



Le 30 juillet 2009

RESULTATS SEMESTRIELS 2009

- Une perte nette de 2 712 millions d'euros
- Un *free cash-flow* positif de 848 millions d'euros
- Une part du marché mondial du Groupe stable à 3,7 %

« Dès juillet 2008, nous avons anticipé la crise et pris les premières décisions nécessaires nous préparant à la traverser. Aujourd'hui, Renault résiste, comme le montre notre *free cash-flow* significativement positif. Nous construisons déjà le Renault de l'après-crise avec la commercialisation en masse de véhicules zéro émission dès 2011, l'élargissement de la gamme Entry, un renforcement de notre présence dans les pays émergents, l'accélération et l'élargissement des synergies avec Nissan» a affirmé Carlos Ghosn, Président-Directeur Général de Renault.

DES RESULTATS AFFECTES PAR LA BAISSSE DU MARCHE

Dans un contexte de chute brutale de l'ensemble des marchés, y compris dans les pays émergents, le Groupe réalise un **chiffre d'affaires de 15 991 millions d'euros, en baisse de 23,7 %** (21,5 % hors effets de change) au premier semestre 2009 par rapport au premier semestre 2008.

L'**Automobile** contribue pour 15 101 millions d'euros au chiffre d'affaires du Groupe, en recul de 24,2 % par rapport au premier semestre 2008 à périmètre et méthodes identiques. Ce chiffre masque une inflexion sensible entre le premier et le deuxième trimestre (respectivement -30,8 % et -16,9 %). L'évolution globale résulte du fort ralentissement dans la quasi-totalité des marchés du Groupe, avec pour conséquence un effet volume négatif dans toutes les Régions.

- L'Europe contribue pour moitié à la baisse du chiffre d'affaires (-11,6 points) malgré les dispositifs de primes à la casse. Le mix-produit est en baisse en dépit du bon démarrage de Nouvelle Mégane et Nouveau Scénic. La contribution de l'Europe a également été dégradée par les effets de change sur certaines devises comme la Livre Sterling ou le Zloty polonais.
- L'activité hors Europe représente 6,8 points de la baisse du chiffre d'affaires, avec un effet volume négatif aggravé par des effets de change, en particulier sur le Won coréen, le Réal brésilien, le Rouble russe et le Lei roumain.
- Les ventes d'organes et de véhicules complets aux partenaires contribuent négativement pour 5,8 points. Les ventes d'organes ont été impactées par le déstockage pratiqué dans l'ensemble de l'industrie, alors que les ventes de véhicules utilitaires souffrent de la baisse du marché VU en Europe.

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 filiale de **Financement des ventes** (RCI Banque) contribue pour 890 millions d'euros au chiffre d'affaires du Groupe, en recul de 14,7 % par rapport au premier semestre 2008.

La marge opérationnelle du Groupe est négative et s'élève à -620 millions d'euros, soit -3,98 % du chiffre d'affaires, contre 865 millions d'euros et 4,1 % au premier semestre 2008.

- L'Automobile dégage une marge opérationnelle négative de -869 millions d'euros (-5,8 % de son chiffre d'affaires). Cette baisse de 1 467 millions d'euros au premier semestre 2009 par rapport au premier semestre 2008 s'explique par un effet parité négatif de 155 millions d'euros, une baisse des volumes pour 978 millions d'euros en liaison directe avec le ralentissement des marchés automobiles, un ensemble mix-prix et moyens commerciaux négatif de 385 millions d'euros et une augmentation du coût des matières premières pour 176 millions d'euros. Cependant, la politique de réduction des coûts et des dépenses porte ses fruits avec une baisse des coûts d'achats de 90 millions d'euros (hors effet matières premières) et des frais généraux de 106 millions d'euros. De même, les coûts de garantie poursuivent leur baisse (-110 millions d'euros), témoignant des progrès continus dans la qualité des produits et services. Comme pour le chiffre d'affaires, la marge opérationnelle s'améliore sensiblement au deuxième trimestre 2009 par rapport au premier trimestre de l'année.
- RCI Banque démontre sa capacité de résistance avec une marge opérationnelle de 249 millions d'euros, soit 28 % de son chiffre d'affaires. RCI Banque a réalisé cette performance grâce à une bonne maîtrise du coût du risque et à une dynamique commerciale efficace malgré une contraction de 13 % de ses encours moyens productifs.

Le **résultat d'exploitation** représente au premier semestre 2009 une perte de 946 millions d'euros, contre un profit de 845 millions d'euros au premier semestre 2008. Ce résultat inclut une charge de 326 millions d'euros au titre des autres produits et charges d'exploitation¹, constituée principalement par 297 millions d'euros de dépréciations d'actifs, liées à des révisions à la baisse de volumes prévus dans la gamme.

Le **résultat financier** représente une charge nette de 181 millions d'euros, contre un produit net de 315 millions d'euros au premier semestre 2008 dont 343 millions d'euros liés à la réévaluation du titre participatif. En dehors de cet élément, l'évolution négative du résultat financier 2009 est une conséquence directe de l'augmentation de la dette et de son coût.

Le Groupe enregistre au titre des **entreprises associées** une perte de -1 584 millions d'euros, dont -1 211 millions d'euros pour Nissan, -196 millions pour AB Volvo et -182 millions pour AvtoVAZ. Il convient de noter que la contribution négative de Nissan s'est fortement réduite au deuxième trimestre 2009 où elle atteignait -60 millions d'euros contre -1 151 millions d'euros au premier trimestre 2009.

Le **résultat net** est une perte de 2 712 millions d'euros, comparé à un résultat positif de 1 581 millions au premier semestre 2008.

Les **capitaux propres** s'élèvent à 16 548 millions au 30 juin 2009.

¹ En 2009, les dépréciations des pertes de valeurs d'actifs immobilisées ont été reclassées dans les APCE.

PLAN D'ACTION EN LIGNE AVEC UN *FREE CASH-FLOW* POSITIF ET UNE REDUCTION DE L'ENDETTEMENT FINANCIER NET

Le plan d'action de Renault pour traverser la crise, en place depuis juillet 2008, porte ses fruits avec l'amélioration du *free cash-flow*, qui s'est accentuée au deuxième trimestre.

En effet, l'Automobile dégage au premier semestre 2009 un ***free cash-flow positif*** de 848 millions d'euros, en avance sur le plan d'action grâce à la réduction des coûts, des investissements et du besoin en fonds de roulement – notamment des stocks. Les dépenses de recherche et de développement ont baissé de 25 % par rapport au premier semestre 2007, sensiblement en avance sur l'objectif de baisse de 15 % prévu initialement sur la période 2007-2009. Au vu de cette performance, l'objectif a été revu à la baisse et est maintenant à -20 %. Les investissements corporels baissent de 10 % par rapport au premier semestre 2007. Les stocks de véhicules ont été réduits de 891 millions d'euros par rapport à fin 2008. De plus, le Groupe bénéficie du **lancement réussi de la famille Mégane**.

L'endettement financier net de l'Automobile a diminué de 708 millions d'euros à 7 236 millions d'euros au 30 juin 2009, soit 43,7 % des capitaux propres, contre 40,9 % des capitaux propres au 31 décembre 2008.

Au 30 juin, l'Automobile améliore sa **liquidité** par rapport au 31 décembre 2008 et dispose de 3,4 milliards d'euros de trésorerie et équivalents de trésorerie et de 4,2 milliards d'euros de lignes de crédits confirmées disponibles.

Les réserves de liquidité de **RCI Banque** s'élèvent à 5,4 milliards d'euros et permettent de couvrir plus de deux fois la totalité des encours de papiers commerciaux et certificats de dépôt (2,2 milliards d'euros).

MARCHE 2009

La mise en place d'incitations fiscales a d'ores et déjà eu des effets favorables sur les marchés automobiles et le Groupe au premier semestre. Le Groupe revoit ses prévisions de marché mondial pour 2009 à plus de 57 millions d'unités, soit une baisse de 12 % par rapport à 2008 contre une baisse de 15 % prévue initialement. Après une baisse de 13,7 % au premier semestre, le marché européen devrait s'améliorer au second semestre pour finir à -8 % sur l'ensemble de l'année 2009.

Pour le second semestre 2009, le Groupe bénéficiera pleinement des lancements du premier semestre avec notamment Nouvelle Mégane, les deux versions de Nouveau Scénic, et Clio III phase 2. L'offensive produit se poursuivra avec le renouvellement de la SM3 et de la SM5 en Corée.

PERSPECTIVES 2009

Dans ce contexte, le Groupe confirme les objectifs annoncés en début d'année pour 2009 : un *free cash-flow* positif et une part de marché en hausse.

Ces objectifs seront obtenus par la poursuite du plan d'action de réduction continue des stocks, par l'encadrement des créances, la limitation des investissements, la réduction des coûts et par l'amélioration de la performance opérationnelle par rapport au premier semestre.

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

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2008 à périmètre et méthodes identiques	Variation en % 2009/2008
Automobile	15 101	19 918	-24,2 %
Financement des ventes (RCI Banque)	890	1 043	-14,7 %
Total	15 991	20 961	- 23,7 %

Résultats consolidés de Renault par semestre

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2008
Marge opérationnelle	-620	865
Résultat d'exploitation	-946	845
Résultat financier	-181	+315
Part dans le résultat des SME	-1 584	729
Impôts courants et différés	-1	-308
Résultat net	-2 712	1 581

Contribution des branches à la marge opérationnelle de Renault par semestre

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2008	Variation
Automobile <i>En % du chiffre d'affaires</i>	-869 -5,8 %	598 3,0 %	-1 467
Financement des ventes (RCI Banque) <i>En % du chiffre d'affaires</i>	249 28,0 %	267 25,3 %	-18
Total <i>en % du chiffre d'affaires</i>	-620 -3,9 %	865 4,1 %	-1 485

² A méthodes et périmètre identiques

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