen van een heropleving.

Regio Euromed-Afrika: verkoop stijgt met 6,7%

De verkoop van de Groep stijgt met 6,7% tot 196 543 exemplaren. Het marktaandeel bedraagt 15,4% (-0,2 punt).

Op de dynamische markt **Turkije** (+12,1%) neemt de verkoop van de Groep toe met 16,7%, dankzij het succes van, wat Renault betreft, nieuwe Fluence, Clio (marktleider in het B-segment) en Symbol, en wat Dacia betreft, de vooruitgang van Duster (+31,1%) en de uitstekende start van nieuwe Sandero, Lodgy en Dokker. De Groep heeft een marktaandeel van 17,2% (+0,7 punt).

In **Algerije** neemt de verkoop van de Groep toe met 6,5%, wat een marktaandeel oplevert van 26,5%. Wat de personenwagens betreft, kan de Groep dankzij het succes van Nieuwe Clio (tweede in zijn segment met 6,4% marktaandeel na Logan) haar commerciële prestaties handhaven, met 28,6% van de markt.

In **Marokko** zijn de merken Dacia en Renault marktleider en laat de Groep een recordpenetratie van 39,3% optekenen (+1,6 punt).

Regio Amerika: verkoop daalt met 2,4%, maar trekt weer aan in 2de trimester (+3,1%)

Met 210 142 verkochte voertuigen daalt de verkoop van de Groep met 2,4%. Het marktaandeel bedraagt 6,2% (-0,5 punt). Op de bedrijfsvoertuigenmarkt gaat de verkoop van de Groep er 20,4% op vooruit, bijna drie keer meer dan de markt (+7,8%). In het tweede trimester trekt de verkoop van de Groep, met een stijging van 3,1%, echter weer sterk aan.

In **Brazilië** leidt de sluiting gedurende 2 maanden (december – januari) van de fabriek van Curitiba om de productiecapaciteit met 100 000 voertuigen te verhogen, tot een tekort aan voertuigen, wat een nadelig effect heeft op de verkoop. Renault heeft een marktaandeel van 6,0% (-0,8 punt). Met 102 020 verkochte voertuigen is Brazilië wereldwijd de op twee na belangrijkste markt van de Groep.

In **Argentinië** neemt de verkoop van Renault toe met 6,8%, dankzij het succes van Clio Mio en Duster. Het marktaandeel van het merk bedraagt 14,1% (-0,2 punt). De verkoop van bedrijfsvoertuigen (+15,3%) zal in het tweede semester ondersteund worden door de komst van nieuwe Master.

Vooruitzichten voor 2013

De groei van de wereldwijde automarkt zou zich in 2013 moeten doorzetten, met een stijging van 2%, tegenover 3% zoals verwacht aan het begin van het jaar. Die evolutie geeft de vertraging van de groei aan op bepaalde opkomende markten, terwijl Europa nog steeds de kant opgaat van een daling van 5%, met een Franse markt die krimpt met 8%, tegenover 5% verwacht tot nog toe.

"De vernieuwing van de productgamma's van de Groep is nu volop bezig en begint resultaat op te leveren op alle markten. De uitbreiding van onze industriële capaciteit op internationaal niveau, en de relevantie en aantrekkingskracht van onze producten moeten ons in staat stellen in 2013 ons wereldwijd verkoopvolume van 2012 te overtreffen en in Europa marktaandeel terug te winnen," aldus Jérôme Stoll.

Totale verkoop per merk

	Gecumuleerd tot eind juni*		
	2013	2012	% verschil
RENAULT			
PW	914 730	939 496	-2,6%
BV	147 550	173 802	-15,1%
PW+BV	1 062 280	1 113 298	-4,6%
DACIA			
PW	200 101	172 141	16,2%
BV	11 337	9 370	21,0%
PW+BV	211 438	181 511	16,5%
RENAULT SAMSUNG MOTORS			
PW	29 136	33 244	-12,4%
GROUPE RENAULT			
PW	1 143 967	1 144 881	-0,1%
BV	158 887	183 172	-13,3%
PW+BV	1 302 854	1 328 053	-1,9%

* Verkoop

Totale verkoop PW+BV van de Groep per regio

	Gecumuleerd tot eind juni		
	2013	2012	% verschil
Frankrijk	278 848	310 260	-10,1%
Europa* (zonder Frankrijk)	377 732	398 053	-5,1%
Totaal Europa	656 580	708 313	-7,3%
Euromed Afrika	196 543	184 235	6,7%
Eurazië	114 189	103 926	9,9%
Azië-Pacific & China	125 400	116 324	7,8%
Amerika	210 142	215 255	-2,4%
Totaal buiten Europa	646 274	619 740	4,3%
Wereld	1 302 854	1 328 053	-1,9%

* Europa = EU (28 landen - Bulgarije & Roemenië) + Balkan (5 landen) + IJsland, Noorwegen & Zwitserland

De 15 belangrijkste markten van de Groep eind juni 2013

	Pays	Ventes VP + VU	Parts de marché
1	Frankrijk	278 848	24,9%
2	Rusland	104 633	7,8%
3	Brazilië	102 020	6,0%
4	Duitsland	81 059	5,1%
5	Argentinië	67 551	14,1%
6	Algerije	67 364	26,5%
7	Turkije	65 634	17,2%
8	Italië	54 701	7,0%
9	Spanje	46 257	10,8%
10	België + Lux.	46 140	13,1%
11	India	39 490	2,5%
12	Verenigd Koninkrijk	32 857	2,5%
13	Iran	28 082	7,2%
14	Zuid-Korea	26 309	3,5%
15	Marokko	25 068	39,3%

PERS RENAULT BELUX

Tel.: +32 2 334 78 52

karl.schuybroek@renault.be