

RENAULT

Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 30 avril 2004

Synthèse des interventions de MM. Louis Schweitzer (Président-Directeur général de Renault) et Thierry Moulonguet (Directeur Financier de Renault)

Des résultats 2003 satisfaisants.

- ▶ En 2003, les ventes mondiales de Renault sont restées quasi-stables à 2,4 millions de véhicules.
 - En Europe occidentale, le groupe résiste bien à la morosité du marché, particulièrement sensible en France. Renault renforce sa position de première marque pour les véhicules particuliers, grâce notamment à Mégane II, élue voiture de l'année 2003, et à Espace IV, la référence sur le segment des monospaces haut de gamme. Avec 11,1% de pénétration, Renault est la 1^{ère} marque du marché des véhicules particuliers et utilitaires.
 - Hors d'Europe occidentale, la stratégie d'internationalisation de Renault porte ses fruits : les ventes progressent de 9% et représentent 1/4 des ventes du groupe réalisées sous les 3 marques : Renault, Dacia et Renault Samsung.
- ▶ Dans un contexte de stabilité des ventes mondiales du Groupe Renault, le chiffre d'affaires du groupe progresse de 3,8% à structure et méthodes identiques. La marge opérationnelle enregistre un net rebond au second semestre 2003 à 4,3% du chiffre d'affaires contre 3,2% au 1^{er} semestre, plaçant Renault sur une bonne trajectoire pour l'année 2004. Les deux participations stratégiques Nissan et Volvo contribuent fortement (1 880 millions d'€) à l'amélioration du résultat net qui atteint un nouveau record (2 480 millions d'€, soit 9,32€ par action). Renault poursuit le désendettement de sa branche automobile (qui s'établit à 1,7 milliards d'€) et qui représente moins de 13% des capitaux propres du groupe.

Une croissance soutenue au premier trimestre 2004

- ▶ Au premier trimestre 2004, le marché automobile européen progresse de 3,3%, avec cependant un recul de certains pays dont la France (-1,6%). Grâce notamment au succès de la gamme Mégane II, Renault résiste bien et sa pénétration est quasi-stable sur le marché des véhicules particuliers (10%, contre 10,1% au 1^{er} trim. 2003). Hors d'Europe occidentale, les ventes du groupe progressent de 21,4%. Au total, les ventes mondiales du groupe Renault s'inscrivent en hausse de 6,8%.
- ▶ Dans ce contexte, le chiffre d'affaires du groupe progresse de 11,4% à près de 10 milliards d'€. Pour l'ensemble de l'année, Renault confirme ses objectifs de croissance de sa marge opérationnelle à 4,5% du chiffre d'affaires et d'une nouvelle amélioration de son résultat net (hors éléments exceptionnels).

La poursuite de la stratégie de croissance rentable de Renault, accélérée par l'Alliance avec Nissan

L'Alliance entre Renault et Nissan a fêté le 27 mars dernier son 5^{ème} anniversaire. A cette occasion, le Directoire de l'Alliance a défini et formalisé sa vision stratégique pour l'Alliance :

- ▶ elle en rappelle les principes : ceux de la confiance et du respect mutuel, d'une organisation transparente qui assure des processus de décisions clairs pour développer des synergies et mettre en place des organes et composants communs ;
- ▶ elle en définit les objectifs, qui consistent à être parmi les trois premiers groupes :
 - > dans chaque région et sur chaque segment de marché en termes de qualité des produits et des services ;
 - > en matière de technologie;
 - > en termes de résultat opérationnel grâce à la croissance rentable.

La dynamique qu'apporte l'Alliance à chacun des deux groupes va permettre d'atteindre cet objectif.

