**TISKOVÁ ZPRÁVA**

16/07/2021

Světové obchodní výsledky za 1. pololetí roku 2021

# Prodeje Skupiny Renault v celém světě se v prvním pololetí roku 2021 zvýšily oproti roku 2020 o 18,7 %.

* **Skupina Renault potvrzuje, že pokračuje v selektivní obchodní politice upřednostňující nárůst rentabilních objemů.**

# Značka Renault zaznamenala zvýšení svých prodejů o 18,5 %. Modelová řada E-TECH je velmi úspěšná, v Evropě se prodává s tímto označením každý čtvrtý osobní vůz Renault. U modelu Arkana je každý druhý prodaný vůz ve verzi E-TECH.

* **Značka Dacia zaznamenala nárůst o 24,5 % díky obnově sortimentu, které vévodí Nové Sandero.**

# U značky LADA došlo k nárůstu prodejů ve světě o 41,1 % a v Rusku o 51 %, přičemž v Rusku posílila LADA své první místo s 23 % podílem na trhu, což je nejlepší výsledek za posledních deset let.

* **Portfolio objednávek Skupiny v Evropě na konci června odpovídá 2,5 měsícům prodejů a jeho základem je atraktivita nabídky Renault E-TECH, užitková vozidla, Nová Dacia Sandero a 100 % elektrická Dacia Spring.**

# Skupina si plní své cíle CAFE pro rok 2021.

Boulogne-Billancourt, dne 16. července 2021.

# Za situace, kterou stále negativně ovlivňuje pandemie covidu-19, prodala Skupina Renault v 1. pololetí roku 2021 1 422 600 vozidel, což představuje nárůst o 18,7 % oproti roku 2020, ale pokles o 24,2 % oproti 1. pololetí roku

**2019.**

# Po celé toto pololetí pokračuje Skupina v selektivní obchodní politice upřednostňující nárůst rentabilních objemů

**na svých jednotlivých trzích.**

**Značka Renault**

Značka Renault prodala v celém světě 901 500 vozidel, což představuje nárůst o 18,5 % oproti 1. pololetí roku 2020. K nárůstu došlo ve všech klíčových zemích. Podíl prodejů v Evropě dosahuje 59 %. V pěti hlavních evropských zemích (Francie, Německo, Španělsko, Itálie a Spojené království) představuje nyní podíl prodeje soukromým osobám 40 %, což je téměř o 2procentní body více než v roce 2019, tedy v situaci před krizí.

V Evropě prodala značka Renault 532 161 vozidel (+ 13,2 %), což představuje 7 % podíl na trhu. Tento výsledek je podpořen velkým nárůstem prodejů osobních elektromobilů a elektrifikovaných osobních vozidel E-TECH (91 869 vozidel, tedy + 149 %). Ostatně s přibližně 20 000 objednávek za tři měsíce prodeje se Arkana úspěšně pohybuje v segmentu C. Na trhu užitkových vozidel, kde došlo k nárůstu o 42,3 %, zvýšil Renault svůj podíl na trhu o 0,4 bodu na 14,4 %.

V klíčových zemích mimo Evropu zaznamenala značka Renault také růst díky úspěšnému zahájení prodeje nových modelů: Kiger v Indii (+ 86,6 %), Duster v Rusku (+ 36 %) a v Latinské Americe, kde došlo v Brazílii k nárůstu o 15,9

%.

**Značky Dacia a Lada**

Značka Dacia prodala 262 814 vozidel (+ 24,5 %), což je způsobeno hlavně úspěchem Nového Sandera. Dacia Spring, dostupný elektromobil, začíná velmi dobře s více než 15 000 objednávkami s předpokládaným dodáním v průběhu podzimu tohoto roku. Dacia pokračuje v obnově celého svého sortimentu: po Novém Sanderu a Novém Loganu na konci roku 2020 byl v červnu 2021 představen Nový Duster a na autosalónu v Mnichově představí značka v září svůj zcela nový polyvalentní sedmimístný rodinný model.

Značka LADA prodala v Rusku 200 219 vozidel (+ 51 %) a posiluje své první místo s 23 % podílem na trhu, což je nejlepší výsledek za posledních deset let. Mezi 10 nejvíce prodávanými vozidly v Rusku jsou čtyři modely LADY: na prvním místě je Granta (72 287 vozidel), na druhém místě je Vesta (57 031 vozidel) a v desítce je i NIVA s novým modelem Travel a novým Largusem, který byl na trh uveden v březnu.

**O Skupině Renault**

Skupina Renault je v popředí mobility, která se přetváří. Skupina Renault, čerpající sílu ze své aliance s Nissanem a Mitsubishi Motors a ze své jedinečné zkušenosti s elektrifikací, vychází z komplementarity svých 5 značek – Renault – Dacia – LADA – Alpine a Mobilize – a nabízí svým zákazníkům řešení v oblasti trvale udržitelných a inovativních mobilit. Je přítomna ve více než 130 zemích a v roce 2020 prodala 2,9 milionu vozidel. Má 170 000 zaměstnanců, kteří každodenně dokazují, proč tu je, aby nás mobilita přiblížila jedny k druhým. Skupina, která je připravena reagovat na výzvy na silnici i na závodech, se zapojila do ambiciózní transformace vytvářející hodnoty. Tato transformace se soustřeďuje na vývoj nových technologií a služeb, nového sortimentu ještě více konkurenceschopných, vyrovnaných a elektrifikovaných vozidel. Ambicí skupiny Renault je dosáhnout v souladu s environmentálními výzvami uhlíkové neutrality v Evropě v roce 2050.<https://www.renaultgroup.com/>



