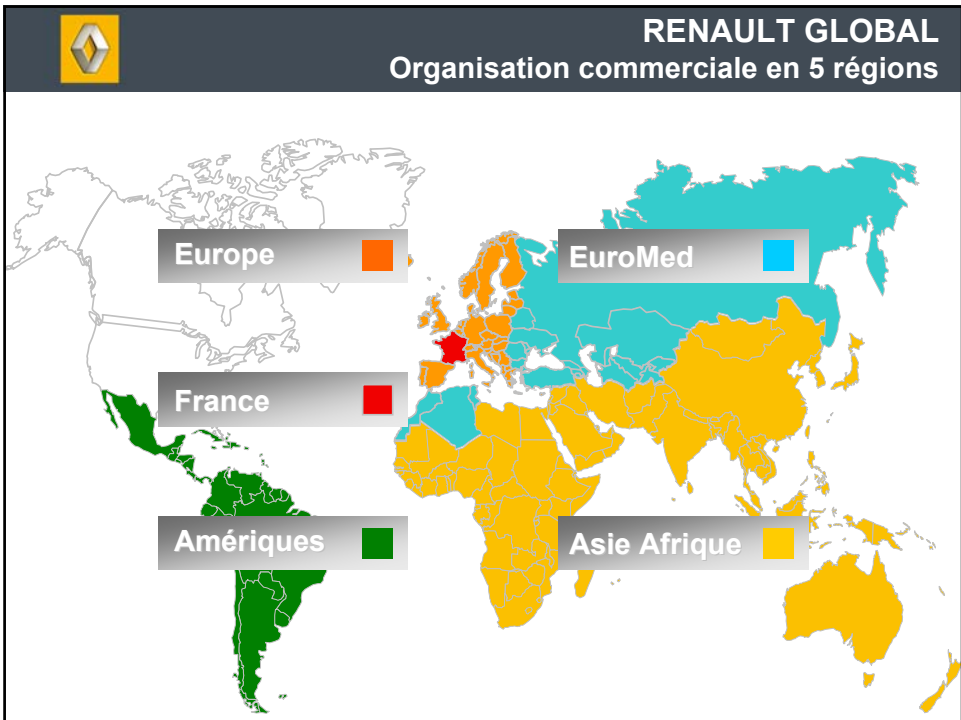




# Résultats Commerciaux 2006

**RENAULT**

**Patrick Blain**  
Directeur Général Adjoint - Directeur Commercial



## RENAULT GLOBAL

### Organisation commerciale en 5 régions

- Europe (orange)
- EuroMed (cyan)
- France (red)
- Amériques (green)
- Asie Afrique (yellow)

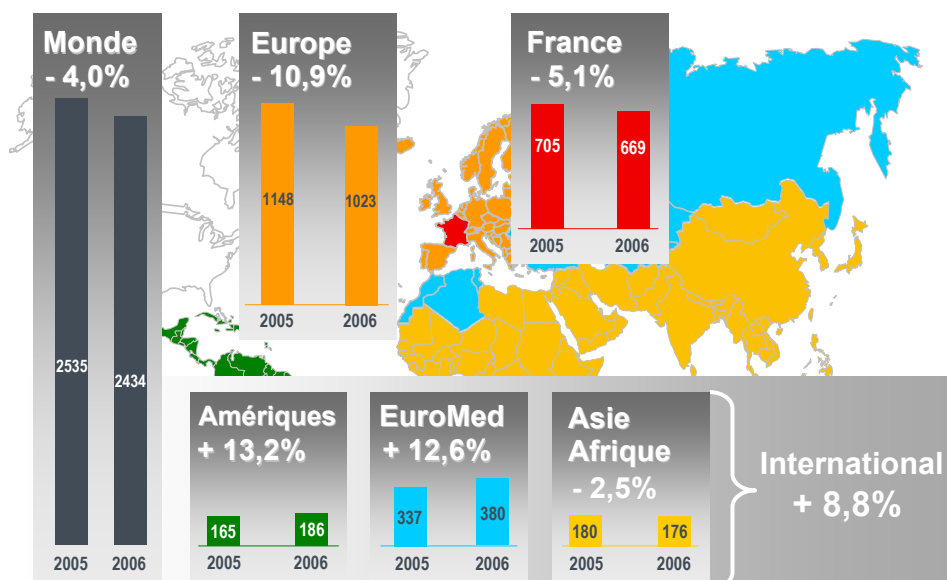


## RESULTATS 2006 Faits marquants

- Recul des ventes mondiales du groupe...
- ... mais accélération de son internationalisation
- Logan confirme son succès : près de 250 000 ventes
- La politique commerciale sélective en Europe prépare le lancement des nouveaux modèles



