|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | RENAULT GRUBU’NDAN REKOR SATIŞ ADEDİ **Renault Grubu, 2015’in ilk yarısına göre yüzde 13,4’lük artışla toplam 1 milyon 567 bin 720 adet satış gerçekleştirdi. Söz konusu rakam Renault ile Dacia markaları için 6 aylık dönemde yepyeni bir dünya rekoru anlamına geliyor.**  **Grup’un Avrupa’daki satışları yüzde 14 artarak yenilenen modellerin başarısı sayesinde pazardan daha iyi bir performans sergiledi (+yüzde 9.6). Avrupa’da satılan her 10 aracın 1’inden fazlası Grup tarafından satıldı.**  **Grup’un Avrupa dışındaki satışları ise Afrika, Ortadoğu, Hindistan Bölgesindeki ivme ile birlikte yüzde 12,5 oranında arttı. Tüm bölgelerdeki satışlar söz konusu pazarlardan daha hızlı büyüdü.**  **Renault Grubu’nun büyümesi, yıl boyunca devam eden pek çok yeni lansmanla devam ediyor olacak.**  **Türkiye’de ise Renault Grubu 79 bin 268 adet satış rakamı ile yüzde 1.4 büyüyen pazarda satışlarını yüzde 16.8 oranında artırdı ve toplam pazarda 2,4 puan artış kaydetti.**  Renault Grubu 2016 senesinin ilk yarısında rekor düzeyde satış gerçekleştirdiği. 2016’nın ilk yarısında yüzde 2,5 oranında artan global otomotiv sektöründe Renault Grubu’nun satışları yüzde 13,4 artarak 1,57 milyon araç düzeyine erişti. Pazar payı ise 0.3 puanlık artışla yüzde 3.5 oldu.  “Pazar payımız tüm bölgelerde yükseldi; özellikle de Avrupa ve Ortadoğu Hindistan bölgelerinde güçlü bir ivme gözlendi. Yenilenen serinin başarısı sayesinde Renault markası dünya çapında yüzde 16’lık büyüme sergiledi. Renault Samsung Motors ise Asya’da yüzde 25.9 oranında büyüdü. Dacia büyümeye devam ederek yılın ilk yarısında dünya çapında rekor düzeyde satış gerçekleştirdi” diye açıklamada bulundu Renault Grubu İcra Kurulu üyesi ve Satış & Pazarlama bölümü Başkan Yardımcısı **Thierry Koskas**.  **Avrupa’da** Grup’un satışları pazara oranla daha hızlı bir büyüme kaydetti. Diğer bir deyişle, yüzde 9,6 oranında büyüyen pazarda yüzde 14’lük büyüme gerçekleşti. Bu da, yılın ilk yarısında 968 bin 603 adetlik araç satışı anlamına geliyor. Grup’un Avrupa’daki pazar payı yüzde 10.6’ya yükseldi.  Renault markası Kadjar, Espace, Talisman ve Yeni Megane ile birlikte yenilenen ürün gamı sayesinde yüzde 15.6’lık büyüme gerçekleştirdi. Clio 4 Avrupa’nın en çok satan ikinci modeli durumunda. Captur ise Avrupa’da kendi sınıfında lider crossover pozisyonunda. Elektrikli otomobil pazarında ise Renault’nun pazar payı yüzde 27’ye erişti. ZOE’nin satışları yüzde 40 oranında artış kaydetti.  Dacia’nın satışları ise yüzde 9 yükseldi. Marka, yılın ilk yarısında yeni bir satış rekoru kırdı.  Fransa’da ise Grup’un pazar payı 0.5 puanlık artışla yüzde 27.4’e erişti. Başka bir deyişle, yüzde 9 oranında büyüyen pazarda satışlar yüzde 11,2 arttı. Grup, yılın altı aylık döneminde 361 bin 670 adet araç satışı gerçekleştirdi. Grup modellerinin 4’ü pazarın en çok satan İlk 10 binek otomobili arasında yer alırken, Clio 4 pazar lideri oldu.  Uluslararası alanda ise Rusya, Brezilya ve Cezayir’deki dalgalanmalar yerel otomotiv pazarlarında ağırlığını hissettirmeye devam etti. Ancak Grup her üç ülkede de pazar payını yükseltti. Grup’un bu gücü Hindistan, Türkiye, Arjantin ve İran gibi ülkelerdeki ivmeyle bir araya geldiğinde her bölgede pazar payının artması mümkün oldu.  **Afrika Ortadoğu Hindistan bölgesinde Grup’un gerçekleştirdiği satışlar yüzde** 38.2 arttı ve pazar payı yüzde 5.4’e erişti.  Hindistan’da ise Kwid ile de başarı ede edildi. Lansmanından beri 150 bin sipariş alan Kwid pazar payını 2.3 puanlık artışla yüzde 3.8’e ulaştırdı.  İran’da ise Grup 2015 sonundaki gidişatını devam ettirerek pazarın yeniden hareketlenmeye başlamasıyla beraber satışlarını üç katına çıkardı. Grup’un pazar payı 4.2 puanlık artışla yüzde 5.8’e ulaştı.  Kuzey Afrika’da pazar payında gerçekleşen 3.9 puanlık artışa rağmen satışlar yüzde 14.7 azaldı. Cezayir pazarında ise yüzde 53.7’lik azalma görüldü.  Cezayir’de ithalatı azaltmaya yönelik olarak yürürlüğe giren yeni yönetmeliklere rağmen Grup, 10 puanlık artışla yüzde 41,7’lik rekor pazar payı ile lider hale geldi. 23 Haziran’da açıklandığı haliyle Dacia Sandero’nun Oran tesisinde üretilmeye başlanmasıyla birlikte satış hacimlerinin artması mümkün olacak.  **Asya-Pasifik bölgesinde ise yüzde 3,8 oranında yükselme gösteren pazarda satışlar yüzde** 12.8 arttı. Bundaki en büyük etkenlerden biri de **Renault Samsung Motors’un** Güney Kore’de gösterdiği performans oldu. Güney Kore’de yüzde 25.9 oranında rekor düzeyde büyüme gerçekleştirildi. Mart 2016’da lanse edilen SM6’nın satışları daha şimdiden 27 bin 200 adede erişti.  Çin’de yılın ilk yarısında Kadjar’ın üretilmeye başlanması ön plandaydı.  **Avrasya bölgesinde Grup’un araç satışları yüzde 4 arttı ve pazar payı 1.6 puanlık artışa yüzde** 12.9’a ulaştı. Türkiye’de ise Grup iyi bir performans sergileyerek yüzde 1.4 büyüyen pazarda satışlarını yüzde 16.8 oranında artırdı. Bundaki en büyük etkenlerden biri ise satışları yüzde 39 artan Fluence oldu. Söz konusu performans, Grup’un pazar payını 0.4 puanlık artışla yüzde 7,7’ye çıkardığı Rusya pazarındaki düşüşü (-yüzde 14) dengelemiş oldu.  **Amerika bölgesinde Grup’un pazar payı 0.3 puan artışla yüzde** 6.2’ye ulaştı.yüzde 8.2 düşüş gösteren bölgesel pazarda satışlar sadece yüzde 3.1 oranında azaldı.  Renault markası Arjantin pazarının yeniden canlanmasınndan tam anlamıyla istifade etti ve yüzde 5,7 artan pazarda satışlarını etkileyici biçimde yüzde 22.2 artırdı.  Otomotiv pazarının sert bir şekilde küçüldüğü (-%25,1) Brezilya’da ise Grup, başarılı şekilde tutunarak pazar payını 0.3 puan artışla yüzde 7.3 yaptı.  Lansmanı gerçekleştirilecek olan ve 30 Haziran’da Kolombiya’da gösterimi gerçekleşen Renault Alaskan pick-up, Grubu bölgede iyi bir pozisyona getirmek üzere değerli bir fırsat olacak.  **2016’DA PAZARLARA GENEL BAKIŞ**  Kısa süre önce Avrupa’da lansmanı gerçekleştirilen Talisman ve Yeni Megane ile birlikte yenilenen Scenic ve uluslararası alanda Hindistan’da Kwid ile elde edilen başarı, Rusya’da lanse edilen Kaptur, Çin’de lanse edilen Kadjar ve Kore’deki SM6 sayesinde Grup’un ikinci yarıda büyümeyi devam ettireceği öngörülüyor.  Bu bağlamda Grup yılın tamamına ilişkin hedeflerini teyit ediyor:  - Global hacimlerde devam eden büyüme;  - Renault markasının Avrupa’da güçlenmesi;  - Beş bölgenin her birinde sahip olduğu pozisyonların iyileştirilmesi | |