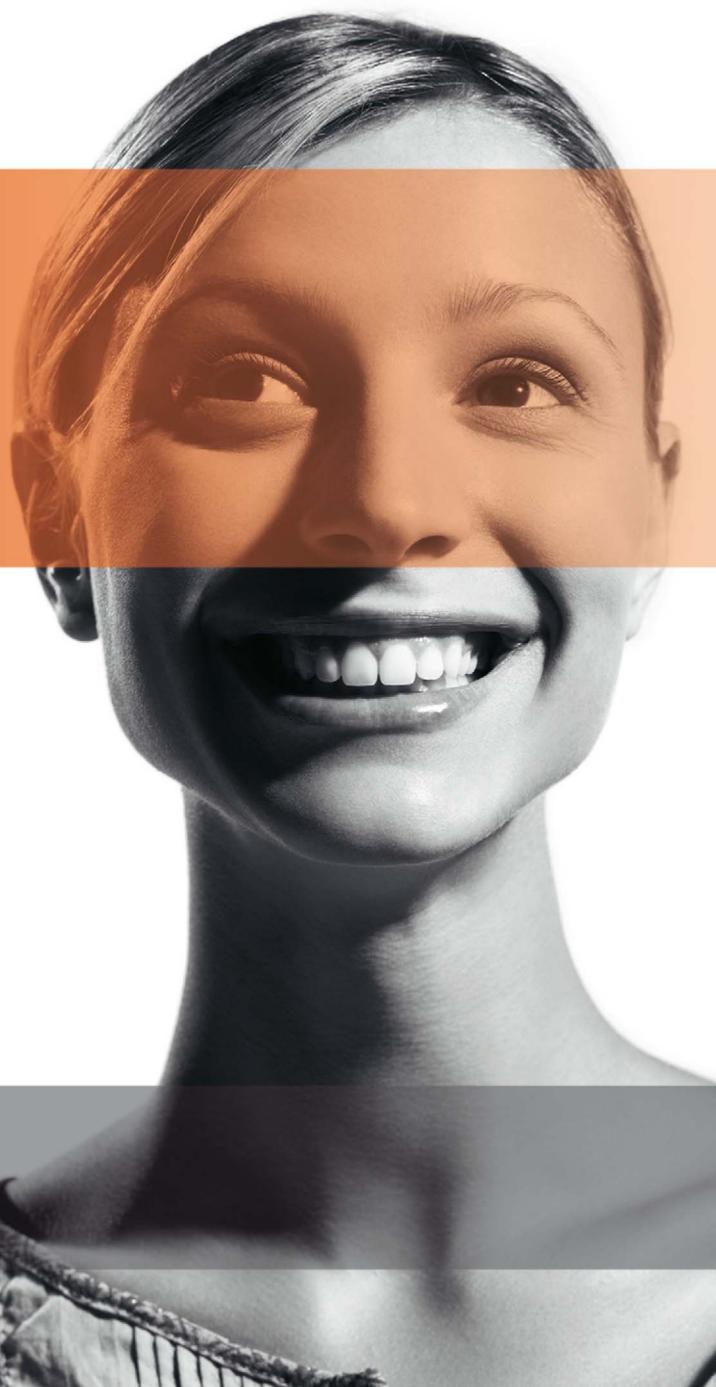




RAPPORT
D'ACTIVITÉ 2006



RENAULT

RAPPORT D'ACTIVITÉ - Année 2006

L'essentiel	2
Principaux chiffres	2
Synthèse générale	2
Perspectives	3
Chapitre 1 - Performances commerciales	4
Synthèse	4
1.1. AUTOMOBILE	5
1.1.1. Ventes mondiales du Groupe	5
1.1.2. Régions France et Europe	5
1.1.3. Région Euromed	8
1.1.4. Région Amériques	9
1.1.5. Région Asie-Afrique	9
1.2. FINANCEMENT DES VENTES	12
1.2.1. Taux d'intervention sur les immatriculations de véhicules neufs	12
1.2.2. Nouveaux financements et encours productifs moyens	12
1.2.3. Développement international	12
1.3. STATISTIQUES COMMERCIALES ET DE PRODUCTION	13
Chapitre 2 - Résultats financiers	19
Synthèse	19
2.1. COMMENTAIRES SUR LES RÉSULTATS FINANCIERS	19
2.1.1. Comptes de résultats consolidés	19
2.1.2. Investissements et coûts de préparation de l'avenir	21
2.1.3. Endettement de l'Automobile	22
2.1.4. Évolution des capitaux propres	23
2.2. COMPTES CONSOLIDÉS	24
2.2.1. Comptes de résultats consolidés	24
2.2.2. Bilans consolidés	25
2.2.3. Variation des capitaux propres consolidés	26
2.2.4. Tableaux de flux de trésorerie consolidés	27
2.2.5. Informations sectorielles	28
Chapitre 3 - Éléments financiers de l'Alliance	33

PRINCIPAUX CHIFFRES

- Ventes mondiales du Groupe : 2,4 millions de véhicules (- 4,0 % par rapport à 2005) :
 - Régions France et Europe : 1,7 million de véhicules, soit une baisse de 8,7 %,
 - Régions Euromed, Amériques et Asie-Afrique : 741 000 véhicules, soit une croissance de 8,6 %.
- Chiffre d'affaires du Groupe : 41 528 millions d'euros (- 0,8 % à périmètre et méthodes identiques).
- Marge opérationnelle du Groupe : 1 063 millions d'euros, soit 2,56 % du chiffre d'affaires, contre 1 323 millions d'euros et 3,20 % en 2005.
- Contribution des entreprises associées : Nissan pour 1 789 millions d'euros, contre 1 825 millions d'euros en 2005 (hors produit non récurrent⁽¹⁾) et AB Volvo pour 384 millions d'euros contre 308 millions d'euros en 2005.
- Résultat net : 2 943 millions d'euros en 2006 (contre 3 453 millions d'euros en 2005).
- Le résultat net par action s'élève à 11,17 euros après 13,19 euros en 2005.
- Variation de l'endettement de 162 millions d'euros, portant l'endettement financier net de l'**Automobile** à 2 414 millions d'euros au 31 décembre 2006, contre 2 252 millions d'euros au 31 décembre 2005. Le ratio endettement financier net sur capitaux propres a néanmoins continué à se renforcer passant de 11,5 % en 2005 à 11,4 % en 2006.

SYNTHÈSE GÉNÉRALE

Le recul de 4,0 % (plus de 100 000 véhicules) des **ventes mondiales** du groupe Renault enregistré sur l'année 2006 traduit des performances contrastées :

- dans les régions France et Europe où Renault a poursuivi sa politique commerciale sélective visant à réduire les ventes les moins rentables et dans l'attente des renouvellements de produits prévus à partir de 2007, les ventes sont en baisse de 8,7 % (- 160 000 unités). La marque Renault se place toutefois en deuxième position sur le marché des véhicules particuliers et utilitaires (VP+VU) avec une pénétration de 9,1 % et conserve sa première place sur celui du VU avec 14,1 % de part de marché ;
- hors d'Europe, dans les Régions Euromed, Amériques et Asie-Afrique, la croissance des ventes de 8,6 % (+ 59 000 unités) est portée par les trois marques du Groupe : Renault (+ 9,6 %), Dacia (+ 11,4 %) et Renault Samsung (+ 2,0 %).

(1) En 2005, Renault avait enregistré 450 millions d'euros de profit non récurrent lié à la finalisation par Nissan du transfert d'une partie de ses engagements de retraite à l'Etat japonais (en 2006 : 82 millions d'euros).

Le **chiffre d'affaires** du Groupe atteint 41 528 millions d'euros en baisse de 0,8 % à périmètre et méthodes identiques.

En 2006, la **marge opérationnelle** s'élève à 1 063 millions d'euros, soit 2,56 % du chiffre d'affaires, contre 1 323 millions d'euros et 3,20 % du chiffre d'affaires en 2005.

La contribution de l'**Automobile** à la marge opérationnelle s'élève à 571 millions d'euros, soit 1,4 % de son chiffre d'affaires contre 2,2 % en 2005. Cette baisse est liée principalement à la baisse des ventes sur le marché européen dans un environnement de forte concurrence, à une hausse plus forte que prévue du prix des matières premières, au coût du passage à la norme de dépollution Euro 4 non répercuté sur les prix de ventes, à l'augmentation des frais industriels liée à une moindre absorption des frais fixes. L'objectif de marge opérationnelle est atteint principalement grâce à l'effort de réduction des coûts (diminution des coûts d'achats hors impact des matières premières de 4 %, baisse des frais administratifs de 3 %) et aux progrès réalisés dans les Régions hors Europe.

La contribution à la marge opérationnelle du **Financement des ventes** (RCI Banque) progresse de 27 millions d'euros à 492 millions d'euros.

Renault enregistre un profit de 2,3 milliards d'euros au titre de sa **part dans le résultat des entreprises associées** (Nissan et AB Volvo) et son résultat net s'élève à 2,9 milliards d'euros.

L'**endettement financier net de l'Automobile** s'établit à 2 414 millions d'euros en augmentation de 162 millions d'euros. Avec un ratio d'endettement net sur fonds propres à 11,4 % (contre 11,5 % à fin décembre 2005), l'entreprise dispose d'un bilan financier très sain. L'**Automobile** dégage un **free cash flow**⁽²⁾ de 94 millions d'euros en 2006.

PERSPECTIVES

3

L'année 2007 marquera le début du retour à la croissance des ventes du Groupe.

- En Europe, sur des marchés stables, Renault va poursuivre sa politique commerciale sélective. Le premier semestre 2007 se situera dans la continuité de l'année 2006. Au second semestre, le Groupe bénéficiera des lancements de la future Twingo, puis de la future Laguna.
- Hors d'Europe, le démarrage de la production et de la commercialisation de Logan au Brésil, en Iran et en Inde à partir du printemps 2007, contribuera à la croissance des ventes. Par ailleurs, dans de nombreux pays, le groupe Renault poursuivra le renforcement de ses structures commerciales afin de préparer l'arrivée des nouveaux produits. Enfin, la fin de l'année sera marquée par le lancement d'un « cross-over » en Corée du Sud.

Au total, les ventes mondiales du groupe Renault connaîtront une légère croissance en 2007, concentrée sur le second semestre. En effet, la deuxième partie de l'année marquera le début de l'offensive produit de Renault, qui se traduira par trois lancements fin 2007 et plus d'une dizaine en 2008.

Pour être en trajectoire avec l'engagement de 6 % de marge opérationnelle en 2009, des jalons annuels de rentabilité ont été fixés en juillet 2006. Renault confirme le jalon de 3 % de marge opérationnelle en 2007. Ces 3 % correspondent à la moyenne d'une année qui sera contrastée, avec un premier semestre légèrement en baisse par rapport à 2006 et un second semestre en progrès.

(2) Free cash flow = capacité d'autofinancement diminuée des investissements corporels et incorporels nets des cessions, y compris la variation du besoin en fonds de roulement.

Chapitre 1

Performances commerciales

Depuis le 1^{er} janvier 2006, Renault a mis en place une nouvelle organisation géographique avec la création de 5 Régions⁽¹⁾ (France, Europe - hors France -, Euromed, Amériques, Asie-Afrique), chacune pilotée par un Comité de Management de Région, responsable de la

contribution de sa zone géographique aux résultats de l'entreprise. La présentation des résultats commerciaux du groupe Renault s'appuie donc, à présent, sur cette nouvelle organisation.

SYNTHÈSE

AUTOMOBILE

- En 2006 et avec 2,4 millions de véhicules vendus, les ventes mondiales du groupe Renault reculent de 4,0 % par rapport à l'année 2005.
- Dans les Régions France et Europe, les ventes du Groupe enregistrent un repli de 8,7 % dans un marché en hausse de 1,4 %. Dans ces Régions, Renault a poursuivi sa politique commerciale sélective, qui vise à privilégier les canaux de ventes les plus rentables (particuliers et entreprises) et préparer ainsi le lancement des nouveaux modèles. Le tassement des ventes s'explique également par une phase du cycle produit peu favorable. La marque Renault se place néanmoins en deuxième position sur le marché des véhicules particuliers et utilitaires (VP+VU) avec une pénétration de 9,1 % (- 1,1 point) et 1,6 million d'unités immatriculées. Grâce au lancement réussi de Clio III au second semestre 2005, Renault maintient sa deuxième place sur le segment des petites voitures (A+B). La marque conserve son leadership sur le marché des véhicules utilitaires (14,1 % de part de marché) avec les solides performances de Kangoo, Master et Trafic. Avec plus de 47 400 Logan commercialisées au cours de l'année 2006, la marque Dacia voit ses ventes augmenter de 54,3 %.
- Dans les Régions Euromed, Amériques et Asie-Afrique, les ventes du Groupe sont en hausse de 8,6 %. Elles représentent désormais 30 % des ventes totales du Groupe (contre 27 % en 2005), ce qui témoigne de l'internationalisation croissante de Renault. Les trois marques du Groupe participent à cette croissance : les ventes de la marque Renault progressent de 9,6 % ; celles de Dacia de 11,4 % et celles de Renault Samsung de 2,0 %.
 - Dans la Région Euromed, les ventes du Groupe progressent de 12,8 % grâce notamment au succès de Logan en Russie et aux bonnes performances enregistrées dans les pays du Maghreb.
 - Dans la Région Amériques, le Groupe - essentiellement représenté par la marque Renault - progresse de 12,7 % sur des marchés dynamiques.
 - Sur la Région Asie-Afrique, les ventes reculent de 2,8 %. La progression continue de la marque Renault Samsung (+ 2,4 %) ne suffit pas à compenser le repli de la marque Renault (- 13,7 %).

