

Tercer trimestre 2021: La prioridad dada al valor sobre el volumen permite optimizar la cifra de negocio en un contexto fuertemente marcado por la crisis de semiconductores

- La cifra de negocio del Grupo asciende a 9.000 mil millones de euros en el trimestre, un descenso del 13,4% (-14% a tipo de cambio y perímetro constantes¹), mientras que las ventas mundiales cayeron un 22,3% con 599.027 vehículos.
- Renault Group continúa su política comercial iniciada en el tercer trimestre de 2020, que ha supuesto un aumento de sus ventas en los canales más rentables y un efecto precio positivo de casi 3 puntos en el trimestre.
- La gama E-TECH² representa el 31,3% de las ventas de vehículos particulares de la marca Renault en Europa durante el trimestre.
- La renovación de la gama Dacia es un éxito, impulsada por Nuevo Sandero y Nuevo Duster. En el 3^{er} trimestre, Sandero fue el vehículo más vendido en Europa, Duster fue el SUV más vendido en Europa y los 2 modelos alcanzaron el podio de los vehículos más vendidos a particulares en Europa (Sandero 1º y Duster 3º).
- La cartera de pedidos del Grupo en Europa a fin septiembre se encuentra en un nivel récord en 15 años y representa 2,8 meses de ventas.
- El Grupo estima su pérdida de producción ligada a la falta de componentes para el tercer trimestre en alrededor de 170.000 unidades. Con una visibilidad reducida para el cuarto trimestre, el Grupo espera una pérdida de cerca de 500.000 vehículos durante todo el año.
- A pesar del aumento de las pérdidas de producción estimadas para el año, Renault Group confirma su orientación para lograr una tasa de margen operacional del Grupo para el año, del mismo orden que en el primer semestre. El Grupo también tiene como objetivo un free cash-flow operacional del Automóvil positivo en el ejercicio, sin tener en cuenta la variación de necesidades de fondos de maniobra.
- Renault Group confirma seguir la trayectoria para lograr su objetivo CAFE³ 2021.

“Las acciones puestas en marcha para continuar bajando costes y optimizar el valor de nuestra producción, nos permiten confirmar nuestro objetivo para el año a pesar del deterioro en la disponibilidad de componentes en el tercer trimestre y de una visibilidad reducida para el cuarto trimestre”, ha declarado **Clotilde Delbos, Directora Financiera del Grupo Renault**.

¹ Para analizar la variación de las ventas consolidadas a tipos de cambio y perímetro constantes, el Grupo Renault recalcula las ventas del año en curso aplicando los tipos de cambio medios anuales del año anterior y excluyendo los cambios de alcance significativos que se produjeron durante el año.

² Gama E-TECH = ventas de vehículos 100% eléctricos, híbridos enchufables e híbridos

³ CAFE : Corporate Average Fuel Economy

RESULTADOS COMERCIALES: HECHOS DESTACADOS DEL TERCER TRIMESTRE

En un contexto fuertemente impactado por la crisis de semiconductores y las paradas de producción, Renault Group ha vendido 599.027 vehículos en el tercer trimestre de 2021, lo que supone un descenso del 22,3% con respecto a 2020.

Las ventas del Grupo en Europa (53% de las ventas totales) caen un 26,3%. Las ventas internacionales bajan un 17,3%.

El descenso de la cifra de negocio, limitado a un -13,4%, confirma el impacto positivo de la política comercial del Grupo orientada a priorizar el valor de las ventas.

Marca Renault

La marca Renault ha vendido 365.934 vehículos en todo el mundo, lo que supone un descenso del 24,4% con respecto al tercer trimestre de 2020. En los cinco principales países de Europa (Francia, Alemania, España, Italia y Reino Unido), la marca avanza en los **canales de venta más rentables**: la cuota de mercado a particulares aumentó 6 puntos en comparación con el tercer trimestre de 2019, período anterior a la crisis.

En Europa, las ventas de vehículos particulares **E-TECH⁴** aumentan un 29% y representa el 31,3% de las ventas del trimestre, principalmente debido al exitoso lanzamiento de Arkana, que marca el regreso de la marca Renault al segmento C con más de 40.000 pedidos en 9 meses, el 56% de los cuales fueron en la versión híbrida E-TECH.

Las ventas de **vehículos comerciales** en el mundo han crecido un 1,4%, en un mercado que cae el 11,2%, gracias a los resultados de Master y Trafic.

