



Le 24 juillet 2008

Au premier semestre 2008,

RENAULT REALISE UNE MARGE OPERATIONNELLE DE 4,1 %

- Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 20 942 millions d'euros, en hausse de 2,3 %.
- Renault réalise une marge opérationnelle de 865 millions d'euros, soit 4,1 % du chiffre d'affaires, contre 3,5 % au 1^{er} semestre 2007, dans un environnement économique particulièrement défavorable.

Avec le lancement de cinq nouveaux produits : Clio Estate, Grand Modus, Nouveau Kangoo VP et VU, Logan Pick-Up, le Groupe Renault enregistre 1 325 500 véhicules vendus, soit une progression de 4,3 % par rapport au 1^{er} semestre 2007.

La marge opérationnelle progresse de 19,8 % par rapport au 1^{er} semestre 2007

Le **chiffre d'affaires** du Groupe atteint 20 942 millions d'euros, en progression de 2,3 % par rapport à la même période de 2007, à périmètre et méthodes identiques. Hors effet de change défavorable, l'augmentation est de 4,9 %.

La contribution de l'**Automobile** au chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 19 887 millions (+ 2,2 % par rapport au 1^{er} semestre 2007) :

- la contribution de la Région France est positive, portée par le succès des ventes des nouveaux modèles, notamment ceux du segment B, favorisées par le dispositif bonus-malus,
- la contribution de la Région Europe décroît, impactée par la baisse significative des marchés en Espagne, Italie et Royaume-Uni et pénalisée de surcroît par un taux de change défavorable au Royaume-Uni,
- les Régions Euromed et Amériques progressent sous le triple effet d'une croissance forte des volumes, d'un mix favorable et de prix plus élevés,
- la contribution de la Région Asie-Afrique souffre de l'affaiblissement du won coréen.

La filiale de **Financement des ventes**, RCI Banque, contribue à hauteur de 1 055 millions d'euros au chiffre d'affaires du Groupe, soit une augmentation de 4 %.

Les comptes présentés au Conseil d'administration le 23 juillet sont définitifs, à l'exception de la prise en compte de la contribution de Nissan pour le deuxième trimestre, qui sera connue le 1^{er} août prochain après la publication des comptes de Nissan pour cette période.

Direction de la Communication

1967, rue du Vieux Pont de Sèvres – 92109 Boulogne Billancourt Cedex

Tel.: + 33 (0)1 76 84 64 69 – Fax: + 33 (0)1 76 89 08 56

Sites : www.renault.com & www.media.renault.com

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications

La **marge opérationnelle** du Groupe atteint 865 millions d'euros, soit 4,1 % du chiffre d'affaires contre 3,5 % au premier semestre 2007.

L'**Automobile** dégage une marge opérationnelle de 598 millions d'euros, soit 3,0 % de son chiffre d'affaires, contre 2,3 % au 1^{er} semestre 2007. Cette progression s'explique principalement par la démarche de réduction des coûts, facteur clé de la performance du Groupe, face à une conjonction d'effets externes fortement négatifs et d'une hausse des moyens commerciaux, dans un contexte tendu sur les marchés européens. Renault enregistre sur le semestre une baisse du coût des achats hors effets matières premières, des frais généraux et des coûts de garantie.

Dans un environnement financier très tendu, la contribution du **Financement des ventes** est stable à 267 millions d'euros, soit 25,3 % de son chiffre d'affaires.

Le **résultat d'exploitation** s'élève à 845 millions d'euros, contre 689 millions d'euros au 1^{er} semestre 2007.

Le **résultat financier** représente un produit de 315 millions d'euros, contre une charge de 112 millions d'euros au premier semestre 2007, imputable à la variation du cours du titre participatif (+350 millions d'euros vs. -104 millions au 1^{er} semestre 2007) et malgré une légère augmentation du coût de la dette Automobile.

Le Groupe enregistre au titre des **entreprises associées** une contribution d'AB Volvo de 218 millions d'euros, à comparer à 181 millions au premier semestre 2007. Nissan publiant le 1^{er} août ses résultats au titre du trimestre d'avril à juin 2008, l'impact dans les comptes consolidés semestriels de Renault sera communiqué le même jour.

Hors contribution Nissan au 2nd trimestre 2008, le **résultat net estimé**¹ s'établit à 1 467 millions d'euros.

Les **capitaux propres estimés**¹ s'élèvent à 21 245 millions à fin juin.

L'**endettement financier net** de l'Automobile représente 3 472 millions d'euros, soit 16,3 % des capitaux propres estimés¹ au 30 juin 2008 contre 9,5 % au 31 décembre 2007. Cette évolution s'explique essentiellement par la prise de participation dans AvtoVAZ (662 millions d'euros) et par l'augmentation des besoins en fonds de roulement, liée à la baisse de l'activité en Europe.

Plan d'action

Depuis le lancement de Renault Contrat 2009, la dégradation de l'environnement macro-économique dépasse les hypothèses les plus pessimistes du Plan :

- l'augmentation du prix du pétrole qui ralentit la croissance des marchés automobiles, modifie le mix des ventes et alourdit nos coûts de transports,
- la hausse des prix des matières premières,
- l'évolution défavorable des parités,
- la crise financière qui augmente le coût de financement des entreprises,
- le recul des marchés automobiles européens majeurs.