## RESULTATS 2006 PAR REGION Progression à l'international, recul en Europe



Milliers d'unités (VP+VU)



## RESULTATS 2006 PAR REGION

Progression à l'international, recul en Europe

**Monde**  
- 4,0%



**Europe**  
- 10,9%



**France**  
- 5,1%

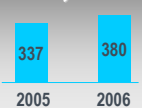


France  
+ Europe  
- 8,7%

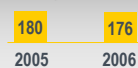
**Amériques**  
+ 13,2%



**EuroMed**  
+ 12,6%



**Asie  
Afrique**  
- 2,5%



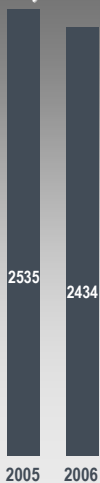
Milliers d'unités (VP+VU)



## RESULTATS 2006 PAR REGION

Progression à l'international, recul en Europe

**Monde**  
- 4,0%



**Europe**  
- 10,9%



**France**  
- 5,1%



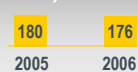
**Amériques**  
+ 13,2%



**EuroMed**  
+ 12,6%



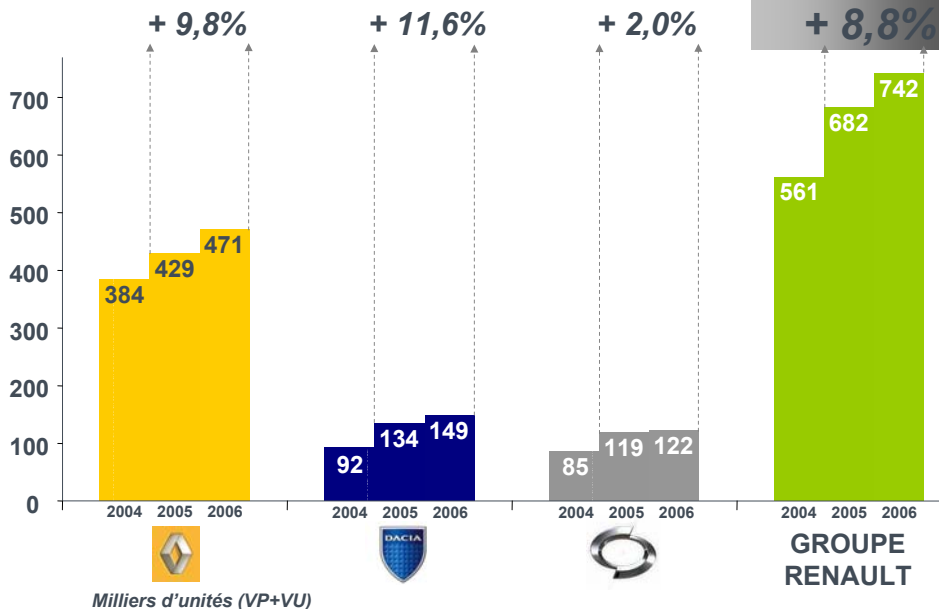
**Asie  
Afrique**  
- 2,5%



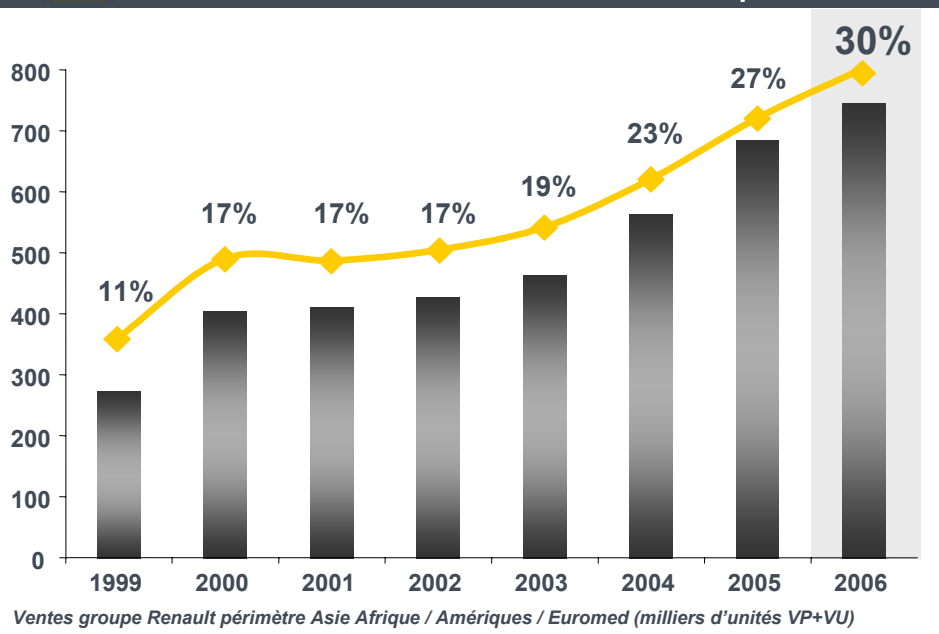
Milliers d'unités (VP+VU)