Marcas Dacia y Lada

La marca Dacia ha vendido 138.375 vehículos, lo que supone un descenso del 11,2%. Dacia, sin embargo, superó al mercado gracias al éxito de Nuevo Sandero, el vehículo más vendido en Europa en el tercer trimestre, y de Nuevo Duster, el SUV más vendido en Europa en el tercer trimestre. Dacia ha conseguido posicionar a ambos modelos en el podio de ventas a clientes particulares en Europa en el tercer trimestre, con Sandero como el automóvil más vendido a clientes particulares y Duster como el tercer vehículo más vendido a clientes particulares.

Dacia Spring, el vehículo eléctrico más asequible del mercado europeo, ha registrado más de 30.000 pedidos desde que su reciente comercialización a clientes particulares.

Dacia ha presentado su nuevo y versátil modelo familiar y polivalente de 7 plazas, Jogger, que empezará a recibir pedidos a finales de año.

La marca Lada mantiene el liderazgo en el mercado ruso a pesar de una caída de las ventas del 27,8%. LADA Vesta y LADA Granta siguen siendo los vehículos más vendidos en este mercado.

⁴ Gama E-TECH = ventas de vehículos 100% eléctricos, híbridos enchufables e híbridos

CIFRA DE NEGOCIOS DEL TRIMESTRE POR SECTOR OPERACIONAL

En el tercer trimestre de 2021, la cifra de negocio del Grupo alcanzó los 8.987 millones de euros, un 13,4% menos que el año pasado. A tipos de cambio y perímetro constantes⁵, la disminución habría sido del 14%.

La cifra de negocio del Automóvil sin AVTOVAZ alcanza los 7.685 millones de euros, lo que supone un descenso del 14,1%.

Esta variación se explica principalmente por un descenso de los volúmenes (-20 puntos). Este efecto volumen se debe principalmente a la escasez de semiconductores y a la estricta política comercial.

Los efectos del tipo de cambio son positivos por un valor de 0,3 puntos debido a la revalorización de determinadas divisas (Real Brasileño, Libra Esterlina, Rublo Ruso).

El efecto precio, positivo con 2,9 puntos, refleja la continuación de nuestra política para favorecer el valor sobre el volumen de ventas. Sin embargo, se ve afectado por una base de comparación alta desde el tercer trimestre de 2020 y por menores aumentos de precio en los mercados emergentes en ausencia de efectos del tipo de cambio negativos.

El impacto de las ventas a los socios es negativo por valor de -1,2 puntos. Es principalmente el resultado de la bajada de las ventas de motores diésel a nuestros socios, quienes también se ven afectados por la falta de componentes.

El efecto del mix producto de +1,6 puntos refleja el éxito del modelo Arkana lanzado a principios de año y el buen desempeño de los vehículos comerciales ligeros.

El efecto del mix geográfico de -1,4 puntos se debe a una menor caída de las ventas internacionales que en Europa.

El efecto "otros" muestra una contribución positiva de 3,7 puntos fuertemente vinculada a la reformulación de las ventas con compromiso de recompra, en descenso con respecto al tercer trimestre de 2020.

La contribución de AVTOVAZ a la cifra de negocio del Grupo, un 19,0% inferior, se sitúa en 537 millones de euros en el trimestre. A tipos de cambio constantes, la contribución de AVTOVAZ habría disminuido un 23,9%.

Los servicios de movilidad contribuyen con 6 millones de euros a la cifra de negocio del tercer trimestre de 2021.

La financiación de las ventas (RCI Bank & Services) generó una cifra de negocio de 759 millones de euros en el tercer trimestre, estable en comparación con el tercer trimestre de 2020.

⁵ Para analizar la variación de las ventas consolidadas a tipos de cambio y perímetro constantes, el Grupo Renault recalcula las ventas del año en curso aplicando los tipos de cambio medios anuales del año anterior y excluyendo los cambios de alcance significativos que se produjeron durante el año.



A 30 de septiembre de 2021, los **stock totales** (incluida la red independiente) representan 340.000 vehículos frente a los 470.000 a fin septiembre 2020.

PERSPECTIVAS 2021

A pesar del aumento de las pérdidas de producción estimadas para el año, Renault Group confirma su objetivo de lograr en el ejercicio una tasa de margen operacional del Grupo del mismo orden que en el primer semestre.

El Grupo también tiene como objetivo un free cash-flow operacional del Automóvil, sin tener en cuenta la variación de necesidades de fondos de maniobra, positivo en el ejercicio.

