

Des ventes en panne sèche pour Renault

Le groupe Renault a subi une très mauvaise année 2020, pire encore que la moyenne du secteur automobile. Mais la lumière est au bout du tunnel : le segment électrique en particulier est très prometteur.

L'an dernier, entre deux confinements, Renault a vendu 2,9 millions de voitures dans le monde, annonce un communiqué du constructeur automobile. C'est un volume en recul de 21,3% d'une année sur l'autre, dans un marché qui a baissé de 14,2%. Le groupe français fait donc encore pire que la moyenne globale. Une contre-performance qu'il va falloir effacer le plus rapidement possible pour repartir sur de bonnes bases ! Renault explique que ce recul des ventes est la conséquence de sa forte exposition dans les pays ayant subi un confinement strict, « et la suspension de leurs activités commerciales au deuxième trimestre ». En France, Renault a également dû faire face au reconfinement du mois de novembre, ce qui a provoqué un nouveau ralentissement des ventes au quatrième trimestre. En Europe, principal marché de l'entreprise, les ventes se sont établies à 1,4 million d'unités, soit 25,8% de moins.

2020, année terrible

Néanmoins, un optimisme mesuré demeure. Car le second semestre a montré une « meilleure résilience » ainsi qu'une bonne performance « sur les marchés électrique et hybride », relève Denis le Vot, directeur commercial de l'entreprise. Pour illustrer ce résultat, Renault annonce que le niveau des stocks est en baisse de 20% et que le niveau de commandes a été supérieur de 14% à celui de 2019 en Europe l'an dernier. Enfin, les premiers fruits de la nouvelle stratégie de Luca de Meo, le directeur général, commencent à apparaître. Ce dernier explique en effet que des résultats sont d'ores et déjà visibles dans la deuxième partie de l'année, « particulièrement en Europe où la marque Renault progresse sur les canaux de vente les plus rentables et renforce son leadership dans l'électrique ».

Électrique et profitabilité

Les véhicules électriques, c'est un des segments que le constructeur cherche à creuser. Il est l'un des leaders en Europe, avec 115.888 véhicules électriques vendus en 2020 (dont plus de 100.000 Zoé), un volume qui a explosé de plus de 100%. Et ce n'est pas terminé, avec une version électrifiée de la Twingo et surtout, le Dacia Spring qui est tout simplement la voiture électrique la plus abordable du marché. Autre axe de cette stratégie : « Nous privilégions désormais la profitabilité aux volumes de ventes », ajoute Luca de Meo qui veut mettre l'accent sur une marge unitaire nette par véhicule qui doit être plus élevée sur chacun des marchés du constructeur.