## INTERNATIONALISATION DU GROUPE Progression des 3 marques du groupe hors Europe



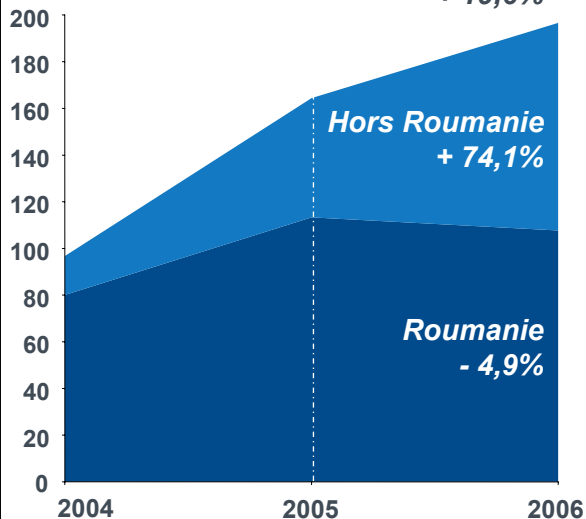
## INTERNATIONALISATION DU GROUPE 30% des ventes réalisées hors d'Europe: un record



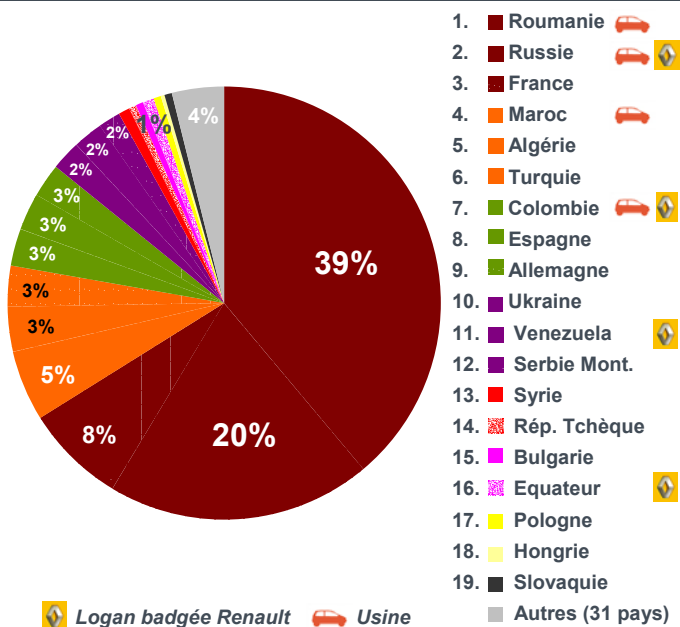
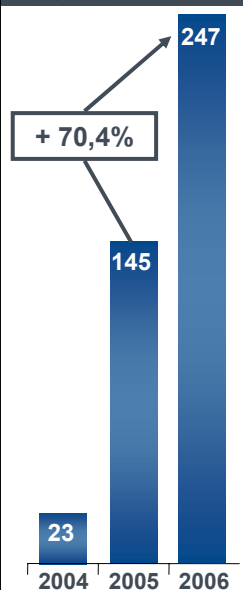


## INTERNATIONALISATION DU GROUPE Dacia poursuit sa montée en puissance

Milliers d'unités (VP+VU)



## INTERNATIONALISATION DU GROUPE Près de 250 000 ventes pour Logan



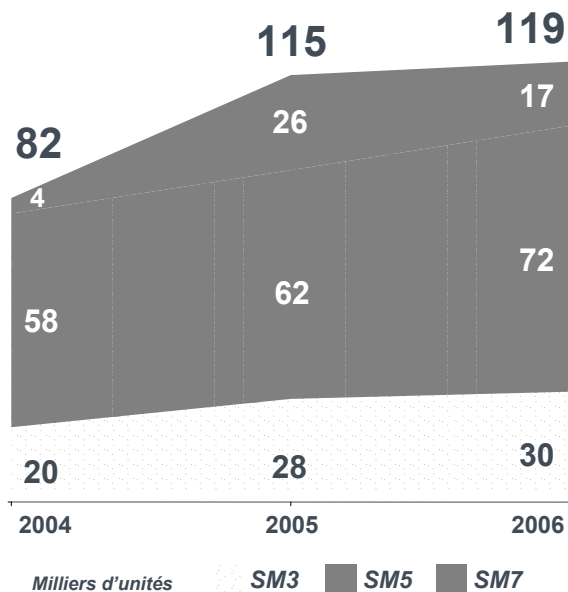
Milliers d'unités (VP+VU)





