

Renault, champion du véhicule low-cost

En 2018, les ventes du constructeur ont progressé de 3,2%, à 3,88 millions de véhicules.

RENAULT EN CHIFFRES
LES VENTES EN 2018

3,88

millions de véhicules
vendus dans le monde,
en hausse de 3,2%

3,26

millions de voitures
pour les particuliers,
en recul de 1%

620 000

véhicules utilitaires,
en hausse de 33,7%

EMMANUEL EGLOFF [@eegloff](#)

AUTOMOBILE L'année 2018 a été une nouvelle période de croissance pour Renault. Alors que Carlos Ghosn, qui reste officiellement PDG du groupe, est toujours en prison au Japon, la marque au losange a réussi à conserver sa place de premier constructeur français. Mais d'extrême justesse. En 2018, Renault a vendu 3,88 millions de véhicules dans le monde : c'est 6530 de plus que son concurrent PSA (3,877 millions).

Les 3,88 millions d'unités de Renault représentent une progression de 3,2% de plus qu'en 2017. Mais cette progression doit être relativisée : elle s'explique par l'intégration de 165 000 véhicules utilitaires de deux nouvelles marques chinoises, Jinbei et Huasong. Sans elles, les ventes reculeraient de 1,2%.

Pour résister à un environnement mondial plus difficile, Renault a bénéficié du rebond en Russie. Après plusieurs années

très dures, le marché remonte enfin. Ce qui a permis aux ventes de Lada, les véhicules low cost d'Avtozav dont Renault est actionnaire majoritaire, de s'envoler de 18,7%. Le groupe français profite aussi de la reprise du marché brésilien (+28,5%). Grâce à ces deux pays, les ventes hors de l'Union européenne ne reculent que de 2,9%, hors intégration des utilitaires chinois. La différence est importante par rapport à PSA, qui a beaucoup souffert hors d'Europe l'an dernier.

Passage WLTP difficile

La situation est différente sur le Vieux Continent. Renault y progresse de 0,5% quand PSA peut se targuer de frôler une hausse de 5%, sans tenir compte de l'intégration d'Opel. « En Europe, on a tenu une part de marché de haut niveau sans lancement de nouveaux modèles », précise Olivier Murguet, directeur commercial de Renault. L'année 2019 sera importante avec le lancement de la nouvelle Clio, un modèle à forts



Chaîne de montage des voitures Dacia en Roumanie. La marque low-cost de Renault a vu ses ventes augmenter de 7,5% en 2018.

volumes. Hormis la pénurie de nouveautés, la marque au losange a souffert du passage compliqué aux nouvelles normes d'homologation WLTP. Conséquences : les immatriculations ont chuté de 18% sur les quatre derniers mois de l'année dans l'Union européenne, dès la mise en application de la nouvelle norme. « Le WLTP est derrière nous », espère désormais Olivier Murguet. Il souligne que, sur l'ensemble de l'année 2018, les ventes sont « à peu près au niveau prévu » malgré la fin d'un année difficile.

La performance a été grandement soutenue par Dacia, la marque low-cost du constructeur, essentiellement commercialisée en Europe et en Afrique du Nord. La

croissance des ventes de ces véhicules fabriqués en Roumanie et au Maroc atteint 7,5%, quand ceux de la marque Renault reculent de 5,2%.

Renault peut afficher sa satisfaction. L'année 2018 représente la sixième année de progression des ventes. Surtout, l'activité de Renault est équilibrée entre l'Europe (49,4%) et le reste du monde (50,6%). Pour 2019, Renault vise « une légère croissance des ventes ». Mais la priorité pour le constructeur français est de se trouver un nouveau dirigeant : Carlos Ghosn devrait rester emprisonné au Japon pendant encore de longs mois. Une solution devrait être trouvée dans les prochains jours. ■