FINANCEMENT DES VENTES

- Les encours productifs moyens de RCI Banque sont stables (- 0,1 % à périmètre constant) en 2006 et atteignent 23,1 milliards d'euros au 31 décembre 2006.

(1) Le terme « Région » utilisé dans ce rapport d'activité correspond aux zones géographiques déterminées par Renault pour sa nouvelle organisation. La liste exhaustive des pays inclus dans chaque Région est donnée en page 18 de ce document.

Chapitre 1

Performances commerciales

1.1. AUTOMOBILE

1.1.1. Ventes mondiales du Groupe - VP + VU

	2006*	2005*	Var. (%)
GROUPE	2 433 372	2 534 691	- 4,0
PAR RÉGION			
France	668 675	704 865	- 5,1
Europe	1 023 521	1 147 609	- 10,8
France + Europe	1 692 196	1 852 474	- 8,7
Euromed	380 638	337 497	+ 12,8
Amériques	185 518	164 591	+ 12,7
Asie-Afrique	175 020	180 129	- 2,8
Euromed + Amériques + Asie-Afrique	741 176	682 217	+ 8,6
PAR MARQUE			
Renault	2 115 176	2 250 839	- 6,0
Dacia	196 341	164 364	+ 19,5
Renault Samsung	121 855	119 488	+ 2,0
PAR TYPE DE VÉHICULES			
Véhicules particuliers	2 043 105	2 141 565	- 4,6
Véhicules utilitaires	390 267	393 126	- 0,7

* Chiffres provisoires.

En 2006, les ventes du Groupe atteignent 2 433 000 véhicules, soit un repli de plus de 101 000 unités (- 4,0 %). Cette évolution des ventes s'explique par des performances contrastées : alors que les ventes du Groupe reculent de plus de 160 000 unités (- 8,7 %) dans les Régions France et Europe, les ventes dans le reste du monde augmentent de près de 59 000 unités (+ 8,6 %).

1.1.2. Régions France et Europe

VENTES DU GROUPE PAR MARQUE - VP + VU

	2006*	2005*	Var. (%)
FRANCE			
Renault	649 881	695 067	- 6,5
Dacia	18 794	9 798	+ 91,8
Groupe	668 675	704 865	- 5,1
EUROPE			
Renault	994 808	1 126 624	- 11,7
Dacia	28 713	20 985	+ 36,8
Groupe	1 023 521	1 147 609	- 10,8
FRANCE + EUROPE			
Renault	1 644 689	1 821 691	- 9,7
Dacia	47 507	30 783	+ 54,3
Groupe	1 692 196	1 852 474	- 8,7

* Chiffres provisoires.

Les marques Dacia et Renault Samsung maintiennent de bons niveaux de performance avec des ventes en hausse respectivement de plus de 32 000 et 2 000 unités (+ 19,5 % et + 2,0 %), tandis que la marque Renault enregistre un repli de 136 000 unités (- 6,0 %).

Le marché des véhicules particuliers et utilitaires est en légère croissance (+ 1,4 %) sur l'année 2006 à près de 18 millions d'unités. Sur ce marché mature, qui est le terrain d'une concurrence exacerbée et de fortes activités promotionnelles, les immatriculations du Groupe se replient de 8,7 % à près de 1 665 000 unités, soit une part de marché de 9,4 % (contre 10,4 % en 2005).

Cette évolution intervient sur des marchés contrastés : l'Allemagne (+ 4,2 %) où les ventes se sont accélérées en anticipation d'une hausse de la T.V.A. à compter du début de l'année 2007, l'Italie (+ 3,8 %), ainsi que l'ensemble Belgique-Luxembourg (+ 7,9 %) progressent significativement. Le marché automobile polonais renoue également avec la croissance (+ 2,3 %). En revanche, on constate un repli du marché en Espagne (- 0,4 %), en France (- 1,9 %), au Royaume-Uni (- 3,3 %) et au Portugal (- 5,1 %).

→ Marque Renault

Avec près de 1 618 000 véhicules immatriculés (- 9,7 %) en 2006, la marque Renault se place en deuxième position sur le marché des véhicules particuliers et utilitaires, soit une part de marché de 9,1 % en retrait de 1,1 point par rapport à l'année 2005.

Chapitre 1

Performances commerciales

Ce recul s'explique en partie par le renforcement depuis le début de l'année 2006 de la politique commerciale sélective du Groupe. Cette politique consiste à privilégier les ventes aux particuliers et aux entreprises, plus rentables, et à limiter les ventes aux Loueurs Courte Durée et les immatriculations de véhicules constructeurs (essentiellement constitués par les véhicules de démonstration et de remplacement). En effet, les véhicules vendus à ces derniers canaux reviennent rapidement abonder le marché de l'occasion, et font concurrence aux véhicules neufs. Dans ces conditions, la valeur résiduelle des véhicules d'occasion chute et entraîne une baisse de la rentabilité sur les véhicules neufs comme sur les véhicules d'occasion.

L'objectif est d'améliorer la rentabilité des véhicules tant sur le marché de l'occasion que sur le marché des véhicules neufs et de préparer ainsi le lancement des nouveaux modèles, en assainissant le marché de l'occasion par une réduction des canaux de ventes les moins profitables.

La baisse des ventes de la marque Renault sur le marché européen est également liée au vieillissement de la gamme, et à l'attente des nouveaux modèles prévus dans le plan Renault Contrat 2009.

Par pays

En **France**, les immatriculations sont en repli de 6,4 %. Renault enregistre une part de marché de 25,5 % (- 1,2 point) et confirme sa position de première marque. Clio, avec le lancement de Clio III en septembre 2005, et Mégane II qui a bénéficié du lancement de la phase 2 en mars 2006, sont les deux modèles les plus vendus dans le pays avec des pénétrations de 8,5 % et 8,0 % respectivement sur le marché des véhicules particuliers.

Au sein de la Région Europe, Renault est la première marque au **Portugal** (13,5 %), en **Slovénie** (22,1%), la deuxième en **Espagne** (10,5 %), en **Croatie** (12,3 %) et la troisième sur l'ensemble **Belgique-Luxembourg** (10,3 %).

En **Espagne**, les ventes de Renault reculent de 15,7 %, en raison de l'application d'une politique commerciale plus sélective dans un contexte de guerre commerciale intense et coûteuse.

En **Allemagne**, la marque Renault enregistre une bonne performance sur le marché des véhicules utilitaires (+ 2,4 %). En revanche, les ventes de véhicules particuliers diminuent de 10,3 % en raison de l'application de la politique commerciale sélective, qui a permis de réduire significativement les ventes aux Loueurs Courte Durée et les immatriculations de véhicules constructeurs, tandis que les ventes aux particuliers progressent ; ce qui est précisément le résultat attendu de la nouvelle politique commerciale mise en œuvre.

Au **Royaume-Uni**, sur un marché qui se contracte depuis deux ans et caractérisé par des surenchères commerciales, Renault cède 1,1 point de part de marché (6,0 %).

En **Pologne**, les ventes de Renault augmentent de 5,2 % pour atteindre 7,6 % de part de marché. Renault bénéficie du retour à la croissance de ce marché qui

a souffert pendant plusieurs mois de l'importation de véhicules d'occasion en provenance d'Europe Occidentale et qui ont, en grande partie, remplacé la vente de véhicules neufs.

Par modèle - véhicules particuliers

Le marché des véhicules particuliers sur les Régions France et Europe s'établit à 15,5 millions de véhicules, en hausse de 0,9 % par rapport à l'année 2005. La part de marché de la marque Renault atteint 8,4 % avec des immatriculations en repli de 12,4 %.

Par modèle, Renault connaît des performances contrastées, mais reste en tête des segments B avec Clio / Thalia et Modus, des MPV (grands monospaces) avec Espace, et se place en troisième position du segment C avec Mégane II.

- Sur le *segment A des petites voitures citadines*, après 13 ans de commercialisation et dans l'attente de son renouvellement au mois de juin 2007, le nombre de **Twingo** immatriculées diminue de 28,7 % à 55 000 unités. En France, malgré une baisse des immatriculations de 16,4 %, Twingo reste leader du segment (23,6 % de pénétration).
- Renault est leader du *segment B des petites voitures* sur les Régions France et Europe avec sa double offre de véhicules - Modus et Clio - et atteint une part de segment de 11,5 % en légère baisse par rapport à 2005 (- 0,3 point).

Les immatriculations de **Modus**, reculent de près de 86 000 unités par rapport à 2005 et représentent 11,4 % du segment des minispaces. La croissance de ce segment n'a pas été à la mesure des anticipations et les objectifs de ventes annoncés lors du lancement de Modus en septembre 2004 n'ont jamais été atteints. Cependant, 308 000 Modus ont été vendus depuis son lancement et les enquêtes auprès des clients montrent que ce minispace offre un niveau de satisfaction très élevé à ses propriétaires.

Avec des ventes en hausse de 28,2 % grâce au succès de Clio III lancée en septembre 2005 et élue Voiture de l'année 2006 en Europe, **Clio** occupe la deuxième position du segment B avec une part de 9,8 % de ce segment. Clio II, qui est maintenue dans la gamme pour compléter l'offre dans les tranches de prix les plus basses, prouve sa bonne complémentarité avec Clio III. En effet, Clio II affiche des ventes stables sur l'année 2006 et représente encore 25,3% des ventes de Clio. Clio II a bénéficié d'une nouvelle évolution en septembre 2006 et est désormais commercialisée sous le nom de Clio Campus. Pour cette troisième génération de Clio, Renault a déployé un nouveau schéma industriel autour des usines de Flins, de Bursa en Turquie où est déjà fabriquée la Clio Symbol et où Clio III est produite depuis le mois de janvier 2006 et de l'usine de Valladolid, qui produit Clio III depuis octobre 2006. Clio III offre un niveau de qualité jamais atteint au lancement d'un modèle et démontre les progrès réalisés par Renault dans ce domaine. Son positionnement haut de gamme a été renforcé avec le lancement en mai 2006 d'une version Renault Sport, fabriquée sur le site de Dieppe, et d'une nouvelle motorisation 2.0 essence 16 soupapes 140 ch développée dans le cadre de l'Alliance avec Nissan.

Thalia, version tricorps de Clio, contribue à la performance de Renault en Europe sur le segment B avec près de 8 300 unités vendues. Une nouvelle évolution de ce modèle est commercialisée depuis le mois de septembre 2006, avec un nouveau design extérieur, un nouvel intérieur ainsi qu'une refonte de la gamme des motorisations et de nouveaux équipements.

Au total, le segment A et B des petites voitures est en croissance de 6,2 % et représente plus du tiers des ventes dans les Régions France et Europe.

- Sur le *segment des assimilés véhicules particuliers*, **Kangoo VP**, qui est dans sa neuvième année de commercialisation, a bénéficié en début d'année du lancement de deux nouvelles versions : Kangoo Pampa Génération 2006 et Kangoo 4x4 Génération 2006. Avec une pénétration de 13,6 % (contre 16,5 % en 2005), Kangoo VP se classe au troisième rang sur ce segment.
- Sur le *segment C*, **Mégane II**, qui est entrée dans sa quatrième année de commercialisation, voit ses ventes régresser de 18,8 % depuis le début de l'année 2006 (- 124 500 véhicules par rapport à 2005). En occupant 3,4 % du marché européen des véhicules particuliers en 2006, Mégane II est le troisième véhicule le plus vendu en Europe toutes catégories confondues. Mégane II est également en troisième position du segment avec une pénétration de 10,7 % (12,5 % en 2005) et est leader de ce segment en France (24,9 % de part de segment), en Slovaquie (22,7 %), au Portugal (18,7 %) et aux Pays-Bas (12,0 %).

En 2006 sur un segment en repli de 4,9 %, près de 538 300 Mégane II ont été vendues sur les Régions France et Europe. Mégane II a bénéficié, en janvier 2006, du lancement de la phase 2, qui s'appuie notamment sur la nouvelle motorisation diesel de l'Alliance, le 2.0 dCi 16 soupapes 150 ch. Les ventes de Scénic II ont également été dynamisées par le lancement d'une phase 2 en septembre 2006, avec notamment l'introduction d'une nouvelle version, Grand Scénic 5 places.

- Sur le *segment D des voitures moyennes supérieures* en repli de 3,3 %, près de 78 400 **Laguna** ont été commercialisées en 2006. Cette baisse des ventes (- 27,2 % par rapport à 2005) s'explique en partie par l'attente du renouvellement de ce modèle puisque Laguna III sera lancée en septembre 2007.
- Avec 4 900 **Vel Satis** immatriculées en 2006, la part de Renault sur le *segment supérieur E1* recule de 0,4 point à 0,8 %. Depuis le mois de juin 2006, Vel Satis bénéficie de deux nouvelles motorisations diesel : le 2.0 dCi, équipé d'un filtre à particules et décliné en 150 ch et 175 ch, ainsi que le V6 diesel 3.0 dCi 180 ch dont la puissance a été augmentée et qui est désormais associé à la boîte proactive 6 rapports.
- **Espace IV**, dans sa quatrième année de commercialisation, conforte sa première place avec une pénétration de 14,8 % en 2006 (- 3,4 points) sur le *segment MPV*, qui se stabilise (+ 0,9 %) après avoir connu une situation de repli pendant presque 2 ans. Espace est premier de son segment en France

(35,5 % de pénétration), aux Pays-Bas (25,5 %), sur l'ensemble Belgique-Luxembourg (20,1 %) et en Suisse (18,1 %). Espace a bénéficié en mars 2006 du lancement d'une phase 2, dotée du nouveau moteur diesel de l'Alliance, décliné en 2 puissances, 150 ch et 175 ch et équipé d'un filtre à particules. Plus de 42 000 Espace ont été vendus en 2006.