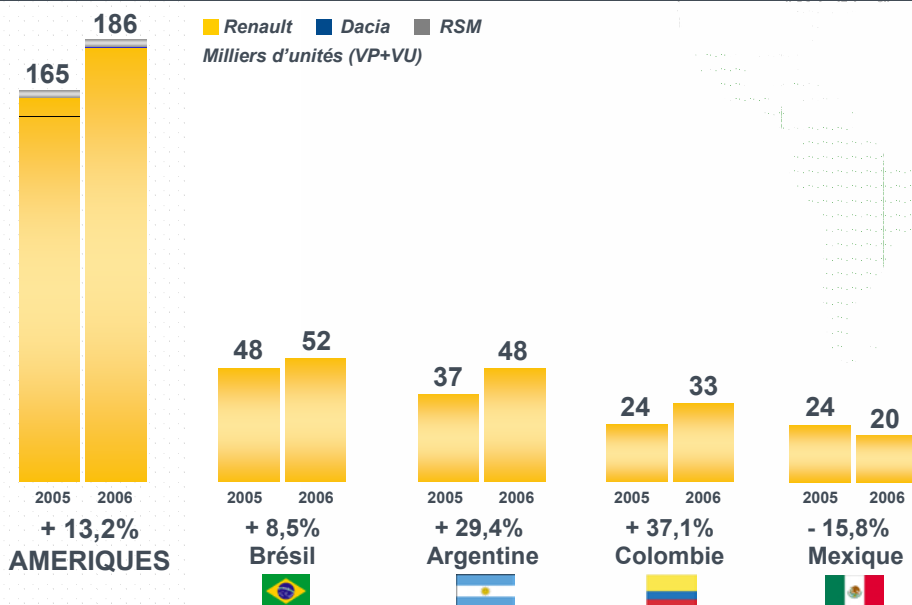
## RENAULT SAMSUNG MOTORS

Nouveau record, avant l'arrivée d'un 4x4



## REGION AMERIQUES

Hausse des ventes dans un contexte porteur



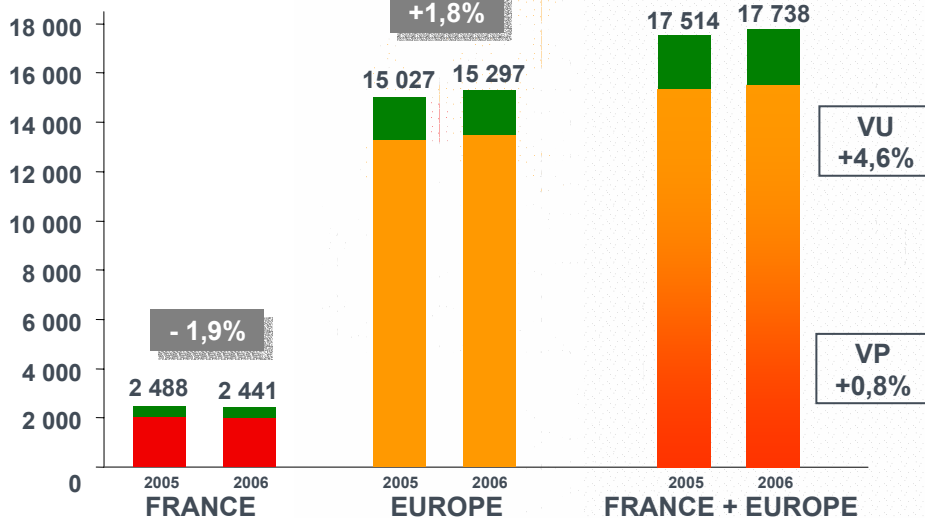


## REGIONS FRANCE + EUROPE

### Des marchés stables et très concurrentiels

MTM par région (milliers d'unités)

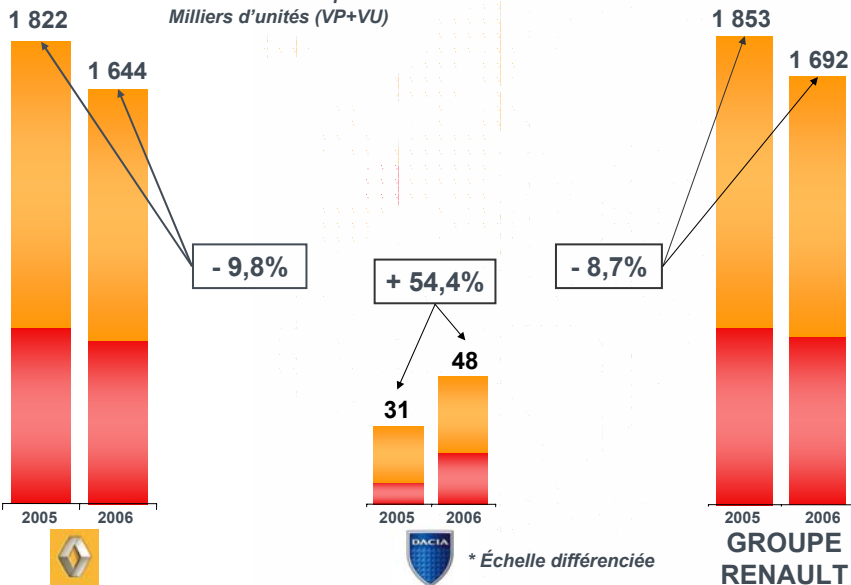
VP VU



## REGIONS FRANCE + EUROPE

### Situation contrastée pour Renault et Dacia

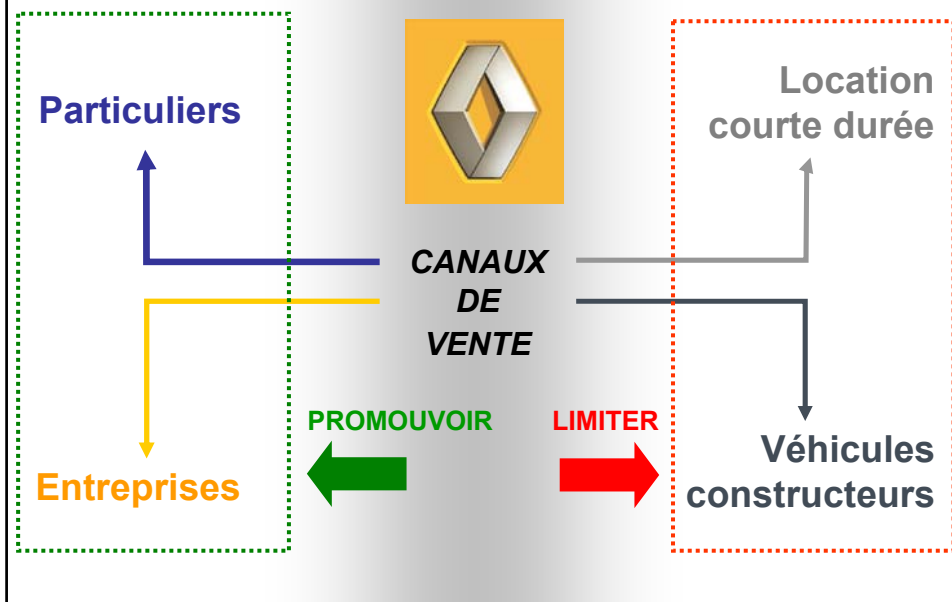
France Europe  
Milliers d'unités (VP+VU)