Cette vision stratégique de l'Alliance a été définie en cohérence avec la stratégie de croissance rentable de Renault qui se décline en cinq axes :

- 1- Faire reconnaître l'identité de marque de Renault : Renault s'appuie sur des fondamentaux solides tels que la sécurité (Renault est la gamme la plus sûre du marché), l'efficacité de ses moteurs, et sur une gamme forte et innovante qui permettent de la différencier.
- 2- Être le constructeur le plus compétitif sur ses marchés en Qualité, Coûts et Délais : ces trois axes ne peuvent être dissociés pour progresser en matière de compétitivité. Grâce à l'Alliance avec Nissan, Renault dispose de solides atouts : un échange des meilleures pratiques et une mise en commun des moyens afin de réaliser des économies d'échelles. Renault a achevé avec succès, à la fin du mois de décembre 2003, son second plan de réduction des coûts totalisant ainsi 6 milliards d'€ d'économies entre 1998 et 2003.
- 3 -S'internationaliser : l'internationalisation répond au souci d'aller chercher la croissance là où elle se trouve. Pour vendre 4 millions de véhicules en 2010, Renault s'appuie notamment sur les implantations de Nissan et sur ses deux nouvelles marques Dacia (avec le programme X90, dont la 1^{ère} voiture sera commercialisée en Roumanie à l'automne 2004, puis dans de nombreux autres pays, avec un objectif de 700 000 véhicules à l'horizon 2010) et Renault Samsung (qui fabriquera notamment en 2007 le prochain 4x4 Renault).
- 4- Développer les valeurs Renault : Renault a le souhait de se développer de manière responsable et ceci se traduit par un principe fondamental : le respect de l'être humain et de l'environnement. 95% des salariés affirment qu'ils sont fiers de travailler chez Renault, ce qui est un gage de réussite. Renault s'engage dans une politique de développement durable et s'efforce de réunir toutes les conditions qui assurent la protection de l'environnement : l'automobile doit prendre en compte cette dimension si elle ne veut pas faire l'objet d'un phénomène de rejet.
- 5- Exprimer sa réussite par ses résultats financiers : Cet axe est l'aboutissement des quatre autres car il n'a y pas de développement durable sans rentabilité. Il s'exprime au travers de 3 objectifs financiers chiffrés : dégager une marge opérationnelle de 4% du chiffre d'affaires en moyenne de cycle, une rentabilité des capitaux propres égale ou supérieure à 11%, et avoir un endettement financier net des activités automobiles nul en haut de cycle.

Renault construit une relation durable avec les actionnaires

- ▶ Après la réduction de la part de l'État français au capital de Renault en juillet 2003, la part du capital détenue par le public s'élève à 61,2% (près de 73% en droits de vote).
- ▶ La relation que Renault développe avec ses actionnaires repose sur trois principes :
 - Une application rigoureuse des principes du gouvernement d'entreprise : toutes les actions menées par Renault à ce titre sont décrites dans le rapport annuel d'activité 2003 qui comprend également le rapport du Président du conseil d'administration sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil et sur les procédures de contrôle interne, tel que prévu par la Loi de Sécurité Financière de 2003. Renault s'attache à accroître progressivement la proportion d'administrateurs indépendants – (cette notion définie par le rapport Bouton a été adoptée in extenso par le conseil d'administration de Renault) : après la nomination de 2 nouveaux administrateurs (Messieurs François Pinault et Charles de Croisset), Renault comptera 8 administrateurs indépendants dans son conseil.
 - Une politique transparente et ouverte de communication. Elle s'appuie notamment sur les travaux du Comité Consultatif des actionnaires et a également pour objectif de proposer aux actionnaires individuels des rencontres toujours plus nombreuses à Paris et en région.
 - Un dividende attractif, la politique de Renault étant d'assurer une croissance régulière de celui-ci. Le dividende versé le 17 mai 2004 s'élèvera à 1,40€, et sera assorti pour les personnes physiques d'un avoir fiscal de 0,70€. Il marquera une augmentation de plus de 20% par rapport à 2002 et de 52% sur les deux dernières années. Sur la base du cours à fin décembre 2003, il représente un rendement global de 3,8%.

Conclusion

L'année 2003 a été satisfaisante grâce à la bonne performance de l'entreprise dans un environnement peu porteur. En 2004, de nombreuses incertitudes continuent de peser sur la croissance économique, et sur la bonne tenue des marchés automobiles. Mais Renault dispose de nombreux atouts avec son plan produits, la dynamique que constitue l'Alliance avec Nissan et le potentiel de développement à l'international. Renault est donc confiant dans sa capacité à faire progresser encore ses résultats cette année.