Par modèle - véhicules utilitaires

Le marché des véhicules utilitaires sur les Régions France et Europe s'établit à 2,3 millions de véhicules, en hausse de 4,8 % par rapport à l'année 2005. Avec des ventes de véhicules utilitaires en hausse de 2,9 % en 2006, la marque Renault enregistre un record avec près de 318 700 véhicules vendus, ce qui lui permet de maintenir une part de marché de 14,1 % (- 0,3 point) et de conserver sa première place pour la neuvième année consécutive. Cette performance est d'autant plus significative que la gamme des véhicules utilitaires est l'une des composantes les plus rentables de l'ensemble de l'offre Renault.

Les ventes de Renault continuent de croître en Allemagne (+ 2,4 %), aux Pays-Bas (+ 6,4 %), en France (+ 6,7 %) où Renault s'octroie 34,3 % du marché. En revanche, les ventes régressent en Italie (- 9,6 %), en Espagne (- 2,8 %) et au Royaume-Uni (- 1,9 %).

- Sur le *segment des fourgonnettes*, **Kangoo Express** reste leader sur les Régions France et Europe avec une pénétration du segment de 19,7 % (- 0,3 point par rapport à 2005). Avec 108 500 unités vendues, Kangoo Express occupe la deuxième place au classement européen des véhicules utilitaires toutes catégories confondues.
- Sur le *segment des véhicules de société*, **Clio société** reste en tête du segment avec une pénétration de 14,3 % (- 0,7 point par rapport à 2005). Les immatriculations de **Mégane société** sont quant à elles en repli de 3,5 % et s'octroient une part de 5,4 % (- 0,7 point) du segment.
- Sur le *segment des fourgons*, Renault prend la deuxième place et atteint une part de marché record de 13,7 % (+ 0,3 point). Les immatriculations de **Trafic** sont en hausse de 2,8 % tandis que celles de **Master** augmentent de 3,6 %. Les lancements de la phase 2 de Trafic et de la phase 3 de Master en octobre 2006 permettent de renforcer l'attractivité de la gamme et de redynamiser les ventes. Pour répondre aux normes Euro 4, la gamme des motorisations diesel est complètement renouvelée avec l'arrivée du moteur 2.0 dCi, développé dans le cadre de l'Alliance. Plus performante, plus souple, plus sobre, cette nouvelle motorisation est disponible en deux versions, 90 ch et 115 ch. La puissance du 2.5 dCi, qui est doté d'un filtre à particules, augmente également puisqu'elle passe de 135 ch à 150 ch. Ces modifications sont aussi accompagnées d'une évolution de l'offre de boîtes de vitesses manuelle et robotisée à 6 rapports.

Renault figure désormais parmi les leaders européens du camping-car avec près de 9 000 ventes en 2006. Les campings-cars représentent 14% des ventes de Master.

Chapitre 1

Performances commerciales

→ Marque Dacia

Avec plus de 79 800 Logan vendues depuis son lancement en Europe en 2004, Dacia s'est implantée avec succès dans les Régions France et Europe. Les ventes de Logan ont augmenté de 56,4 % par rapport à l'année 2005 à 47 400 unités dont près de 19 000 en France. Forte des bons résultats obtenus avec les motorisations essence 1.4 et 1.6, la gamme Logan s'est étoffée avec l'introduction en mars 2006 en France et en Europe d'une motorisation diesel 1.5 dCi, déjà proposée sur les modèles Clio, Modus et Kangoo. Cette motorisation constitue dans un grand nombre de pays l'offre diesel la moins chère du marché et contribue au rapport prix/prestation inédit de Logan. Sur l'année 2006, cette nouvelle motorisation représente 32,4 % du mix des immatriculations sur les Régions France et Europe.

1.1.3. Région Euromed

VENTES DU GROUPE PAR MARQUE - VP + VU

	2006*	2005*	Var. (%)
Renault	235 074	206 169	+ 14,0
Dacia	145 481	130 934	+ 11,1
Renault Samsung	83	394	- 78,9
Groupe	380 638	337 497	+ 12,8

* Chiffres provisoires.

En 2006, le marché automobile de la Région Euromed augmente de 14,0 % par rapport à 2005. Dans ce contexte, les ventes du Groupe sont en hausse de 12,8 % à plus de 380 600 véhicules, soit 10,2 % du marché, et représentent 15,6 % des ventes mondiales de Renault.

→ Marque Renault

La marque Renault continue de croître (+ 14,0 %) avec près de 235 100 véhicules vendus, soit 61,8 % des ventes du Groupe dans la Région. La part de marché de la marque Renault s'établit à 6,2 %, stable par rapport à l'année 2005.

En **Turquie**, le marché est en recul de 13,6 % sur l'année 2006, avec un repli marqué sur le second semestre (- 28,8 %), suite à la dévaluation de la Livre turque en mai. Dans ce contexte, les ventes de Renault baissent de 21,1 % et la marque se place en deuxième position sur le marché des véhicules particuliers et utilitaires avec une pénétration de 13,8 % (- 1,3 point par rapport à l'année 2005). Renault reste en tête du marché des véhicules particuliers et se positionne à la première place à la fois sur le segment B, dont elle détient 20,3 % avec Thalia, Clio et Modus, et sur le segment C avec Mégane (17,6 % de part de marché). Mégane et Thalia sont respectivement 1^{er} et 2^{ème} modèles les plus vendus tous segments confondus. Au total, en incluant les ventes de Logan sous la marque Dacia, le Groupe affiche une part de marché de 17,9 % sur le marché des véhicules particuliers.

En **Russie**, le succès de Logan, commercialisée sous la marque Renault, a permis de multiplier par 2,5 les ventes de la marque sur l'année 2006. Logan a été commercialisée à 49 300 exemplaires en Russie, ce qui fait de ce pays le marché le plus important pour Logan après la Roumanie. Ces bons résultats permettent à la marque d'occuper 3,8 % du marché. Logan est assemblée dans l'usine d'Avtoframos à Moscou depuis avril 2005 et commercialisée depuis septembre de la même année. Afin de répondre à la demande, la production de l'usine moscovite passera de 60 000 à 80 000 véhicules par an à partir de 2007.

Au **Maroc**, avec une pénétration de 16,6 %, Renault occupe la première place du marché. Sur l'année 2006, les ventes de la marque sont en hausse de 13,5 % portées par un marché en croissance de 30,1 % et une hausse des ventes de Kangoo VP de 37,5 % (7 800 unités vendues en 2006).

→ Marque Dacia

Les ventes de Dacia augmentent de 11,1 % sur la Région Euromed par rapport à l'année 2005. Avec 145 500 véhicules immatriculés, Dacia prend sur cette Région une part de marché de 4,0 %.

En **Roumanie**, les ventes de Dacia reculent de 4,9 % à 107 800 unités sur un marché en hausse de 14,7 %. La part de Dacia sur son marché domestique, qui s'ouvre de plus en plus aux marques importées, s'établit ainsi à 37,4 % contre 45,1 % en 2005. Ce recul s'explique également par la baisse des ventes du pick-up, dont la production a cessé à la fin de l'année 2006 afin de mettre à disposition de Logan l'ensemble des capacités installées. Dacia reste malgré tout leader avec 26,7 points de part de marché d'avance sur son concurrent le plus proche. Cette performance s'explique par le succès de Logan, qui représente 37,5 % des véhicules particuliers immatriculés en Roumanie et dont les ventes continuent de croître (+ 8,8 % à plus de 96 000 unités). Depuis son lancement en septembre 2004, près de 204 600 Logan ont été commercialisées en Roumanie et près de 343 500 unités ont été produites à l'usine Dacia de Pitesti (Roumanie). La gamme Logan a été élargie avec le lancement de la Logan MCV en fin d'année 2006 et sera encore étoffée au cours de l'année 2007 avec la commercialisation, à partir de février, de la version utilitaire dérivée de Logan MCV.

Au total, en prenant en compte les ventes des marques Renault et Dacia, le Groupe occupe 45,6 % du marché roumain des véhicules particuliers et utilitaires.

Au **Maroc**, Logan est assemblée dans l'usine SOMACA de Casablanca depuis juillet 2005, à partir de collections de pièces livrées principalement de Roumanie. Forte de cette implantation locale et avec 12 700 Logan commercialisées sur l'année 2006, Dacia a rapidement conquis une part de marché significative (15,1 % à fin décembre 2006 contre 4,2 % en 2005). La marque est ainsi devenue deuxième, juste après la marque Renault, sur le marché marocain et Logan le véhicule le plus vendu toutes catégories confondues. Grâce à la performance remarquable et combinée des marques Renault et Dacia au Maroc, le Groupe s'octroie une pénétration de 31,7 % en hausse de 8,4 points.

Logan connaît également un réel succès en **Turquie**, où près de 7 400 exemplaires ont été vendus, en **Algérie**, en **Ukraine** et en **Bulgarie** (respectivement 8 600, 5 900 et 1 700 unités vendues en 2006). Dans ce dernier pays, Logan MCV a également été lancée en octobre 2006 et la version utilitaire sera commercialisée dès février 2007 comme en Roumanie.

1.1.4. Région Amériques

VENTES DU GROUPE PAR MARQUE - VP + VU

	2006*	2005*	Var. (%)
Renault	182 463	161 641	+ 12,9
Dacia	421	162	+ 159,9
Renault Samsung	2 634	2 788	- 5,5
Groupe	185 518	164 591	+ 12,7

* Chiffres provisoires.

Le marché automobile dans la Région Amériques a augmenté de 10,8 % par rapport à l'année 2005. Avec 185 500 véhicules vendus (+ 12,7 %), le Groupe occupe 4,1 % du marché. Les ventes du Groupe dans cette Région représentent 7,6 % des ventes mondiales de Renault.

L'essentiel des ventes du Groupe dans la Région Amériques (98 %) est réalisé par la marque Renault, dont les ventes sont en croissance de 12,9 % pour atteindre une part de marché de 4,0 % sur l'année 2006.

En **Argentine**, le marché automobile continue de progresser (+ 16,1 %). Grâce à Clio (+ 22,6 %), Kangoo VP (+ 71,6 %), Kangoo VU (+ 44,3 %) et Mégane (+ 45,4 %), le Groupe augmente ses ventes de 29,0 %. Avec près de 48 200 unités vendues, la part de marché de Renault s'établit à 11,5 % (en hausse de 1,2 point). Le lancement de Logan au cours de l'année 2007 permettra d'accroître encore davantage la présence de Renault sur ce marché.

Au **Brésil**, la part de marché de Renault s'établit à 2,8 % avec près de 51 700 véhicules vendus. Les ventes de Renault progressent de 8,7 % par rapport à l'année 2005 sur un marché en hausse de 13,0 %, marqué par la progression des motorisations flex-fuel qui représentent 75 % des immatriculations. En proposant un seul modèle avec ce type de motorisation, la Clio 1.6 16 soupapes Hi-Flex, Renault ne dispose pas encore d'une offre suffisamment large pour profiter pleinement de la croissance du marché. Les lancements de Mégane II Sedan et de Mégane Grand Tour au cours de l'année 2006 ont néanmoins permis de redynamiser les ventes. En 2007, Renault démarrera la production de Logan dans l'usine de Curitiba pour une commercialisation locale et à destination de l'Argentine. D'autres introductions significatives sont prévues dans le cadre du plan Renault Contrat 2009 pour adapter rapidement l'offre produit de Renault au Brésil, avec notamment la version hatchback de la Logan qui y sera lancée en première mondiale au début de l'année 2008.

En **Colombie**, les ventes de Renault en hausse de 36,7 % affichent une croissance supérieure à celle du marché (+ 33,8 %). Avec 33 000 véhicules vendus, la part de marché de Renault atteint 18,0 % (stable par rapport à 2005 : + 0,4 point) et la marque consolide ainsi sa deuxième position. Le lancement réussi de Logan sous la marque Renault en septembre 2005, explique en partie ces bons résultats puisque 7 100 unités de ce modèle ont été vendues au cours de l'année 2006. Clio et Twingo, dont les ventes sont en hausse respectivement de 32,9 % et 33,3 %, portent également cette croissance.

Au **Mexique**, la pénétration de Renault est en baisse de 0,4 point à 1,8 %, sur un marché quasi-stable (+ 1,0 %). En 2006, les ventes de Renault baissent de 15,8 % (à près de 20 300 unités) dans l'attente du renouvellement de la gamme au cours de l'année 2007 avec les lancements prochains de Clio III et de Kangoo VP.

Au **Venezuela**, le bon accueil réservé à Logan permet à Renault d'augmenter ses ventes de 36,9 % et de compenser largement les baisses enregistrées sur les autres modèles de la gamme notamment de Twingo (- 10,1 %). Lancée en septembre 2005, Logan représente avec près de 5 700 unités, déjà 40,3 % du mix des ventes de la marque.

Au total, 14 100 Logan ont été vendues dans la Région Amériques sur l'année 2006. L'essentiel de ces Logan sont commercialisées sous la marque Renault, à l'exception de quelques unités (417) vendues sous la marque Dacia essentiellement en Guadeloupe, Martinique, Guyane et à St Martin.

1.1.5. Région Asie-Afrique

VENTES DU GROUPE PAR MARQUE - VP + VU

	2006*	2005*	Var. (%)
Renault	52 950	61 338	- 13,7
Dacia	2 932	2 485	+ 18,0
Renault Samsung	119 138	116 306	+ 2,4
Groupe	175 020	180 129	- 2,8

* Chiffres provisoires.

Dans la Région Asie-Afrique, le marché croit de 6,8 % par rapport à l'année 2005 tandis que les ventes du Groupe se contractent de 2,8 %. Avec près de 175 000 véhicules vendus, le Groupe occupe 0,8 % du marché. Les ventes dans la Région Asie-Afrique représentent 7 % des ventes mondiales du Groupe.

→ Marque Renault Samsung

En 2006, les ventes de Renault Samsung Motors sont en hausse de 2,4 % à plus de 119 100 unités grâce à la bonne performance de la marque en **Corée du Sud** (où Renault Samsung réalise 97,7 % du total de ses ventes mondiales).

Chapitre 1

Performances commerciales

Dans ce pays, la pénétration de Renault Samsung atteint 12,2 % (- 0,1 point) sur le marché des véhicules particuliers. Grâce à une offre produit totalement renouvelée entre novembre 2004 et août 2005, Renault Samsung conserve sa troisième position sur le marché coréen :

- la **SM7**, lancée au 4^{ème} trimestre 2004, s'est vendue à 17 400 exemplaires sur l'année 2006 et obtient une part de 11,8 % de son segment « Large and Luxury », lui permettant de maintenir sa deuxième position malgré des ventes en baisse de 32,3 % ;
- la nouvelle **SM5**, sortie début 2005, s'est vendue à plus de 71 900 unités, soit une progression de 16,1 % par rapport aux ventes de 2005. La pénétration de Renault Samsung sur le « mid-segment » est de 28,1 %, ce qui lui permet d'asseoir sa deuxième position sur ce segment ;
- après avoir bénéficié d'un profond restyling en août 2005, les ventes de **SM3** en 2006 atteignent presque 29 800 unités (+ 7,1 %). La part de segment de SM3 sur le segment sub-mid atteint 19,2 %, permettant à Renault Samsung de se placer en deuxième position de ce segment.

A fin décembre 2006, près de 41 600 véhicules ont été exportés par Renault Samsung Motors, pour être vendus sous la marque Nissan dans le cadre des accords de l'Alliance.

En 2007, la gamme Renault Samsung comptera un quatrième modèle avec le lancement en fin d'année d'un « cross-over », dérivé du Koleos Concept dévoilé lors du Mondial de Paris en septembre 2006. Ce modèle sera industrialisé localement dans l'usine coréenne de Busan. La moitié de la production de ce nouveau véhicule sera ensuite exportée vers l'Europe.

→ Marque Renault

La marque Renault voit ses ventes diminuer de 13,7 % à 53 000 unités dans la Région Asie-Afrique, ce qui pénalise la performance du Groupe sur cette Région.

En **Afrique du Sud** (y compris la Namibie), premier marché de la marque Renault dans la Région Asie-Afrique, les ventes sont en repli de 18,5 % par rapport à 2005. Ce recul est imputable à la baisse du Rand par rapport à l'Euro, qui a conduit le Groupe à revoir sa politique commerciale pour maintenir la rentabilité.

La présence de Renault dans la Région Asie-Afrique sera renforcée au cours de l'année 2007 avec la commercialisation de Logan en **Inde** dès le 1^{er} semestre. De plus, Renault a d'ores et déjà capitalisé sur le succès de son partenariat avec Mahindra & Mahindra en signant en novembre 2006 un « Memorandum of Understanding », prévoyant une nouvelle implantation industrielle d'une capacité de production à terme de 500 000 unités, partagée entre Mahindra-Mahindra et Renault, ainsi qu'une usine de mécanique Renault. L'Inde devient ainsi l'un des pôles clés du déploiement de Renault sur les marchés émergents.

DÉPLOIEMENT DU PROGRAMME LOGAN DANS LE MONDE

VENTES DE LOGAN (EN UNITÉS)	2006*	2005*	2004*	Depuis Sept. 2004*
MARQUE DACIA				
France	18 794	9 798	-	28 592
Europe	28 620	20 511	2 080	51 211
Euromed	133 707	103 076	20 751	257 534
<i>dont :</i>				
Roumanie	96 037	88 275	20 274	204 586
Maroc	12 723	2 499	-	15 222
Turquie	7 352	8 317	477	16 146
Amériques	417	162	-	579
Asie-Afrique	2 932	1 507	2	4 441
Total Logan sous la marque Dacia	184 470	135 054	22 833	342 357
MARQUE RENAULT				
Euromed	49 323	7 057	-	56 380
<i>dont :</i>				
Russie	49 323	7 057	-	56 380
Amériques	13 721	2 858	-	16 579
Total Logan sous la marque Renault	63 044	9 915	-	72 959
TOTAL LOGAN	247 514	144 969	22 833	415 316

* Chiffres provisoires.

Production

L'usine roumaine est le premier site de fabrication de Logan, elle fournit l'ensemble des pays des Régions France et Europe, ainsi que la Turquie, l'Algérie, l'Ukraine, le Moyen-Orient et l'Afrique centrale. Cette usine produit actuellement Logan Berline ainsi que Logan MCV et produira dès le début de l'année 2007 la version utilitaire.

Logan est également produite en Russie (depuis avril 2005), au Maroc (depuis juin 2005) et en Colombie (depuis juillet 2005).

Pour accompagner la croissance des ventes de Logan, le Groupe augmente progressivement ses capacités de production. Ainsi, l'usine d'Envigado en Colombie est passée en 3x8 en août 2006. En Russie, le Groupe a également décidé de passer de 60 000 à 80 000 unités produites par an en 2007. En Roumanie, des investissements d'environ 100 millions d'euros permettront d'augmenter les capacités de production de l'usine de Pitesti de 235 000 unités en 2006 à 350 000 en 2008.

Dès le 1^{er} semestre 2007, la production de Logan débutera au Brésil pour alimenter les ventes du Brésil et de l'Argentine, puis la fabrication commencera également en Iran et en Inde. En Iran, Logan sera produite par les deux constructeurs locaux, Saipa et Iran Khodro. En Inde, l'accord signé en mars 2005 permettra la fabrication d'une direction à droite de Logan.

Commercialisation

En 2006, plus de 247 500 Logan ont été vendues dans le monde, soit une hausse de 70,7 % par rapport à 2005. Depuis son lancement en Roumanie en septembre 2004, 415 300 unités de ce modèle ont été vendues.

Logan est désormais commercialisée dans 44 pays, dont 40 pays sous la marque Dacia, ce qui contribue fortement à la croissance de la marque, et 4 pays sous la marque Renault (Russie, Colombie, Venezuela et Équateur).

Logan rencontre un vif succès dans l'ensemble des pays où elle est commercialisée, y compris dans les Régions France et Europe. La commercialisation de Logan permet au Groupe de conquérir de nouveaux marchés dans les Régions Euromed, Amériques et Asie-Afrique et d'acquiescer des positions fortes notamment dans les pays où Logan est produite.

La Roumanie réalise à elle seule 38,8 % des ventes de Logan. Cette proportion tend toutefois à diminuer au profit notamment des autres pays de la Région Euromed puisque dans cette région les ventes de Logan hors Roumanie ont été multipliées par 3 en 2006. Cette évolution est également favorable à la Région Amériques où 14 100 Logan ont été vendues en 2006, soit 4,5 fois plus qu'en 2005. Les ventes de Logan dans les Régions France et Europe ont également augmenté de 56,4 % à 47 400 unités et représentent 19,2 % de l'ensemble des ventes mondiales de ce modèle. En Asie-Afrique, les ventes de Logan ont quasiment doublé à près de 3 000 unités.

Élargissement de la gamme

La gamme Logan a été renforcée avec le lancement en octobre 2006 en Roumanie et en Bulgarie de Logan MCV (Multi Convivial Vehicle), version break du programme Logan qui propose jusqu'à 7 places adultes. Ce modèle sera également commercialisé début 2007 sur les principaux marchés européens de Dacia.

En février 2007, la version utilitaire dérivée de Logan MCV sera lancée sur les marchés roumain et bulgare, puis dans d'autres pays.

Le déploiement de la gamme se poursuivra avec la commercialisation d'un pick-up, d'une berline 5 portes et d'un 4x4. Le programme Logan comptera ainsi six véhicules dans sa gamme à l'horizon du plan Renault Contrat 2009.

Chapitre 1

Performances commerciales

1.2. FINANCEMENT DES VENTES

1.2.1. Taux d'intervention sur les immatriculations de véhicules neufs

En 2006, le taux d'intervention de RCI Banque sur les immatriculations de véhicules neufs Renault, Nissan et Dacia pour les **Régions France et Europe** est en retrait à 33,9 % (contre 34,9 % en 2005). La performance de RCI Banque sur la marque Renault s'établit à 35,3 % (contre 36,1 % en 2005) et sur la marque Nissan à 28,9 % (contre 30,0 % en 2005).

Le taux d'intervention de RCI Banque dans la **Région Amériques** est en retrait à 30,4 % (contre 36,0 % en 2005), les bons résultats en Argentine ne compensant pas la dégradation au Brésil.

Le taux d'intervention de RCI Banque en Corée du Sud (seul pays aujourd'hui de la **Région Asie-Afrique** où RCI est présent) est de 12,7 % dès la première année d'activité.

Enfin, la performance de RCI Banque dans la **Région Euromed** (avec la Roumanie comme seul pays consolidé) diminue sensiblement à 30,7 % (contre 33,3 % en 2005).

1.2.2. Nouveaux financements et encours productifs moyens

RCI Banque a mis en place 9,7 milliards d'euros de nouveaux financements hors carte et prêts personnels en 2006 (contre 10,3 milliards d'euros en 2005, soit une baisse de 5,9 %) avec 946 036 nouveaux contrats véhicules en 2006 (contre 1 036 650 contrats véhicules en 2005, soit une baisse de 8,6 %).

Les encours productifs moyens de RCI Banque sont stables et atteignent 23,1 milliards d'euros (- 0,1 % à périmètre constant).

1.2.3. Développement international

RCI Banque poursuit son expansion internationale avec l'entrée dans le périmètre du Groupe des activités financières en Corée du Sud avec un démarrage de la filiale financière à 100 % en mars 2006.

RCI Banque a également accru sa présence en Pologne (reprise à 100 % de l'activité de financement crédit grand public en juin 2006, ce qui complète la couverture du pays par des solutions à 100 % RCI Banque) et en Roumanie (signature avec la Société Générale de l'accord de reprise à 100 % de la filiale de leasing rétroactif au 1^{er} janvier 2006).

En 2006, RCI Banque a en outre démarré des activités financières en :

- **Algérie** (démarrage des opérations de financement grand public, Renault et Dacia dans le cadre d'un accord commercial en décembre 2006) ;
- **Colombie** (démarrage des activités de la société commerciale RCI Servicios Colombia SA en mars 2006 dans le cadre d'un accord commercial) ;
- **Croatie** (démarrage de l'activité Grand Public en accord commercial avec ZABA en janvier 2006) ;
- **Russie** (opérations de financement grand public, Renault et Nissan, dans le cadre d'un accord commercial avec IMB, banque du groupe HVB/Unicredito).

Chapitre 1

Performances commerciales

1.3. STATISTIQUES COMMERCIALES ET DE PRODUCTION

MARCHÉS TOUTES MARQUES - IMMATRICULATIONS - VP + VU (EN UNITÉS)

LES PRINCIPAUX MARCHÉS DU GROUPE RENAULT	2006*	2005*	Var. (%)
Région France	2 440 582	2 487 854	- 1,9
Région Europe	15 317 275	15 025 356	+ 1,9
<i>dont :</i>			
Allemagne	3 670 280	3 521 594	+ 4,2
Italie	2 548 446	2 455 958	+ 3,8
Royaume Uni	2 678 942	2 770 153	- 3,3
Espagne + Canaries	1 908 865	1 916 080	- 0,4
Belgique + Luxembourg	641 118	594 341	+ 7,9
Pologne	277 887	271 507	+ 2,3
RÉGIONS FRANCE + EUROPE	17 757 857	17 513 210	+ 1,4
Région Euromed	3 675 354	3 224 902	+ 14,0
<i>dont :</i>			
Roumanie	288 296	251 396	+ 14,7
Russie	1 904 669	1 563 397	+ 21,8
Turquie	617 838	715 212	- 13,6
Algérie	142 955	137 000	+ 4,3
Maroc	84 277	64 754	+ 30,1
Région Amériques	4 559 184	4 114 020	+ 10,8
<i>dont :</i>			
Mexique	1 133 087	1 122 197	+ 1,0
Colombie	183 616	137 213	+ 33,8
Brésil	1 834 581	1 623 341	+ 13,0
Argentine	420 304	361 959	+ 16,1
Région Asie-Afrique	21 001 339	19 655 686	+ 6,8
<i>dont :</i>			
Afrique du Sud	619 786	542 670	+ 14,2
Corée du Sud	1 185 798	1 149 826	+ 3,1
RÉGIONS EUROMED + AMÉRIQUES** + ASIE-AFRIQUE	29 235 877	26 994 608	+ 8,3

* Chiffres provisoires.

** Hors Amérique du Nord.

Chapitre 1

Performances commerciales

GROUPE RENAULT

IMMATRICULATIONS (IMMAT.) ET PARTS DE MARCHÉ (PDM) - VP + VU

PERFORMANCES SUR LES PRINCIPAUX MARCHÉS	2006*		2005*	
	Immat. (en unités)	PdM (en %)	Immat. (en unités)	PdM (en %)
Région France	641 905	26,3	675 804	27,2
Région Europe	1 023 424	6,7	1 147 393	7,6
<i>dont :</i>				
Allemagne	173 269	4,7	185 831	5,3
Italie	142 134	5,6	162 663	6,6
Royaume Uni	160 286	6,0	197 366	7,1
Espagne + Canaries	206 171	10,8	238 411	12,4
Belgique + Luxembourg	66 979	10,4	68 089	11,5
Pologne	22 393	8,1	22 402	8,3
RÉGIONS FRANCE + EUROPE	1 665 329	9,4	1 823 197	10,4
Région Euromed	380 638	10,2	337 497	10,5
<i>dont :</i>				
Roumanie	131 448	45,6	137 248	54,6
Russie	72 484	3,8	29 148	1,9
Turquie	92 366	14,9	116 511	16,3
Algérie	25 629	17,9	20 495	15,0
Maroc	26 750	31,7	15 096	23,3
Région Amériques	185 518	4,1	164 591	4,0
<i>dont :</i>				
Mexique	20 274	1,8	24 086	2,1
Colombie	33 042	18,0	24 163	17,6
Brésil	51 682	2,8	47 528	2,9
Argentine	48 223	11,5	37 376	10,3
Région Asie-Afrique	175 020	0,8	180 129	0,9
<i>dont :</i>				
Afrique du Sud	15 580	2,5	19 112	3,5
Corée du Sud	119 088	10,0	115 425	10,0
RÉGIONS EUROMED + AMÉRIQUES** + ASIE-AFRIQUE	741 176	2,5	682 217	2,5

* Chiffres provisoires.

** Hors Amérique du Nord.

Chapitre 1

Performances commerciales

GRUPE RENAULT

IMMATRICULATIONS DANS LES RÉGIONS FRANCE + EUROPE PAR MODÈLE - VP + VU (EN UNITÉS)

	2006*	2005*	Var. (%)
Twingo	55 700	78 246	- 28,8
Clio / Clio III	482 355	384 167	+ 25,6
Thalia	8 260	12 884	- 35,9
Modus	82 204	166 664	- 50,7
Logan	47 362	30 269	+ 56,5
Mégane / Mégane II	546 079	667 084	- 18,1
Laguna	77 217	107 142	- 27,9
Vel Satis	4 875	7 604	- 35,9
Espace / Espace IV	41 359	50 531	- 18,2
Kangoo	159 852	163 982	- 2,5
Trafic / Trafic II	76 429	74 976	+ 1,9
Master / Master II	73 333	68 613	+ 6,9
Mascott** / Master Propulsion	9 717	9 852	- 1,4
Divers	587	1 183	- 50,4
IMMATRICULATIONS EN FRANCE + EUROPE	1 665 329	1 823 197	- 8,7

* Chiffres provisoires.

** Mascott est distribué par le réseau de Renault Trucks, filiale d'AB Volvo.

GRUPE RENAULT

IMMATRICULATIONS EN EUROMED, AMÉRIQUES ET ASIE-AFRIQUE PAR MODÈLE - VP + VU (EN UNITÉS)

	2006*	2005*	Var. (%)
Twingo	13 242	11 564	+ 14,5
Clio / Clio III	90 653	78 062	+ 16,1
Thalia / Symbol	85 327	96 223	- 11,3
Modus	4 129	5 453	- 24,3
Logan	200 100	114 660	+ 74,5
Mégane / Mégane II	124 436	138 848	- 10,4
Laguna	4 240	6 555	- 35,3
Vel Satis	100	115	- 13,0
Espace / Espace IV	289	217	+ 33,2
SM3	31 999	30 735	+ 4,1
SM5	72 314	62 774	+ 15,2
SM7	17 542	25 979	- 32,5
Pick-up (1300)	11 746	20 568	- 42,9
Kangoo	60 705	61 007	- 0,5
Trafic / Trafic II	3 899	4 235	- 7,9
Master / Master II	12 992	12 086	+ 7,5
Mascott** / Master Propulsion	434	390	+ 11,3
Divers	115	9 232	- 98,8
IMMATRICULATIONS EN EUROMED + AMÉRIQUES + ASIE-AFRIQUE	734 262	678 703	+ 8,2

* Chiffres provisoires.

** Mascott est distribué par le réseau de Renault Trucks, filiale d'AB Volvo.

Chapitre 1

Performances commerciales

GROUPE RENAULT

PERFORMANCES DES MODÈLES PAR SEGMENT DANS LES RÉGIONS FRANCE + EUROPE*

	Var. (%) segment 2006/2005	Pénétration Renault			
		% 2006	% 2005	Var. (pt) 2006/2005	Rang 2006
VÉHICULES PARTICULIERS					
Segment A					
Twingo	+ 11,7	4,9	7,7	- 2,8	11
Segment B					
Clio / Clio III	+ 4,9	9,8	8,0	+ 1,8	2
Thalia	+ 4,9	0,2	0,3	- 0,1	34
Modus	+ 4,9	1,7	3,8	- 2,1	18
Logan	+ 4,9	1,1	0,7	+ 0,3	22
Segment C					
Mégane / Mégane II	- 4,9	10,7	12,5	- 1,8	3
Segment D					
Laguna	- 3,3	3,1	4,2	- 1,1	10
Segment E1					
Vel Satis	- 6,8	0,8	1,1	- 0,4	18
Segment MPV					
Espace / Espace IV	+ 0,9	14,8	18,3	- 3,4	1
Assimilés VP					
Kangoo	+ 7,1	13,6	16,5	- 2,9	3
Trafic / Trafic II / Master / Master II	+ 7,1	4,5	4,3	+ 0,2	10
VÉHICULES UTILITAIRES					
Véhicules société					
Twingo	+ 9,7	0,2	0,4	- 0,1	37
Clio	+ 9,7	14,3	15,1	- 0,7	1
Modus	+ 9,7	1,3	0,9	+ 0,4	18
Mégane / Mégane II	+ 9,7	5,4	6,1	- 0,7	6
Fourgonnettes					
Kangoo	+ 4,2	19,7	20,0	- 0,3	1
Fourgons					
Trafic / Trafic II	+ 0,4	6,3	6,1	+ 0,1	7
Master / Master II	+ 0,4	6,5	6,3	+ 0,2	6
Mascott / Master propulsion	+ 0,4	1,0	1,0	+ 0,0	21

* Chiffres provisoires.

Chapitre 1

Performances commerciales

GRUPE RENAULT

PRODUCTION MONDIALE PAR MODÈLE ET PAR SEGMENT DE GAMME ⁽¹⁾ - VP + VU (EN UNITÉS)

	2006*	2005*	Var. (%)
Logan	256 119	169 956	+ 50,7
Solenza	-	5 694	-
Segment low cost	256 119	175 650	+ 45,8
Twingo	63 448	90 674	- 30,0
C44	135	-	-
Clio**	182 663	330 870	- 44,8
Clio III	373 660	121 503	+ 207,5
Thalia	88 116	103 164	- 14,6
Modus	67 589	164 741	- 59,0
Segments A et B	775 611	810 971	- 4,4
Megane / Mégane II	653 512	801 496	- 18,5
SM3	71 817	30 091	+ 138,7
Segment C	725 329	831 587	- 12,8
Laguna II	73 065	112 365	- 35,0
SM5	71 675	63 374	+ 13,1
SM7	17 807	25 089	- 29,0
Espace IV	41 432	50 521	- 18,0
VelSatis	4 683	7 609	- 38,5
Segments D, E, MPV	208 662	258 958	- 19,4
Kangoo	108 895	123 057	- 11,5
Segment assimilés VP	108 895	123 057	- 11,5
Kangoo Express	118 217	118 667	- 0,4
Trafic 2 ⁽²⁾	-	-	-
Master 2	111 199	106 703	+4,2
Mascott	17 413	15 255	+ 14,1
Pick-up 1310	11 208	19 871	- 43,6
Divers	52 437	55 009	- 4,7
Véhicules utilitaires	310 474	315 505	- 1,6
PRODUCTION MONDIALE DU GROUPE	2 385 090	2 515 728	- 5,2

(1) Les données relatives à la production sont issues d'un comptage effectué lors de la sortie de chaîne de montage.

(2) La production de Nouveau Trafic, réalisée par General Motors Europe à Luton (Grande-Bretagne) et celle réalisée par Nissan à Barcelone (Espagne) n'est pas comptabilisée dans la production de Renault.

* Chiffres provisoires.

** Y compris sur l'année 2006, 9 430 Clio badgées Renault fabriquées dans l'usine Nissan d'Aguascalientes (Mexique).

Chapitre 1

Performances commerciales

NOUVELLE ORGANISATION GÉOGRAPHIQUE DU GROUPE PAR RÉGION - COMPOSITION DES RÉGIONS

AMÉRIQUES	ASIE & AFRIQUE	EUROMED	EUROPE (HORS FRANCE)	FRANCE
AMÉRIQUE LATINE NORD <ul style="list-style-type: none"> Colombie Costa Rica Cuba Équateur Honduras Mexique Nicaragua Panama Salvador Vénézuéla Rép. Dominicaine Guadeloupe Guyane Française Martinique 	ASIE PACIFIQUE <ul style="list-style-type: none"> Australie Indonésie Japon Malaisie Nouvelle Calédonie Nouvelle Zélande Singapour Tahiti Thaïlande 	EUROPE ORIENTALE <ul style="list-style-type: none"> Bulgarie Moldavie Roumanie 	<ul style="list-style-type: none"> Autriche Allemagne Belgique-Lux. Bosnie Chypre Croatie Danemark Espagne Finlande Grèce Hongrie Irlande Islande Italie Kosovo Macédoine Malte Monténégro Norvège Pays Baltes Pays Bas Pologne Portugal Rep. Tchèque Royaume-Uni Serbie Slovaquie Slovénie Suède Suisse 	<ul style="list-style-type: none"> France métropolitaine
AMÉRIQUE LATINE SUD <ul style="list-style-type: none"> Argentine Brésil Bolivie Chili Paraguay Pérou Uruguay 	INDE	RUSSIE / CEI <ul style="list-style-type: none"> Arménie Biélorussie Géorgie Kazakhstan Russie Ukraine ... 		
	MOYEN-ORIENT & AFRIQUE FRANCOPHONE <ul style="list-style-type: none"> Arabie Saoudite Égypte Jordanie Liban Libye Pakistan Pays du Golfe Syrie + pays d'Afrique francophone 	TURQUIE <ul style="list-style-type: none"> Turquie Chypre Turc ... 		
	AFRIQUE & OCÉAN INDIEN <ul style="list-style-type: none"> Afrique du Sud + pays d'Afrique sub-saharienne Iles Océan Indien 	MAGHREB <ul style="list-style-type: none"> Algérie Maroc Tunisie 		
	CORÉE			
	IRAN			
	CHINE <ul style="list-style-type: none"> Hong Kong Taiwan 			
	ISRAËL			

SYNTHÈSE

- Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 41 528 millions d'euros, en réduction de 0,8 % par rapport à celui réalisé en 2005 à périmètre et méthodes identiques.
- La marge opérationnelle s'élève à 1 063 millions d'euros, soit 2,56 % du chiffre d'affaires, contre 1 323 millions d'euros (soit 3,20 % du chiffre d'affaires en 2005).
- Les autres produits et charges d'exploitation du Groupe représentent une charge nette de 186 millions d'euros, contre un produit net de 191 millions d'euros en 2005.
- Hors impact des titres participatifs, le résultat financier est de 92 millions d'euros en 2006 contre une charge nette de 56 millions d'euros en 2005.
- La contribution de Nissan au résultat de Renault s'élève à 1 789 millions d'euros en 2006, contre 1 825 millions d'euros en 2005 (hors produit non récurrent de 82 millions d'euros en 2006 versus 450 millions en 2005). La contribution d'AB Volvo s'élève à 384 millions d'euros contre 308 millions d'euros en 2005.
- Le résultat net s'élève à 2 943 millions contre 3 453 millions d'euros en 2005.
- Le résultat net par action s'établit à 11,17 euros (contre 13,19 euros en 2005).
- L'Automobile dégage un free cash flow ⁽¹⁾ de 94 millions d'euros. Son endettement financier net croît de 162 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2005 et s'élève à 2 414 millions d'euros. Le ratio endettement financier net sur capitaux propres du Groupe a continué à se renforcer, passant de 11,5 % en 2005 à 11,4 % en 2006.

2.1. COMMENTAIRES SUR LES RÉSULTATS FINANCIERS

19

2.1.1. Comptes de résultats consolidés

Le **chiffre d'affaires** du Groupe s'établit à 41 528 millions d'euros, en réduction de 0,8 % par rapport au chiffre d'affaires de la même période 2005, à périmètre et méthodes identiques.

CONTRIBUTION DES BRANCHES AU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE

en millions d'euros	2006 publié			2005 à périmètre 2006			Variation 2006 / 2005			2005 publié
	S1	S2	Année	S1	S2	Année	S1	S2	Année	Année
Automobile	20 560	19 045	39 605	20 520	19 403	39 923	+ 0,2 %	- 1,8 %	- 0,8 %	39 458
Financement des ventes	987	936	1 923	950	971	1 921	+ 3,9 %	- 3,6 %	+ 0,1 %	1 880
Total	21 547	19 981	41 528	21 470	20 374	41 844	+ 0,4 %	- 1,9 %	- 0,8 %	41 338

Alors que la contribution du **Financement des ventes** (RCI Banque) à ce chiffre d'affaires est stable par rapport à 2005, celle de l'**Automobile** s'élève à 39 605 millions d'euros, en légère baisse de 0,8 % à périmètre et méthodes identiques. Ceci résulte de deux tendances :

- la contribution des Régions France et Europe au chiffre d'affaires diminue de 4,2 % dans l'attente du renouvellement de plusieurs produits clés de la gamme dès 2007. Cette évolution est également liée à la poursuite de la mise en œuvre de la politique commerciale sélective ;

- la contribution des autres Régions (Euromed, Amériques et Asie-Afrique) progresse de 2,3 % en raison principalement de la croissance des volumes portée par les trois marques du Groupe.

Par ailleurs, les ventes d'organes et de véhicules complets aux partenaires contribuent positivement pour 1,1 %.

La **marge opérationnelle** du Groupe s'élève en 2006 à 1 063 millions d'euros, soit 2,56 % du chiffre d'affaires contre 1 323 millions d'euros et 3,20 % en 2005.

(1) Free cash flow = capacité d'autofinancement diminuée des investissements corporels et incorporels nets des cessions +/- variation du besoin en fonds de roulement.

Chapitre 2

Résultats financiers 2

CONTRIBUTION DES BRANCHES À LA MARGE OPÉRATIONNELLE DU GROUPE

en millions d'euros	S1 2006	S2 2006	Année 2006	Année 2005	Variation
Automobile	323	248	571	858	- 287
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	1,6 %	1,3 %	1,4 %	2,2 %	-
Financement des ventes	269	223	492	465	+ 27
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	27,3 %	23,8 %	25,6 %	24,7 %	-
Total	592	471	1 063	1 323	- 260
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	2,75 %	2,36 %	2,56 %	3,20 %	-

La contribution du **Financement des ventes** à la marge opérationnelle du Groupe s'élève à 492 millions d'euros (contre 465 millions d'euros en 2005), soit 25,6 % de son chiffre d'affaires. Cette évolution intervient dans un contexte de stabilité des encours productifs moyens et d'amélioration du coût du risque par rapport à 2005.

Celle de **l'Automobile** s'élève à 571 millions d'euros (1,4 % du chiffre d'affaires) contre 858 millions d'euros (2,2 % du chiffre d'affaires) en 2005.

Cette évolution est liée principalement :

- à la baisse des ventes du Groupe sur le marché européen dans un environnement de forte concurrence. Néanmoins en 2006, Renault a intensifié sa politique commerciale sélective qui vise à réduire progressivement la présence du Groupe sur les canaux de vente les moins rentables et d'être ainsi en mesure de tirer le plus complètement parti de l'arrivée des nouveaux produits ;
- à une hausse plus forte que prévue du prix des matières premières ;
- au coût du passage à la norme de dépollution Euro 4 non répercuté sur les prix de vente ;
- à l'augmentation des frais industriels liée à une moindre absorption des frais fixes en période de diminution de la production des usines européennes.

L'objectif de marge opérationnelle est atteint conformément au plan d'avancement de Renault Contrat 2009, principalement grâce à l'effort de réduction des coûts (diminution des coûts d'achats hors impact des matières premières de 4 %, baisse des frais administratifs de 3 %, évolution positive des coûts de garantie) et aux progrès réalisés dans les régions hors Europe.

En 2006, les **dépenses de Recherche et Développement** se sont élevées à 2 400 millions d'euros, en augmentation de 136 millions d'euros par rapport à 2005. Elles représentent 5,8 % du chiffre d'affaires contre 5,5 % en 2005.

Cette progression est liée au développement de la future gamme véhicules de Renault Contrat 2009 (26 produits sur la durée du Plan) et porte essentiellement, comme au 1^{er} semestre, sur des dépenses capitalisées.

Les frais de développement capitalisés atteignent ainsi 1 091 millions d'euros, en progression de 258 millions d'euros, soit 45,5 % du total contre 36,8 % en 2005. Les amortissements s'élèvent à 654 millions d'euros.

Au total, les frais de R&D constatés en résultat s'élèvent à 1 963 millions d'euros, soit 4,7 % du chiffre d'affaires du groupe Renault (contre 2 034 millions d'euros, soit 4,9 % du chiffre d'affaires en 2005).

GROUPE RENAULT - FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT*

en millions d'euros	S1 2006	S2 2006	Année 2006	Année 2005
Dépenses de R&D	1 227	1 173	2 400	2 264
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	5,7 %	5,9 %	5,8 %	5,5 %
Frais de développement capitalisés	(543)	(548)	(1 091)	(833)
<i>en % des dépenses de R&D</i>	44,3 %	46,7 %	45,5 %	36,8 %
Amortissements	337	317	654	603
Frais de R&D constatés en résultat	1 021	942	1 963	2 034
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	4,7 %	4,7 %	4,7 %	4,9 %

(* Les frais de R&D sont intégralement encourus par l'Automobile.

Chapitre 2

Résultats financiers

Les autres produits et charges d'exploitation (APCE) représentent une charge nette de 186 millions d'euros contre un produit net de 191 millions d'euros (incluant la plus-value de 150 millions d'euros réalisée par Renault sur la cession de ses titres Nissan Diesel) en 2005.

En 2006, cette rubrique est essentiellement constituée :

- des coûts et provisions de restructuration et d'adaptation des effectifs, pour 241 millions d'euros, notamment en Espagne (contre 109 millions d'euros en 2005) ;
- des plus-values réalisées sur la vente de terrains en France et en Espagne pour 109 millions d'euros (148 millions d'euros en 2005).

Après prise en compte des APCE, le **résultat d'exploitation** du Groupe s'établit à 877 millions d'euros contre 1 514 millions d'euros en 2005.

Le **résultat financier** dégage un produit de 61 millions d'euros contre une charge de 327 millions d'euros en 2005 :

- le coût net de la dette Automobile est de 19 millions d'euros contre 57 millions d'euros en 2005. Par une gestion efficiente de ses actifs et passifs financiers, le Groupe continue d'optimiser le coût de sa dette malgré une légère hausse de l'endettement moyen sur la période ;
- le Groupe a réalisé un profit de 135 millions d'euros lié à la vente des titres Scania au second semestre 2006 ;
- l'impact négatif de l'évolution de la juste valeur des titres participatifs de Renault SA est de 31 millions d'euros en 2006 (impact négatif de 271 millions d'euros en 2005).

En 2006, Renault enregistre un profit de 2 260 millions d'euros au titre de sa part dans le **résultat des entreprises associées**.

- Renault bénéficie de la performance de Nissan pour 1 789 millions d'euros (contre 1 825 millions d'euros en 2005), hors produit non récurrent de 82 millions d'euros (450 millions d'euros en 2005).
- AB Volvo (qui détient 4,9 % de ses titres en 2006 conduisant à un pourcentage d'intérêt à 21,8 %) contribue positivement au résultat de Renault pour 384 millions d'euros en 2006 contre 308 millions d'euros en 2005.

En 2006, les **impôts courants et différés** représentent une charge nette de 255 millions d'euros, après 331 millions d'euros en 2005. Le taux effectif d'impôt (avant prise en compte de la part de résultat des entreprises associées) s'établit à 27 % en 2006, contre 28 % en 2005.

Le **résultat net** s'établit à 2 943 millions d'euros (3 453 millions d'euros en 2005).

Après neutralisation des titres Renault détenus par Nissan et des actions auto-détenues, le résultat net par action s'élève à 11,17 euros, à comparer à 13,19 euros en 2005.

2.1.2. Investissements et coûts de préparation de l'avenir

Les **investissements corporels et incorporels de l'Automobile nets des cessions** s'élèvent à 3 585 millions d'euros (dont 1 091 millions d'euros de capitalisation des frais de recherche et développement) contre 2 879 millions d'euros en 2005 (dont 833 millions d'euros de R&D capitalisés).

INVESTISSEMENTS CORPORELS ET INCORPORELS NETS DES CESSIONS PAR BRANCHE

en millions d'euros	2006	2005
Investissements corporels	3 340	2 903
Investissements incorporels	1 129	876
<i>dont R&D capitalisés</i>	1 091	833
<i>dont autres investissements incorporels</i>	38	43
Total acquisitions	4 469	3 779
Produits des cessions	(884)	(900)
Total Automobile	3 585	2 879
Total Financement des ventes	(93)	66
TOTAL GROUPE	3 492	2 945

Chapitre 2

Résultats financiers

En 2006, les **investissements corporels de l'Automobile** ont principalement été consacrés au renouvellement des gammes de produits et de composants ainsi qu'à la modernisation des installations.

- En Europe, les investissements relatifs à la gamme ont représenté 53 % des montants bruts totaux investis. Ils ont été consacrés principalement aux futurs Laguna et Kangoo et au renouvellement de Twingo.

- À l'international (31 % des investissements bruts totaux), ils ont notamment été dédiés à l'industrialisation de Logan au Brésil, à une nouvelle version de Logan en Roumanie et à la gamme chez Renault Samsung Motors.

La politique d'investissement hors gamme s'inscrit dans la continuité de celle poursuivie en 2005 et concerne principalement la qualité, les conditions de travail et l'environnement.

GRUPE RENAULT - COÛTS DE PRÉPARATION DE L'AVENIR

en millions d'euros	2006	2005
Investissements nets des cessions	3 492	2 945
Frais de développement capitalisés	(1 091)	(833)
Véhicules donnés en location (nets des cessions)	(181)	(293)
Investissements industriels et commerciaux nets (1)	2 220	1 819
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>5,3 %</i>	<i>4,4 %</i>
Dépenses de R&D (2)	2 400	2 264
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>5,8 %</i>	<i>5,5 %</i>
Coûts de préparation de l'avenir (1)+(2)	4 620	4 083
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,1 %</i>	<i>9,9 %</i>

2.1.3. Endettement de l'Automobile

En 2006, l'**endettement financier net de l'Automobile** augmente de 162 millions d'euros et s'élève à 2 414 millions d'euros au 31 décembre 2006, contre 2 252 millions d'euros au 31 décembre 2005. Cette évolution est constituée de :

- la capacité d'autofinancement, en baisse de 215 millions d'euros par rapport à 2005, s'élève à 3 890 millions d'euros. Elle comprend 602 millions d'euros de dividendes reçus des entreprises associées (516 millions d'euros en 2005) dont :
 - 431 millions d'euros reçus de Nissan,
 - 158 millions d'euros reçus d'AB Volvo ;
- les investissements corporels et incorporels nets des cessions représentent 3 585 millions d'euros (contre 2 879 millions d'euros à fin 2005) ;
- l'excédent de fonds de roulement diminue de 346 millions d'euros au 31 décembre 2006 du fait d'une diminution des dettes fournisseurs liée à un ralentissement de l'activité en Europe alors même que le niveau des stocks de véhicules et pièces baisse ;

- la plus-value de cession des titres Scania pour un montant de 135 millions d'euros.

L'Automobile dégage un **free cash flow** de 94 millions d'euros.

Les dividendes versés s'élèvent à 681 millions d'euros (contre 554 millions d'euros en 2005), dont 664 millions d'euros par Renault SA.

Enfin, l'endettement financier net de l'Automobile bénéficie d'écarts de change positifs (dont + 530 millions d'euros liés à l'endettement en yen).

Au 31 décembre 2006, l'endettement financier net de l'Automobile représente 11,4 % des capitaux propres (11,5 % au 31 décembre 2005).

AUTOMOBILE - ENDETTEMENT FINANCIER NET

en millions d'euros	31 déc. 06	31 déc. 05
Passifs financiers non courants	5 159	5 634
Passifs financiers courants	4 423	3 289
Actifs financiers non courants - autres valeurs mobilières, prêts et dérivés sur opérations de financement	(527)	(477)
Actifs financiers courants	(1 678)	(1 917)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(4 963)	(4 277)
Endettement financier net	2 414	2 252

2.1.4. Évolution des capitaux propres

En 2006, les **capitaux propres** augmentent de 1 540 millions d'euros et s'élèvent à 21 201 millions d'euros au 31 décembre 2006 (19 661 millions d'euros au 31 décembre 2005).

Cette hausse résulte essentiellement de :

- la prise en compte du résultat net dégagé en 2006 (2 943 millions d'euros) ;
- l'effet de la distribution par Renault d'un dividende de 2,40 euros par action au titre de l'exercice 2005 pour 617 millions d'euros après prise en compte de la participation de Renault dans le capital de Nissan et des actions auto-détenues ;
- la baisse de l'écart de conversion pour 825 millions d'euros correspondant principalement à l'impact indirect de Nissan net des opérations de couverture en yen ;
- la hausse de la réserve de réévaluation des instruments financiers (couvertures de flux de trésorerie et instruments financiers disponibles à la vente) pour 58 millions d'euros ;
- la réduction du nombre de titres auto-détenus (2,70 % du capital de Renault au 31 décembre 2006 contre 3,35 % au 31 décembre 2005) qui accroît les capitaux propres de 83 millions d'euros.

Chapitre 2

Résultats financiers 2

2.2. COMPTES CONSOLIDÉS

Les informations comparatives 2004 présentées dans ce document ont été retraitées pour être mises en conformité avec le référentiel IFRS applicable au 31 décembre 2006.

2.2.1. Comptes de résultats consolidés

en millions d'euros	2006	2005	2004
Ventes de biens et services	40 097	39 978	38 923
Produits du financement des ventes	1 431	1 360	1 369
Chiffre d'affaires	41 528	41 338	40 292
Coûts des biens et services vendus	(32 499)	(32 137)	(31 090)
Coût du financement des ventes	(985)	(926)	(912)
Frais de recherche et développement	(1 963)	(2 034)	(1 676)
Frais généraux et commerciaux	(5 018)	(4 918)	(4 499)
Marge opérationnelle	1 063	1 323	2 115
Autres produits et charges d'exploitation	(186)	191	(243)
Résultat d'exploitation	877	1 514	1 872
Produits (charges) d'intérêts nets	(110)	(95)	(22)
<i>Produits d'intérêts</i>	223	153	128
<i>Charges d'intérêts</i>	(333)	(248)	(150)
Autres produits et charges financiers	171	(232)	(309)
Résultat financier	61	(327)	(331)
Part dans le résultat des entreprises associées	2 260	2 597	1 923
Nissan	1 871	2 275	1 689
Autres entreprises associées	389	322	234
Résultat avant impôts	3 198	3 784	3 464
Impôts courants et différés	(255)	(331)	(561)
RÉSULTAT NET	2 943	3 453	2 903
Résultat net - part revenant aux minoritaires	74	86	67
Résultat net - part revenant au Groupe	2 869	3 367	2 836
Résultat net par action ⁽¹⁾ en euros	11,17	13,19	11,16
Résultat net dilué par action ⁽¹⁾ en euros	11,03	13,08	11,10
Nombre d'actions retenu (en milliers)			
pour le résultat net par action	256 994	255 177	254 168
pour le résultat net dilué par action	260 090	257 342	255 435

(1) Résultat net - part revenant au Groupe rapporté au nombre d'actions indiqué.

Chapitre 2

Résultats financiers

2.2.2. Bilans consolidés

ACTIFS - en millions d'euros	31 déc. 2006	31 déc. 2005	31 déc. 2004
ACTIFS NON COURANTS			
Immobilisations incorporelles	3 422	2 972	2 657
Immobilisations corporelles	13 166	12 691	11 597
Participations dans les entreprises associées	12 943	12 452	9 713
Nissan	10 715	10 477	7 929
Autres entreprises associées	2 228	1 975	1 784
Actifs financiers non courants	563	577	696
Impôts différés actifs	238	309	565
Autres actifs non courants	376	358	403
Total actifs non courants	30 708	29 359	25 631
ACTIFS COURANTS			
Stocks	5 314	5 862	5 142
Créances de Financement des ventes	20 360	20 700	19 807
Créances clients de l'Automobile	2 102	2 055	1 878
Actifs financiers courants	2 229	1 871	1 398
Autres actifs courants	2 043	2 413	2 398
Trésorerie et équivalents de trésorerie	6 010	6 151	5 521
Total actifs courants	38 058	39 052	36 144
TOTAL ACTIFS	68 766	68 411	61 775
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS - en millions d'euros			
CAPITAUX PROPRES			
Capital	1 086	1 086	1 086
Primes d'émission	3 453	3 453	3 453
Titres d'autocontrôle	(373)	(456)	(508)
Réévaluation des instruments financiers	91	33	77
Écart de conversion	(263)	562	(216)
Autres réserves	13 855	11 153	8 752
Résultat net - part revenant au Groupe	2 869	3 367	2 836
Capitaux propres - part revenant au Groupe	20 718	19 198	15 480
Capitaux propres - part revenant aux minoritaires	483	463	384
Total capitaux propres	21 201	19 661	15 864
PASSIFS NON COURANTS			
Impôts différés passifs	251	231	454
Provisions - part à plus d'un an	1 632	1 754	2 166
Passifs financiers non courants	5 430	5 901	5 404
Autres passifs non courants	428	516	426
Total passifs non courants	7 741	8 402	8 450
PASSIFS COURANTS			
Provisions - part à moins d'un an	1 053	1 264	910
Passifs financiers courants	3 715	2 547	2 447
Dettes de financement des ventes	21 212	22 427	20 629
Fournisseurs	7 384	7 788	7 234
Dettes d'impôts courants	121	215	197
Autres passifs courants	6 339	6 107	6 044
Total passifs courants	39 824	40 348	37 461
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	68 766	68 411	61 775

Chapitre 2

Résultats financiers 2

2.2.3. Variation des capitaux propres consolidés

en millions d'euros	Nombre d'actions (en milliers)	Capital	Primes d'émission	Titres d'auto-contrôle	Réévaluation des instruments financiers	Écart de conversion	Autres réserves	Résultat net revenant au Groupe	Capitaux propres part revenant au Groupe	Capitaux propres part revenant aux minoritaires	Total capitaux propres
Solde au 31 déc. 2004	284 937	1 086	3 453	(508)	77	(216)	8 752	2 836	15 480	384	15 864
Résultat 2005	-	-	-	-	-	-	-	3 367	3 367	86	3 453
Produits et charges comptabilisés en capitaux propres	-	-	-	-	(44)	778	-	-	734	32	766
Total des produits et charges de la période	-	-	-	-	(44)	778	-	3 367	4 101	118	4 219
Affectation du résultat 2004	-	-	-	-	-	-	2 836	(2 836)	-	-	-
Distribution	-	-	-	-	-	-	(459)	-	(459)	(60)	(519)
Coûts des options d'achat et de souscription d'actions	-	-	-	-	-	-	24	-	24	-	24
(Acquisitions) / cessions de titres d'auto-contrôle	-	-	-	52	-	-	-	-	52	-	52
Effet des variations de périmètre et des augmentations de capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	21
Solde au 31 déc. 2005	284 937	1 086	3 453	(456)	33	562	11 153	3 367	19 198	463	19 661
Résultat 2006	-	-	-	-	-	-	-	2 869	2 869	74	2 943
Produits et charges comptabilisés en capitaux propres	-	-	-	-	58	(825)	-	-	(767)	(18)	(785)
Total des produits et charges de la période	-	-	-	-	58	(825)	-	2 869	2 102	56	2 158
Affectation du résultat 2005	-	-	-	-	-	-	3 367	(3 367)	-	-	-
Distribution	-	-	-	-	-	-	(617)	-	(617)	(18)	(635)
Coûts des options d'achat et de souscription d'actions	-	-	-	-	-	-	55	-	55	-	55
(Acquisitions) / cessions de titres d'auto-contrôle	-	-	-	83	-	-	-	-	83	-	83
Effet des variations de périmètre et des augmentations de capital ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	(103)	-	(103)	(18)	(121)
Solde au 31 déc. 2006	284 937	1 086	3 453	(373)	91	(263)	13 855	2 869	20 718	483	21 201

(1) Les effets de variations de périmètre observés sur la part des capitaux propres revenant au Groupe sont liés au traitement des acquisitions d'intérêts minoritaires et des puts sur minoritaires dans des sociétés contrôlées.

2.2.4. Tableaux de flux de trésorerie consolidés

en millions d'euros	2006	2005	2004
Résultat net	2 943	3 453	2 903
Annulation des produits et charges non réalisés :			
<i>Dotations nettes aux amortissements</i>	2 835	2 705	2 752
<i>Part dans les résultats des entreprises associées</i>	(2 260)	(2 597)	(1 923)
<i>Dividendes reçus des entreprises associées</i>	602	516	552
<i>Autres produits et charges non réalisés</i>	193	393	748
Capacité d'autofinancement	4 313	4 470	5 032
Financements consentis à la clientèle	(12 008)	(12 998)	(11 917)
Remboursements par la clientèle	12 300	12 485	10 824
Variation nette des crédits renouvelables au réseau de distribution	231	(304)	(35)
Diminution / (augmentation) des créances de financement des ventes	523	(817)	(1 128)
Émission d'emprunts obligataires du Financement des ventes	18	-	1 100
Remboursement d'emprunts obligataires du Financement des ventes	(874)	(1 045)	(1 050)
Variation nette des autres dettes du Financement des ventes	(1 027)	3 119	667
Variation nette des autres valeurs mobilières et des prêts du Financement des ventes	(58)	(39)	227
Variation nette des actifs financiers et des dettes du Financement des ventes	(1 941)	2 035	944
Variation du besoin en fonds de roulement	(309)	(603)	427
FLUX DE TRÉSORERIE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	2 586	5 085	5 275
Investissements incorporels et corporels	(4 644)	(4 018)	(3 923)
Acquisitions de participations, nettes de la trésorerie acquise	(30)	(59)	(127)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	1 152	1 073	607
Produits des cessions de participations, nettes de la trésorerie cédée et autres	55	100	34
Diminution / (augmentation) des autres valeurs mobilières et des prêts de l'Automobile ⁽¹⁾	423	(149)	404
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX INVESTISSEMENTS	(3 044)	(3 053)	(3 005)
Transactions avec les actionnaires minoritaires ⁽²⁾	(131)	(2)	18
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(664)	(494)	(383)
Dividendes versés aux actionnaires minoritaires	(22)	(60)	(35)
Achats / ventes de titres d'autocontrôle	85	56	-
Flux de trésorerie avec les actionnaires	(732)	(500)	(400)
Émission d'emprunts obligataires de l'Automobile	851	245	407
Remboursement d'emprunts obligataires de l'Automobile	(928)	(388)	(290)
Augmentation (diminution) nette des autres passifs financiers de l'Automobile	1 069	(867)	(998)
Variation nette des passifs financiers de l'Automobile	992	(1 010)	(881)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AU FINANCEMENT	260	(1 510)	(1 281)
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	(198)	522	989

en millions d'euros	2006	2005	2004
Solde de la trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	6 151	5 521	4 276
Augmentation (diminution) de la trésorerie	(198)	522	989
Effets des variations de change et autres sur la trésorerie	57	108	256
Solde de la trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	6 010	6 151	5 521

(1) Ce montant inclut en 2006 une plus-value sur la cession des titres Scania de 135 millions d'euros.

(2) Apports par augmentations ou réductions de capital et acquisitions d'intérêts complémentaires dans des sociétés contrôlées.

Chapitre 2

Résultats financiers 2

2.2.5. Informations sectorielles

A. Informations par branche

A1. Comptes de résultats consolidés par branche

en millions d'euros	Automobile	Financement des ventes	Opérations interbranches ⁽¹⁾	Total consolidé
2006				
Ventes de biens et services	39 605	492	-	40 097
Produits du Financement des ventes	-	1 431	-	1 431
Chiffre d'affaires externe au Groupe	39 605	1 923	-	41 528
Chiffre d'affaires interbranches ⁽¹⁾	(40)	270	(230)	-
Chiffre d'affaires de la branche	39 565	2 193	(230)	41 528
Marge opérationnelle	486	492	85	1 063
Résultat d'exploitation	303	489	85	877
Résultat financier				61
Part dans le résultat des entreprises associées	2 255	5	-	2 260
Résultat avant impôts				3 198
Impôts courants et différés				(255)
				2 943
RÉSULTAT NET				
2005				
Ventes de biens et services	39 458	520	-	39 978
Produits du Financement des ventes	-	1 360	-	1 360
Chiffre d'affaires externe au Groupe	39 458	1 880	-	41 338
Chiffre d'affaires interbranches ⁽¹⁾	147	268	(415)	-
Chiffre d'affaires de la branche	39 605	2 148	(415)	41 338
Marge opérationnelle	858	465	-	1 323
Résultat d'exploitation	1 058	456	-	1 514
Résultat financier				(327)
Part dans le résultat des entreprises associées	2 595	2	-	2 597
Résultat avant impôts				3 784
Impôts courants et différés				(331)
				3 453
RÉSULTAT NET				
2004				
Ventes de biens et services	38 426	497	-	38 923
Produits du Financement des ventes	-	1 369	-	1 369
Chiffre d'affaires externe au Groupe	38 426	1 866	-	40 292
Chiffre d'affaires interbranches ⁽¹⁾	302	234	(536)	-
Chiffre d'affaires de la branche	38 728	2 100	(536)	40 292
Marge opérationnelle	1 640	461	14	2 115
Résultat d'exploitation	1 412	446	14	1 872
Résultat financier				(331)
Part dans le résultat des entreprises associées	1 923	-	-	1 923
Résultat avant impôts				3 464
Impôts courants et différés				(561)
				2 903
RÉSULTAT NET				

(1) Les transactions interbranches sont effectuées à des conditions proches de celles du marché.

Chapitre 2

Résultats financiers

A2. Bilans consolidés par branche - 31 décembre 2006

ACTIFS - en millions d'euros	Automobile	Financement des ventes	Opérations interbranches ⁽¹⁾	Total consolidé
ACTIFS NON COURANTS				
Immobilisations incorporelles et corporelles	16 263	371	(46)	16 588
Participations dans les entreprises associées	12 928	15	-	12 943
Actifs financiers non courants - titres de participations non contrôlées	2 401	2	(2 367)	36
Actifs financiers non courants - autres valeurs mobilières, prêts et dérivés sur opérations de financement de la branche Automobile	527	-	-	527
Impôts différés actifs et autres actifs non courants	514	102	(2)	614
Total actifs non courants	32 633	490	(2 415)	30 708
ACTIFS COURANTS				
Stocks	5 306	8	-	5 314
Créances sur la clientèle	2 210	20 869	(617)	22 462
Actifs financiers courants	1 678	1 171	(620)	2 229
Autres actifs courants	1 633	1 957	(1 547)	2 043
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 963	1 077	(30)	6 010
Total actifs courants	15 790	25 082	(2 814)	38 058
TOTAL ACTIFS	48 423	25 572	(5 229)	68 766
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS - en millions d'euros				
CAPITAUX PROPRES	21 129	2 367	(2 295)	21 201
PASSIFS NON COURANTS				
Impôts différés passifs et part à plus d'un an des provisions	1 563	266	54	1 883
Passifs financiers non courants	5 159	271	-	5 430
Autres passifs non courants	371	57	-	428
Total passifs non courants	7 093	594	54	7 741
PASSIFS COURANTS				
Provisions - part à moins d'un an	994	59	-	1 053
Passifs financiers courants	4 423	-	(708)	3 715
Fournisseurs et dettes du Financement des ventes	7 487	21 786	(677)	28 596
Autres passifs courants et dette d'impôts courants	7 297	766	(1 603)	6 460
Total passifs courants	20 201	22 611	(2 988)	39 824
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	48 423	25 572	(5 229)	68 766

(1) Les transactions interbranches sont effectuées à des conditions proches de celles du marché.

Chapitre 2

Résultats financiers 2

A3. Tableaux de flux de trésorerie consolidés par branche

en millions d'euros	Automobile	Financement des ventes	Opérations interbranches ⁽¹⁾	Total consolidé
2006				
Résultat net	2 586	312	45	2 943
Annulation des produits et charges non réalisés :				
<i>Dotations nettes aux amortissements</i>	2 817	86	(68)	2 835
<i>Part dans le résultat des entreprises associées</i>	(2 255)	(5)	-	(2 260)
<i>Dividendes reçus des entreprises associées</i>	602	-	-	602
<i>Autres produits et charges non réalisés</i>	140	28	25	193
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	3 890	421	2	4 313
Diminution (augmentation) des créances de financement des ventes	-	524	(1)	523
Variation nette des actifs financiers et des dettes de financement des ventes	-	(1 935)	(6)	(1 941)
Variation du besoin en fonds de roulement	(346)	74	(37)	(309)
FLUX DE TRÉSORERIE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	3 544	(916)	(42)	2 586
Investissements incorporels	(1 129)	(3)	-	(1 132)
Investissements corporels ⁽²⁾	(3 340)	(193)	21	(3 512)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels ⁽²⁾	884	268	-	1 152
Investissements en titres de participation, nets des cessions et autres	23	2	-	25
Diminution (augmentation) des autres valeurs mobilières et des prêts de l'Automobile ⁽³⁾	421	-	2	423
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX INVESTISSEMENTS	(3 141)	74	23	(3 044)
Flux de trésorerie avec les actionnaires	(719)	(14)	1	(732)
Variation nette des passifs financiers de l'Automobile	966	-	26	992
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AU FINANCEMENT	247	(14)	27	260
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	650	(856)	8	(198)

(1) Les transactions interbranches sont effectuées à des conditions proches de celles du marché.

(2) Dont impact des véhicules donnés en location :

en millions d'euros	Automobile	Financement des ventes	Groupe
Investissements corporels	(969)	(165)	(1 134)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	685	268	953

(3) Ce montant inclut en 2006 une plus-value sur la cession des titres Scania de 135 millions d'euros.

Chapitre 2

Résultats financiers

en millions d'euros	Automobile	Financement des ventes	Opérations interbranches ⁽¹⁾	Total consolidé
2005				
Résultat net	3 320	313	(180)	3 453
Annulation des produits et charges non réalisés :				
<i>Dotations nettes aux amortissements</i>	2 658	103	(56)	2 705
<i>Part dans le résultat des entreprises associées</i>	(2 595)	(2)	-	(2 597)
<i>Dividendes reçus des entreprises associées</i>	516	-	-	516
<i>Autres produits et charges non réalisés</i>	206	186	1	393
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	4 105	600	(235)	4 470
Diminution (augmentation) des créances de financement des ventes	-	(1 009)	192	(817)
Variation nette des actifs financiers et des dettes de financement des ventes	-	1 587	448	2 035
Variation du besoin en fonds de roulement	(533)	(40)	(30)	(603)
FLUX DE TRÉSORERIE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	3 572	1 138	375	5 085
Investissements incorporels	(876)	(4)	-	(880)
Investissements corporels ⁽²⁾	(2 903)	(288)	53	(3 138)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels ⁽²⁾	900	173	-	1 073
Investissements en titres de participation, nets des cessions et autres	77	(36)	-	41
Diminution (augmentation) des autres valeurs mobilières et des prêts de l'Automobile	274	-	(423)	(149)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX INVESTISSEMENTS	(2 528)	(155)	(370)	(3 053)
Flux de trésorerie avec les actionnaires	(500)	(180)	180	(500)
Variation nette des passifs financiers de l'Automobile	(819)	-	(191)	(1 010)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AU FINANCEMENT	(1 319)	(180)	(11)	(1 510)
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	(275)	803	(6)	522

(1) Les transactions interbranches sont effectuées à des conditions proches de celles du marché.

(2) Dont impact des véhicules donnés en location :

en millions d'euros	Automobile	Financement des ventes	Groupe
Investissements corporels	(900)	(231)	(1 131)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	670	168	838

Chapitre 2

Résultats financiers 2

B. Informations par zone géographique

en millions d'euros	France	Europe	Euromed	Asie- Afrique	Amériques	Total consolidé
2006						
Chiffre d'affaires	14 213	18 425	3 808	2 723	2 359	41 528
Investissements corporels et incorporels	2 961	865	373	283	162	4 644
Immobilisations corporelles et incorporelles	10 928	2 737	1 526	735	662	16 588
Autres actifs d'exploitation ⁽¹⁾	4 784	2 941	766	331	637	9 459
2005						
Chiffre d'affaires	14 289	19 326	3 445	2 158	2 120	41 338
Investissements corporels et incorporels	2 607	861	362	90	98	4 018
Immobilisations corporelles et incorporelles	10 469	2 778	1 297	546	573	15 663
Autres actifs d'exploitation ⁽¹⁾	5 876	3 123	541	272	518	10 330
2004						
Chiffre d'affaires	14 558	19 865	3 188	993	1 688	40 292
Investissements corporels et incorporels	2 634	778	359	135	17	3 923
Immobilisations corporelles et incorporelles	9 776	2 681	964	456	377	14 254
Autres actifs d'exploitation ⁽¹⁾	5 451	2 929	445	110	483	9 418

(1) Les autres actifs d'exploitation comprennent les stocks, les créances clients de l'Automobile et les autres actifs courants.

Le chiffre d'affaires consolidé est présenté par zone d'implantation de la clientèle.

Les immobilisations, les investissements corporels et incorporels et les autres actifs d'exploitation sont présentés par zone d'implantation des filiales et co-entreprises.

Chapitre 3

Éléments financiers de l'Alliance

33

Chapitre 3

Éléments financiers de l'Alliance

Les données financières résumées ci-après ont pour objectif de fournir un aperçu chiffré du poids économique de l'alliance Renault-Nissan par des indicateurs de performance clés et de faciliter la comparaison des patrimoines respectifs des deux Groupes. Les données de chaque Groupe sont exprimées en respect des normes comptables appliquées par Renault en 2006.

En raison des particularités de l'Alliance qui impliquent notamment que le patrimoine des deux groupes ne saurait être confondu, la présentation de ces données financières résumées ne constitue pas une présentation de comptes consolidés au regard des normes comptables et n'est pas soumise à la certification des commissaires aux comptes.

Les données sont issues pour Renault des chiffres consolidés publiés au 31 décembre 2006 et pour Nissan, des données préparées et retraitées pour le compte de Renault correspondant à la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2006, alors que Nissan clôt ses comptes annuels au 31 mars.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

La préparation des indicateurs de performance conformément aux règles comptables appliquées par Renault a été effectuée en prenant notamment en compte les différences suivantes par rapport aux chiffres publiés par Nissan établis selon les principes comptables japonais :

- le chiffre d'affaires s'entend net des moyens commerciaux à caractère de remise ;
- les ventes avec engagements de reprise ont été retraitées pour les assimiler à des locations ;
- les reclassements d'homogénéité nécessaires ont été effectués par rapport aux soldes intermédiaires du compte de résultat ;
- les retraitements d'harmonisation de normes comptables et les ajustements de juste valeur pratiqués par Renault lors des acquisitions intervenues en 1999 et 2002 ont été intégrés.

CHIFFRE D'AFFAIRES 2006

en millions d'euros	Renault	Nissan ⁽¹⁾	Eliminations	Alliance
Ventes de biens et services	40 097	59 245	(2 780)	96 562
Produit du financement des ventes	1 431	4 517	-	5 948
Chiffre d'affaires	41 528	63 762	(2 780)	102 510

(1) Converti au taux moyen de l'exercice 2006, soit 146,1 yens / euro.

Les transactions internes à l'Alliance proviennent essentiellement des opérations commerciales entre Renault et Nissan et ont été éliminées pour l'indicateur de chiffre d'affaires. Leur montant a été estimé sur la base des données de l'exercice 2006 de Renault.

La **marge opérationnelle**, le **résultat d'exploitation** et le **résultat net** de l'Alliance au 31 décembre 2006 s'établissent comme suit :

en millions d'euros	Marge opérationnelle	Résultat d'exploitation	Résultat net ⁽²⁾
Renault	1 063	877	1 072
Nissan ⁽¹⁾	5 139	5 529	4 259
Alliance	6 202	6 406	5 331

(1) Converti au taux moyen de l'exercice 2006, soit 146,1 yens / euro.

(2) Le résultat net de Renault présenté n'intègre pas la contribution de Nissan au résultat de Renault. De même, le résultat net de Nissan présenté n'intègre pas la contribution de Renault au résultat de Nissan.

Les transactions internes sur les indicateurs présentés sont de faible ampleur et n'ont pas été éliminées.

Au niveau de l'Alliance, la marge opérationnelle représente 6,1 % du chiffre d'affaires.

Les **frais de recherche et développement** de l'Alliance en 2006, après capitalisation et amortissements, s'établissent comme suit :

en millions d'euros	2006
Renault	1 963
Nissan	2 297
Alliance	4 260

Éléments financiers de l'Alliance

Chapitre 3

INDICATEURS DE BILAN

BILANS RÉSUMÉS DE RENAULT ET DE NISSAN

RENAULT AU 31 DÉCEMBRE 2006

ACTIFS - en millions d'euros	
Immobilisations incorporelles	3 422
Immobilisations corporelles	13 166
Participations dans les entreprises associées (hors Alliance)	2 228
Impôts différés actifs	238
Stocks	5 314
Créances du Financement des ventes	20 360
Créances clients de l'Automobile	2 102
Autres actifs	5 211
Trésorerie et équivalents de trésorerie	6 010
Total de l'actif hors participation dans Nissan	58 051
Participation dans Nissan	10 715

TOTAL ACTIFS 68 766

CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS - en millions d'euros	
Capitaux propres	21 201
Impôts différés passifs	251
Provisions pour engagements de retraite et assimilés	942
Passifs financiers de l'Automobile	8 874
Passifs financiers et dettes du Financement des ventes	21 483
Autres dettes	16 015

TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS 68 766

NISSAN AU 31 DÉCEMBRE 2006

ACTIFS - en millions d'euros ⁽¹⁾	
Immobilisations incorporelles	4 400
Immobilisations corporelles	32 800
Participations dans les entreprises associées (hors Alliance)	96
Impôts différés actifs	183
Stocks	7 397
Créances du Financement des ventes	23 083
Créances clients de l'Automobile	3 524
Autres actifs	5 484
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 472
Total de l'actif hors participation dans Renault	79 439
Participation dans Renault	1 799

TOTAL ACTIFS 81 238

CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS - en millions d'euros	
Capitaux propres	26 694
Impôts différés passifs	2 151
Provisions pour engagements de retraite et assimilés	2 346
Passifs financiers de l'Automobile	3 458
Passifs financiers et dettes du Financement des ventes	31 345
Autres dettes	15 244

TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS 81 238

(1) Conversion des données de Nissan établie sur la base du taux de 156,9 yens / euro au 31 décembre 2006.

En ce qui concerne les données de Nissan, les valeurs d'actifs et de passifs tiennent compte des retraitements d'harmonisation de normes comptables et des évaluations à la juste valeur pratiquées par Renault lors des acquisitions en 1999 et 2002 : réévaluations de terrains et des autres immobilisations corporelles, capitalisation des frais de développement et provisions pour retraites essentiellement.

Les reclassements de postes de bilan nécessaires ont été pratiqués afin de rendre cohérentes les informations des deux groupes.

Enfin, le bilan retraité de Nissan aux normes du groupe Renault prend en compte des titrisations présentées hors bilan dans les comptes de Nissan en normes japonaises.

Les **investissements corporels** réalisés par les deux entités de l'Alliance en 2006, hors véhicules donnés en location, s'élèvent à :

en millions d'euros	2006
Renault	2 378
Nissan	3 254
Alliance	5 632

Renault estime, au mieux des informations disponibles, que l'intégration globale de Nissan aurait pour effet sur ses capitaux propres établis conformément aux méthodes comptables actuelles :

- une baisse de la part des capitaux propres revenant au Groupe qui ne devrait pas excéder 5 à 10 % ;
- une majoration de la part revenant aux minoritaires d'un montant de l'ordre de 15 milliards d'euros.



Renault
27-33, quai le Gallo
92512 Boulogne Billancourt
Tél. : 33 (0)1 76 84 53 09
email : investor.relations@renault.com
<http://www.renault.com>

DIRECTION DES RELATIONS FINANCIÈRES

Photos : Dominique Palombo



RENAULT