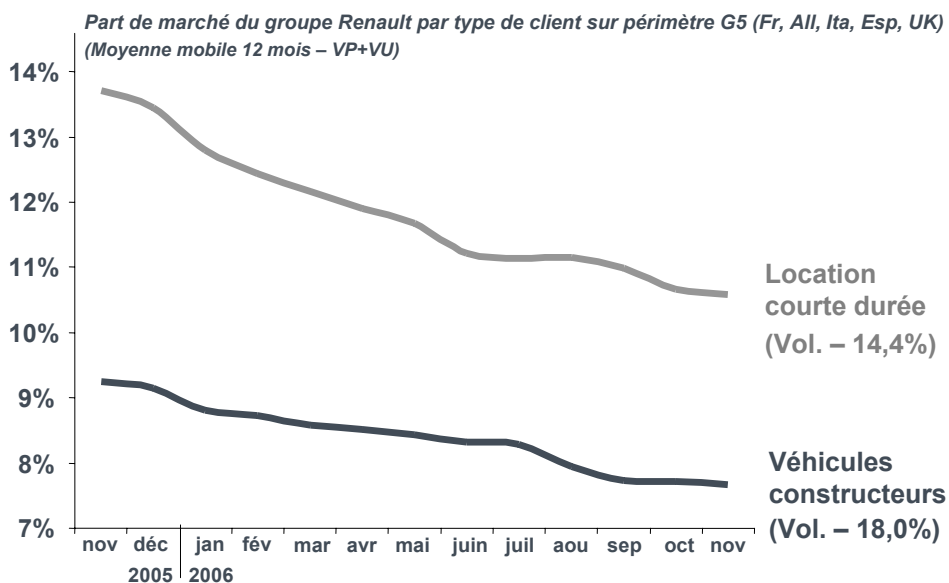
## POLITIQUE COMMERCIALE SELECTIVE

Privilégier les canaux de vente les plus rentables



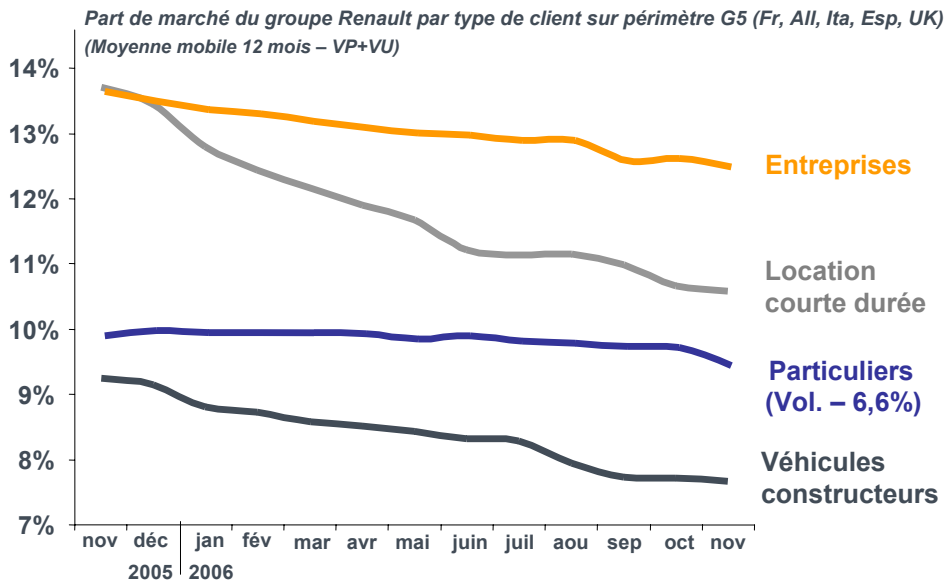
## POLITIQUE COMMERCIALE SELECTIVE

Premiers effets en Europe

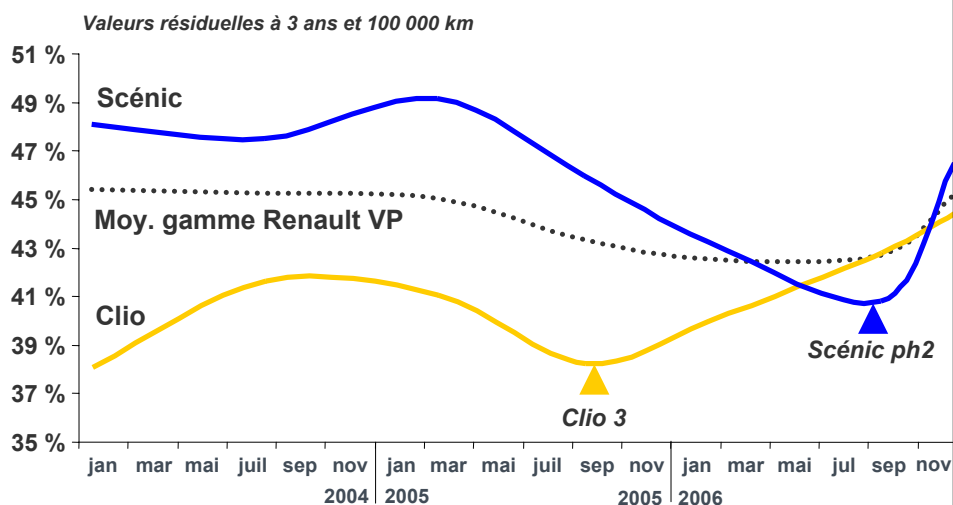




## POLITIQUE COMMERCIALE SELECTIVE Premiers effets en Europe



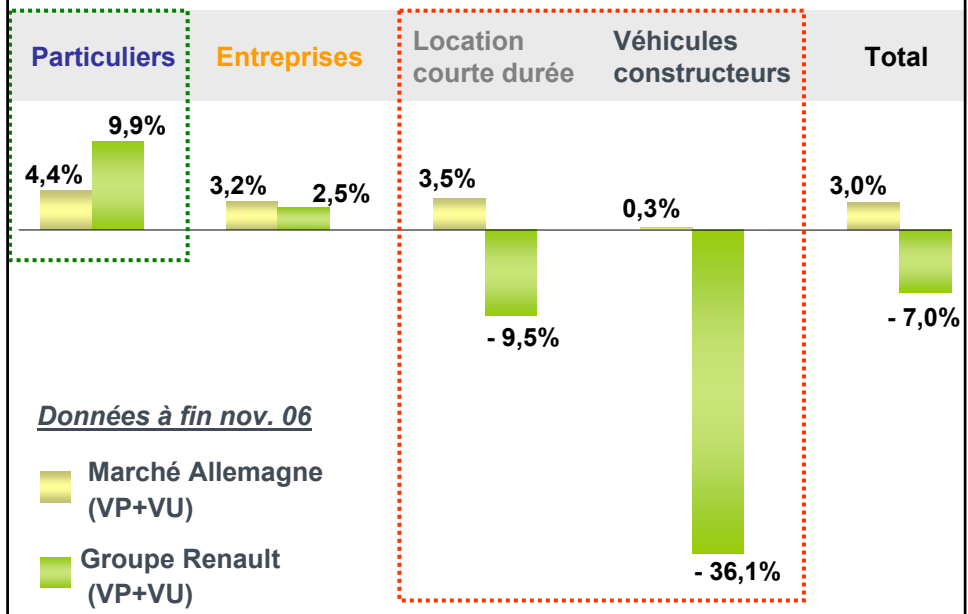
## POLITIQUE COMMERCIALE SELECTIVE Augmentation des valeurs résiduelles de Renault



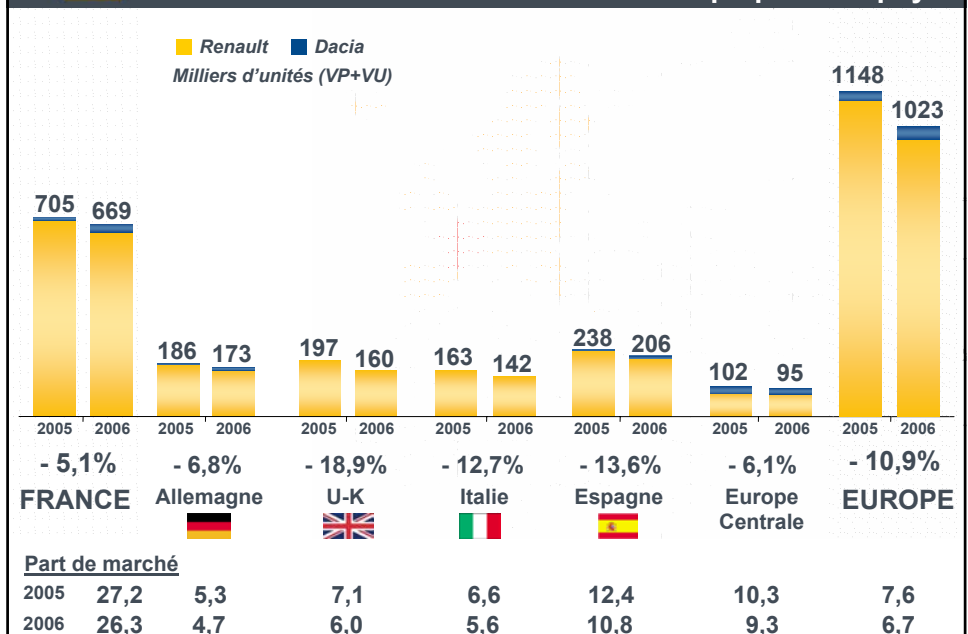
Source: Eurotax



## POLITIQUE COMMERCIALE SELECTIVE Allemagne: hausse de la part de marché à particuliers



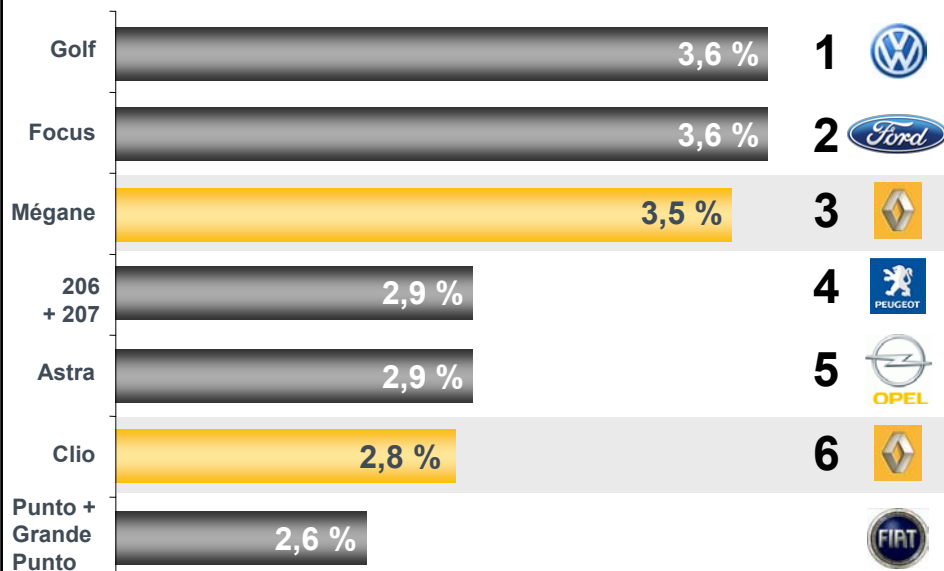
## REGION FRANCE + EUROPE Recul dans la plupart des pays