¹ Les informations présentées n'incluent pas la contribution Nissan au titre du 2^{ème} trimestre de l'année 2008 et en conséquence sont qualifiées de données financières estimées. Les comptes consolidés semestriels résumés de Renault pour le semestre clos le 30 juin 2008 seront publiés le 6 août 2008

Face à la concomitance et à l'ampleur de ces cinq facteurs défavorables, Renault a décidé d'agir rapidement afin de préserver sa compétitivité et sa rentabilité. Le plan d'action comprend :

- une hausse des prix de vente pour absorber l'augmentation du coût des matières premières,
- un allègement du plan produit par la simplification, le gel ou le report de projets considérés comme non prioritaires,
- le gel des recrutements en Europe.

D'autres actions sont en cours d'examen :

- une réduction des coûts de structure de 10%, notamment par un plan de départs volontaires essentiellement en Europe,
- la réorganisation des sites de production, pour s'adapter à l'évolution des marchés ; en particulier, le passage à une équipe à l'usine de Sandouville, en raison de la baisse des ventes des berlines du segment D en Europe. Si la situation continuait à se dégrader, d'autres ajustements pourraient intervenir concernant en particulier la gamme B, et le niveau de production dans l'usine de Flins.

Par ailleurs, le ratio des dépenses de recherche et développement et investissements sur chiffre d'affaires sera ramené à 10 % au plus tard en 2010, contre 11,4% en 2007.

Perspectives

- Pour le second semestre 2008, en Europe, l'offensive produit se poursuivra avec Laguna Coupé et le début du renouvellement de la famille Mégane. Hors Europe, la progression des ventes sera significative, alimentée par toutes les marques du Groupe. Au total, les conditions sont en place pour que Renault puisse poursuivre sa croissance, qui devrait être supérieure à 5 % sur l'ensemble de l'année, sauf détérioration supplémentaire des marchés européens.
- Les résultats acquis au premier semestre 2008, placent toujours Renault sur la trajectoire d'une marge opérationnelle sur l'ensemble de l'année de 4.5 %. Toute détérioration supplémentaire de l'environnement économique rendrait ce jalon plus difficile à atteindre.
- En 2009, les prévisions de croissance pour les 3 marques Renault, Dacia et Renault Samsung devraient permettre au Groupe de dépasser la barre des 3 millions de véhicules. En incluant Lada dans le périmètre du Groupe, l'objectif se situerait au-dessus de 3,8 millions de ventes.
- Le Groupe maintient le cap sur 6% de marge opérationnelle en 2009.

Les transformations opérées dans le cadre de Renault Contrat 2009 ont d'ores et déjà permis de réaliser des progrès significatifs notamment en matière de présence internationale, de qualité des produits et des services, de réduction des coûts et d'élargissement de la gamme. Les projets stratégiques majeurs engagés dans le cadre de l'Alliance avec Nissan dans les 18 derniers mois, posent les bases des développements futurs : l'usine de Chennai en Inde, l'usine de Tanger au Maroc, le projet de véhicule électrique et le développement du véhicule Ultra Low Cost avec Bajaj. Par ailleurs, en Russie, Renault a signé un partenariat stratégique avec AvtoVAZ. Ce sont autant d'atouts sur lesquels Renault s'appuie pour préparer l'avenir.

La pertinence des choix stratégiques de Renault se trouve confortée par la nouvelle donne économique et énergétique mondiale.

Contact Presse : Gita ROUX, 33 (0)1 76 84 64 69
www.media.renault.com & www.renault.com



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Chiffre d'affaires consolidé² de Renault par branche d'activité et par semestre

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2008	1 ^{er} semestre 2007 à périmètre et méthodes identiques	Variation en % 2008/2007
Automobile	19 887	19 451	+ 2,2 %
Financement des ventes (RCI Banque)	1 055	1 014	+ 4,0 %
Total	20 942	20 465	+ 2,3 %

Résultats consolidés de Renault par semestre, sans la contribution de Nissan pour les deuxièmes trimestres 2007 et 2008

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2008	1 ^{er} semestre 2007
Marge opérationnelle	865	722
Résultat d'exploitation	845	689
Résultat financier	+ 315	- 112
Part dans le résultat du groupe AB Volvo	218	181
Impôts courants et différés	- 308	- 97
Résultat net estimé ³	1 467	1 073

Contribution des branches à la marge opérationnelle de Renault par semestre

En millions d'euros	1er semestre 2008	1er semestre 2007	Variation
Automobile <i>En % du chiffre d'affaires</i>	598 3,0 %	455 2,3 %	+ 31,4 %
Financement des ventes (RCI Banque) <i>En % du chiffre d'affaires</i>	267 25,3 %	267 26,8 %	-
Total <i>en % du chiffre d'affaires</i>	865 4,1 %	722 3,5 %	+ 19,8 %

² A méthodes et périmètre identiques

³ Estimé : hors contribution de Nissan pour le 2nd trimestre 2008 qui sera publié le 1^{er} août 2008.

Direction de la Communication

1967, rue du Vieux Pont de Sèvres – 92109 Boulogne Billancourt Cedex

Tel.: + 33 (0)1 76 84 64 69 – Fax: + 33 (0)1 76 89 08 56

Sites : www.renault.com & www.media.renault.com

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications