BASIN BÜLTENİ

19 Ocak 2015

# RENAULT GRUBU DÜNYA TİCARİ SONUÇLARI 2014

# Renault Grubu’nun global satış rakamı %3,2 artarak 2,7 milyona ulaştı

**2014 yılında Renault Grubu’nun binek + hafif ticari araç satışları %3,2 artış göstererek %3,5 büyüyen global otomotiv pazarında toplam 2 milyon 712 bin 432 satışa ulaştı.**

Renault Grubu’nun Avrupa’daki pazar payı 0,6 puan artarak %10 eşiğine erişti. Toplam 1 milyon 464 bin 611 adetlik satış sayesinde, Grup’un %12,5 arttı, bu rakam pazardaki büyümenin iki katına denk geliyor. Clio, Captur, Duster ve Sandero’nun başarısı ile Renault ve Dacia markalarının sergiledikleri güçlü performans sayesinde Grup, uluslararası pazarlardaki yavaşlamasını telafi etti.

Yükselen ana pazarlardaki ekonomik ve finansal krizlerden etkilenen Grup, sağlam bir duruş sergiledi ve şirketin en büyük ikinci ve üçüncü pazarları olan Brezilya’da (%7,1) ve Rusya’da (%7,9) rekor düzeyde pazar payı elde etti. Ne var ki, bu zorlu şartlar altında Avrupa dışındaki satışlar %5,9 oranında azalma gösterdi.

2014 yılı:

* Renault Grubu’nun binek + hafif ticari araç satışları %3,2 artarak 2,7 milyon adede ulaştı.
* Renault Grubu on ana pazarının dokuzunda pazar payını yükseltti.
* Grup’un Avrupa’daki pazar payı %10 idi: Renault markası pazar payını 0,2 puan artırırken Dacia 0,4 puan artırdı. Hafif ticari araç segmentinde ise Renault, %14,2’lik pazar payı ile ard arda 17. yılda liderliğini sürdürdü ve elde etti;
* Grup, uluslararası pazarlarda sağlam bir duruş sergiledi ve en büyük yedi pazarının altısında pazar payını artırdı. Bunlara Brezilya (%7.1) ve Rusya (%7.9) da dahil.

*" 2014 yılında Renault’nun satışları %3,2 artış kaydederek 2,7 milyon adede ulaştı. Marka, Avrupa’da %10 pazar payı elde etti. Grup, Renault Drive the Change başlıklı orta vadeli plan çerçevesinde ileriye doğru yeni bir adım atmış oldu"* diye belirtti Renault'nun Performanstan Sorumlu Başkan Yardımcısı **Jérôme Stoll**.

AVRUPA

2014 yılında Renault Grubu’nun satışlarında %12,5 artış kaydetti ve %5,9 büyüyen pazarda %10’luk pazar payı eşiğini aştı **(0,6 puan artışla). Grup, satış hacimlerini ve pazar paylarını neredeyse tüm ülkelerde artırdı. En önemli büyüme oranları ise İngiltere’de (+%41.9), Portekiz’de (+%42.1), İspanya’da (+%30.2) ve İtalya’da (+%28.9) elde edildi.**

- Renault markası binek + hafif ticari araç pazarında %7,6’lık pazar payıyla (+0,2 puan artış) en büyük üçüncü marka durumunda. Renault markası Fransa’da lider konumda; İspanya’da ise yeniden ikinciliğe yerleşti. Clio ve Captur sayesinde Renault, şehir otomobilleri pazarında (A ve B segmentleri) ilk sırayı almayı başardı. Hafif ticari araç segmentinde ise Renault ardarda 17 yıldır elinde bulundurduğu liderliği sürdürdü (%14.2’lik pazar payı).

- Dacia markası, geçen yıl olduğu gibi bu yıl da Avrupa’daki en güçlü pazar payı artışını sergiledi: +0.4 puan artışla %2.5. Dacia, pazarda beşinci marka konumunda bulunduğu Fransa’da ise 0,5 puan artışla %4,9’luk pazar payı elde etti. Bundaki en büyük etken Duster ve Sandero’nun elde ettikleri başarı oldu (özel müşteri satışında en çok satılan üçüncü araç). İspanya’da ise özel müşteri satışlarında zirvede olan Sandero sayesinde Dacia, pazar payını 0,7 puan artırarak 45,986 yeni araç satışıyla %4,7 pazar payı elde etti. Dacia aynı zamanda neredeyse tüm Avrupa ülkelerinde rekor düzeyde satış hacimlerine ve pazar paylarına sahip oldu: örneğin İtalya’da (%2,7 pazar payı ve yaklaşık 400 bin adetlik satış) veya pazara girişinden sadece iki sene sonra pazar payından yaklaşık 1 puan aldığı İngiltere’de (2014 senesinde 23 bin 862 yeni müşteri).

- Fransa’daise Renault Grubu pazar payını 1,3 puan artırarak %26,6’ye ulaştı ve satış hacmini 2013 senesine oranla %5.5 oranında yükseltti. Clio, 105 bin adedi aşan satış rakamıyla Fransa pazarının en çok satılan otomobili. Captur ise en popüler crossover durumunda. En çok satışan ilk 10 binek otomobilden 5’i Renault Group’a ait. Marka, hafif ticari araç segmentinde %31,7 pay ve %1,3 satış adedi artışıyla pazarı domine ediyor.

**ULUSLARARASI**

Renault, gelişen başlıca pazarlarındaki gerilemeye rağmen Rusya, Brezilya, Türkiye ve Cezayir’de pazar payını yükseltti. Ne var ki, bu zorlu şartlar altında Grup’un Avrupa dışındaki satışları %5,9 oranında azalma gösterdi ve 1 milyon 247bin 821 adet olarak gerçekleştirildi. Bu rakamlar, Grup’un toplam satışlarının %46’sına denk geliyor; 2013 senesinde bu oran %50 idi.

**Avrasya Bölgesi[[1]](#footnote-1)**

2014 yılında Renault Grubu’nun pazar payı 0,7 puan artarak %10,3 oldu. Rusya ve Türkiye’deki performansı sayesinde Grup, satışlarda %5,4 azalma gösterip %11,5 küçülen pazarda üstün bir performans sergiledi.

* Renault, üçüncü büyük pazarı durumundaki Rusya’da ise Duster’ın başarısı (2014’te bir kez daha pazarın lider SUV’u oldu) ve Yeni Logan ile Yeni Sandero’nun başarılı lansmanları sayesinde zor ekonomik ve parasal ortamda %7,9’luk rekor pazar payına ulaştı (+0,3 puan).
* Renault aynı zamanda BDT’dekigenişlemesini %42,5 artan hacimle devam ettirdi ve %5,9 (+1,7 puan) pazar payı elde etti.
* Türkiye’de ise %10 daralan pazarda Renault Grubu pazar payını 0,4 puan artırdı (%17,4). Renault Türkiye’nin en büyük ikinci markası durumunda. Binek otomobil pazarında ise Renault 16. Kez liderliğini ilan etti. Ayrıca Türkiye pazarında Fluence en çok satılan model oldu.
* Romanya’daise Dacia pazar liderliğini devam ettiriyor. Toplamda, Renault Grubu bu ülkede %21,3 artan satış hacmi ile %38,6’lık pazar payına sahip.

Amerika bölgesi

Grup, 416 bin 934 adet yeni araç satışıyla %7,5 azalan bir pazarda %10,7 hacim kaybına uğradı. Bundaki en büyük etken Arjantin’deki ekonomik durum oldu. **Renault Grubu, Brezilya’daki başarısı sayesinde %6,4’lük pazar payı elde etti (0,2 puan azalma).**

* Brezilya, Grup’un en büyük ikinci pazarı olmaya devam etti. Pazardaki %7’lik düşüşe rağmen Renault, 237 bin 187 adet satış gerçekleştirdi (+%0.3). Markanın pazar payı bu performansla %7,1’lik (+0,5 puan) rekor seviyeye ulaştı.
* Renault, zorlu yerel ekonomik şartların hüküm sürdüğü Arjantin’deise peso’ya karşı risklerini sınırladı ve sonuç olarak da ithalat miktarını azalttı. Bu da araç satışlarını olumsuz etkileyerek 2013 senesinde oranla %39,8 azalmaya neden oldu. Bununla birlikte pazar payı da 2,5 puan düşerek %12.9 olarak gerçekleşti.
* Renault, Kolombiya’da pazarın en büyük ikinci markası oldu ve 50 bin 362 adet (+%13,5) rekor satış düzeyine erişti. Bu da %16.6 (+0.5 puan) pazar payı anlamına geliyor.

Afrika, Orta Doğu ve Hindistan Bölgesi**[[2]](#footnote-2)**

308 bin 012 yeni araç satışıyla Grup’un satışları bölgede 2014 yılında %9,2 düştü, pazar payı ise %3.8 (-0.7 puan) olarak gerçekleştirildi. Bazı kilit pazarlarında ise azalma görüldü: örneğin Kuzey Afrika (-%13.2) ve Hindistan (-%0.8) gibi.

* Grup, 0,7 puan artış ve %26,9 pazar payı ile %19,8 daralan Cezayir pazarında lider oldu. Söz konusu performans Renault ve Dacia markalarının birinci ve üçüncü konuma yerleşmesini sağladı. Kasım 2014’te hizmete alınan Oran’daki Renault tesisi, Renault’nun Cezayir otomotiv pazarındaki pozisyonunu daha da güçlendirecek.
* Pazarın durağan (%1,1 yükselme) olduğu Fas’ta ise Grup %37’lik pazar payı ile pazar lideri oldu. Bir kez daha Dacia ve Renault markaları 45 bin 174 adet ile satışlarda liderliği sürdürdü.
* Renault, Hindistan’da %1,5 pazar payı ve 44 bin 849 adetlik satış rakamıyla lider Avrupalı marka oldu.

Asya-Pasifik bölgesi

133 bin 172 adetlik satış rakamı sayesinde Grup’un satışları sadece %4,6 büyüyen bir pazarda %23’e yükseldi. Renault Samsung Motors'un Kore’deki “Canlanma Planı” büyümeye yardımcı oluyor.

* Binek otomobil pazarının %9 oranında büyüme sergilediği Kore’de Renault Samsung Motors satış adedinde (+33.3%) ve pazar payında (+1 puan artışla %5.7) 2013 yılının sonlarında pazara sunulan ve yaklaşık 20 bin 000 adet satan QM3’ün teyit edilen başarısı sayesinde yükselme kaydetti.
* Grup, Çin’de ise toplam 34 bin 067 adetlik satış gerçekleştirdi. Renault, Dongfeng firması ile ortak girişimi olan Dongfeng Renault Automotive Company’nin (DRAC) kurulmasından bir sene sonra ilk yerli otomobilleri 2016 yılında başarıya lanse etmek için vites yükseltmiş durumda.

Renault Grubu için 2015 satışlarının görünümü

2015 yılında küresel pazarın 2014 yılına kıyasla %2’lik mütevazı bir büyüme kaydedeceği tahmin ediliyor. Avrupa pazarının ise %1 - %2 arasında büyüyeceği tahmin ediliyor; Fransa pazarının ise sabit kalacağı öngörülüyor.

*“Pazar koşullarında* belirsizliğin süreceği 2015 yılında ‘Renault Drive the Change’ başlıklı Orta Vadeli Planımız sayesinde ileri yönlü hareketimizi devam ettireceğiz. Küresel satışlarımızda artış öngörmekteyiz. Bununla birlikte Avrupa’daki pozisyonumuzun güçleneceğini ve gelişen pazarlarda ilerleme sağlayacağımızı tahmin ediyoruz. Büyümemiz beş yeni modelden oluşan zengin, güçlü ürün planımız ile desteklenecek." diye açıkladı **Jérôme Stoll**.

****Grup satışları (Binek Otomobil + Hafif Ticari Araç)****

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Aralık 2014 sonu** | **Aralık 2013 sonu** | **% değişim** |
| Fransa | 577,601 | 547,694 | 5.5 |
| Avrupa\* (Fransa hariç) | 887,010 | 754,202 | 17.6 |
| **Fransa + Avrupa Toplamı** | **1,464,611** | **1,301,896** | **12.5** |
| Avrasya | 389,703 | 411,870 | -5.4 |
| Amerikalar | 416,934 | 466,891 | -10.7 |
| Afrika, Orta Doğu ve Hindistan | 308,012 | 339,289 | -9.2 |
| Asya Pasifik | 133,172 | 108,237 | 23.0 |
| **Toplam Fransa hariç + Avrupa** | **1,247,821** | **1,326,287** | **-5.9** |
| **Dünya** | 2,712,432 | 2,628,183 | 3.2 |

*\* Avrupa = AB (28 ülke - Bulgaristan & Romanya) + Balkanlar (5 ülke) + İzlanda, Norveç ve İsviçre*

Aralık – yılın başından bugüne

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Aralık 2014 sonu** | **Aralık 2013 sonu** | **% değişim** |
| **RENAULT** |  |  |  |
| Binek Otomobil | 1,811,343 | 1,837,737 | -1.4 |
| Hafif Ticari Araç | 307,501 | 293,753 | 4.7 |
| **Binek Otomobil + Hafif Ticari Araç** | **2,118,844** | **2,131,490** | **-0.6** |
| **DACIA** |  |  |  |
| Binek Otomobil | 474,624 | 399,605 | 18.8 |
| Hafif Ticari Araç | 36,841 | 29,991 | 22.8 |
| **Binek Otomobil + Hafif Ticari Araç** | **511,465** | **429,596** | **19.1** |
| **RENAULT SAMSUNG MOTORS** |  |  |  |
| Binek Otomobil | **82,123** | **67,097** | **22.4** |
| **RENAULT GRUBU** |  |  |  |
| Binek Otomobil | 2,368,090 | 2,304,439 | 2.8 |
| Hafif Ticari Araç | 344,342 | 323,744 | 6.4 |
| **Binek Otomobil + Hafif Ticari Araç** | **2,712,432** | **2,628,183** | **3.2** |

**Aralık 2014 sonu itibarıyla Renault Grubu ana pazarları**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Ülke** | **Binek Otomobil + Hafif Ticari Araç**  **Satışları** | **Pazar Payı** |  | **Ülke** | **Binek Otomobil + Hafif Ticari Araç**  **Satışları** | **Pazar Payı** |
| 1 | FRANSA | 577,601 | 26.6% | **9** | CEZAYİR | 91,800 | 26.9% |
| 2 | BREZİLYE | 237,187 | 7.1% | **10** | ARJANTİN | 84,946 | 12.9% |
| 3 | RUSYA | 194,531 | 7.9% | **11** | GÜNEY KORE | 80,003 | 4.9% |
| 4 | ALMANYA | 173,479 | 5.3% | **12** | BELÇİKA + LÜKSEMBURG | 77,303 | 13.0% |
| 5 | TÜRKİYE | 133,212 | 17.4% | **13** | KOLOMBİYA | 50,362 | 16.6% |
| 6 | İTALYA | 130,996 | 8.9% | **14** | FAS | 45,174 | 37.0% |
| 7 | İSPANYA | 127,666 | 13.2% | **15** | HİNDİSTAN | 44,849 | 1.5% |
| 8 | İNGİLTERE | 109,014 | 3.9% |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aralık 2014 sonu itibarıyla** Grubun 5 en iyi binek otomobil satışı | | | | |
| 1 | Duster (Renault+Dacia) | 395,350 | 234,883 Renault | 160,467 Dacia |
| 2 | Renault Clio IV | 378,526 |  |  |
| 3 | Yeni Logan (Renault+Dacia) | 234,766 | 137,357 Renault | 97,409 Dacia |
| 4 | Yeni Sandero (Renault+Dacia) | 227,036 | 58,927 Renault | 168,109 Dacia |
| 5 | Captur (Renault+RSM) | 196,592 | 178,401 Renault | 18,191 RSM |

**Web siteleri:** [**www.media.renault.com**](http://www.media.renault.com) **-** [**www.renault.com**](http://www.renault.be) **Bizi takip edin:** [**@Renault\_live.**](http://twitter.com/Renault_Live)

1. Daha önce Euromed Bölgesi’nde bulunan ve Türkiye, Romanya, Moldovya ve Bulgaristan’ı kapsayan Avrasya Bölgesi’nin yeni kapsamı [↑](#footnote-ref-1)
2. Euromed-Afrika ve Asya-Pasifik bölgeleri’nin ayrılmasını takiben oluşturulan Afrika, Orta Doğu ve Hindistan Bölgesi [↑](#footnote-ref-2)