## MEILLEURES VENTES EN EUROPE

Seule marque à placer 2 modèles dans le Top 6



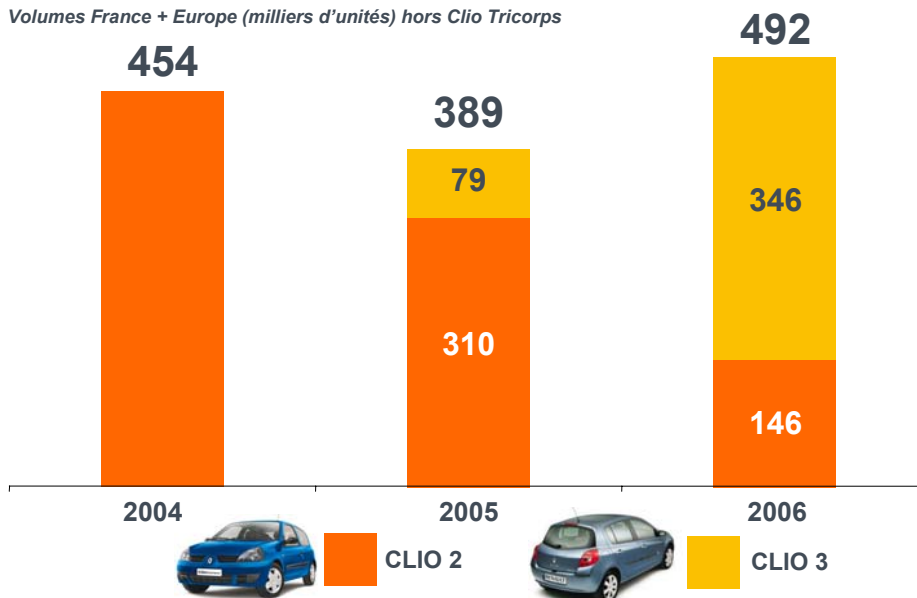
Part de marché VP Europe occidentale (%) – Données provisoires



## GAMME CLIO

Une stratégie couronnée de succès

Volumes France + Europe (milliers d'unités) hors Clio Tricorps

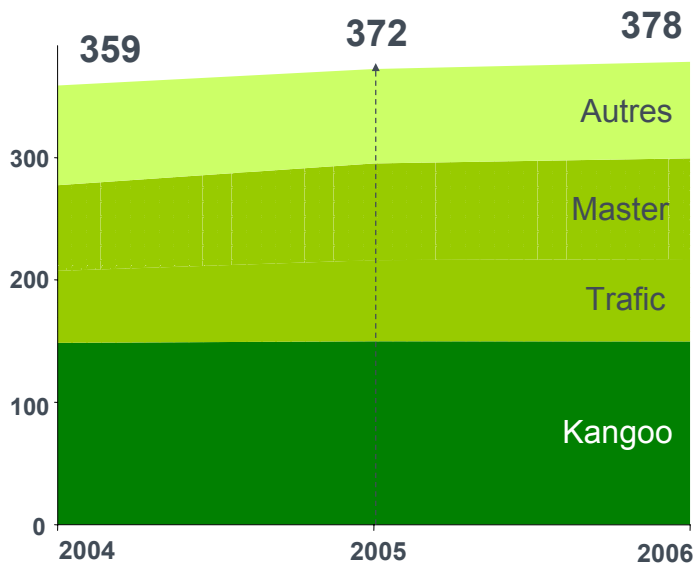




## VEHICULES UTILITAIRES

Poursuite de la croissance

Milliers d'unités VU



## PERSPECTIVES 2007

Retour de la croissance

- Forte croissance hors d'Europe, portée par les projets en Inde et en Iran
- En Europe, une année marquée par 2 périodes distinctes :
  - Un premier semestre dans la continuité de 2006
  - Un second semestre marqué par le retour de la croissance
- 2 lancements majeurs en Europe : les futures Twingo et Laguna
- Au global, une légère croissance des ventes mondiales du Groupe Renault.



**RENAULT**

**QUESTIONS / REPONSES**