Renault Group

Cifra de negocio consolidada de Renault Group

(en millones de euros)	2020	2021	Variación 2021/2020
1^{er} trimestre			
Automóvil sin AVTOVAZ	8.591	8.566	-0,3%
AVTOVAZ	701	685	-2,3%
Servicios de Movilidad	6	5	-16,7%
Financiación de las ventas	827	759	-8,2%
Total	10.125	10.015	-1,1%
2^o trimestre			
Automóvil sin AVTOVAZ	7.136	11.773	+65,0%
AVTOVAZ	388	800	+106,2%
Servicios de Movilidad	3	6	+77,8%
Financiación de las ventas	773	763	-1,3%
Total	8.300	13.342	+60,7%
3^{er} trimestre			
Automóvil sin AVTOVAZ	8.948	7.685	-14,1%
AVTOVAZ	663	537	-19,0%
Servicios de Movilidad	5	6	+20,0%
Financiación de las ventas	758	759	+0,1%
Total	10.374	8.987	-13,4%
Acumulado 9 meses			
Automóvil sin AVTOVAZ	24.675	28.024	+13,6%
AVTOVAZ	1.752	2.022	+15,4%
Servicios de Movilidad	14	17	+21,4%
Financiación de las ventas	2.358	2.281	-3,3%
Total	28.799	32.344	+12,3%



Total ventas del Grupo VP+VU por marca

	3º trimestre			Acumulado a fin septiembre		
	2020	2021	% variación	2020	2021	% variación
RENAULT						
VP	403.534	284.569	-29,5	1.027.490	988.761	-3,8
VU	80.260	81.365	+1,4	216.783	278.947	+28,7
VP+VU	483.794	365.934	-24,4	1.244.273	1.267.708	+1,9
RENAULT SAMSUNG MOTORS						
VP	16.373	13.174	-19,5	69.515	40.082	-42,3
DACIA						
VP	147.235	130.131	-11,6	343.159	369.542	+7,7
VU	8.600	8.244	-4,1	23.696	31.602	+33,4
VP+VU	155.835	138.375	-11,2	366.855	401.144	+9,3
LADA						
VP	101.819	75.138	-26,2	249.677	283.345	+13,5
VU	4.616	2.494	-46,0	9.501	9.820	+3,4
VP+VU	106.435	77.632	-27,1	259.178	293.165	+13,1
AVTOVAZ						
VP	997	1	---	9.517	183	---
ALPINE						
VP	348	668	+92,0	1.047	1.669	+59,4
JINBEI&HUASONG						
VP	313	17	-94,6	1.519	39	-97,4
VU	6 981	2.282	-67,3	17.910	15.669	-12,5
VP+VU	7 294	2.299	-68,5	19.429	15.708	-19,2
EVEASY						
VP	0	944	---	0	2.281	---
RENAULT GROUP						
VP	670.619	504.642	-24,7	1.701.924	1.685.902	-0,9
VU	100.457	94.385	-6,0	267.890	336.038	+25,4
VP+VU	771.076	599.027	-22,3	1.969.814	2.021.940	+2,6

Los 15 principales mercados del Grupo a fin septiembre 2021

VENTAS	(en unidades)	Volumen acumulado 9 meses 2021	Cuota de mercado VP+VU	Evolución de la cuota de mercado, respecto a 2020
		(en %)	(en puntos)	
1 Francia	391.483	24,6	-1,8	
2 Rusia	367.348	29,2	-0,5	
3 Alemania	128.996	5,8	-0,4	
4 Italia	117.227	9,0	-1,0	
5 Brasil	95.920	6,6	-0,4	
6 Turquía	86.894	15,6	-2,0	
7 España	84.785	11,0	-1,2	
8 India	75.786	2,8	0,0	
9 Marruecos	52.125	39,6	-1,5	
10 Reino Unido	51.186	3,2	-0,9	
11 Corea del Sur	42.803	3,4	-2,0	

Renault Group

12	Bélgica y Luxemburgo	38.716	9,3	-2,4
13	Polonia	38.287	9,6	-0,9
14	Colombia	35.878	22,1	-0,4
15	Rumanía	33.957	33,3	-6,9

Acerca de Renault Group <https://www.renaultgroup.com/>

Renault Group está a la vanguardia de la reinención de la movilidad. Con su alianza con Nissan y Mitsubishi Motors, y su experiencia única en términos de electrificación, Renault Group confía en la complementariedad de sus 5 marcas - Renault - Dacia - LADA - Alpine y Mobilize - y ofrece soluciones de movilidad sostenibles e innovadoras a sus clientes. Establecido en más de 130 países, el Grupo vendió 2,9 millones de vehículos en 2020. Agrupa a más de 170.000 empleados que personifican a diario su Razón de Ser, para que la movilidad nos acerque más entre nosotros. Preparado para afrontar retos en la carretera y en competición, el Grupo apuesta por una ambiciosa transformación que genere valor. Este se centra en el desarrollo de nuevas tecnologías y servicios, una nueva gama de vehículos aún más competitiva, equilibrada y electrificada. En consonancia con los retos medioambientales, el Grupo Renault tiene como objetivo lograr la neutralidad de carbono en Europa para 2040.