

**RÉSULTATS 2013 DE RCI BANQUE**

**Résultats 2013 : hausse de la production de nouveaux financements qui s'établit à 11,4 milliards d'euros**

**En 2013, RCI Banque poursuit sa croissance et confirme sa capacité à délivrer des résultats élevés avec une production de nouveaux financements de 11,4 milliards d'euros, en hausse de 5,5%. L'encours productif moyen reste stable à 24,2 milliards d'euros malgré un effet de change défavorable et le résultat avant impôts de l'année 2013 s'établit à 744 millions d'euros, en légère baisse de 3,8% par rapport à 2012.**

**En collectant près de 3,4 milliards d'euros avec ses comptes d'épargne en France et en Allemagne, RCI Banque a réalisé 52% de son plan de refinancement de l'année par la collecte de dépôts et confirme sa capacité à limiter sa dépendance aux financements de marché.**

- **Un volume de nouveaux dossiers de 1 160 612[1] en hausse de 184 163 dossiers (+18,9%) dont 130 017 dossiers liés à l'écart de périmètre entre 2012 et 2013. Le montant de nouveaux financements est de 11,4 milliards d'euros, en hausse de 5,5%**
- **Le taux d'intervention global s'établit à 34,6% en baisse de 0,4 point par rapport à 2012. A isopérimètre le taux d'intervention est de 36,7%**
- **L'encours productif moyen est stable à 24,2 milliards d'euros malgré un effet de change négatif de 600 millions d'euros, dû essentiellement à la région Amériques. L'encours productif à fin 2013 s'établit à 25,8 milliards d'euros**
- **Le produit net bancaire s'établit à 1,221 milliard d'euros et représente 5,04% de l'encours productif moyen à fin décembre. Les services représentent 25% du produit net bancaire**
- **Un coût du risque maîtrisé à -0,42% de l'encours productif moyen et un coefficient d'exploitation stable qui s'établit à 31%**
- **Un résultat avant impôts de 744 millions d'euros, en retrait de 3,8% par rapport à**

## **2012 avec un ROE de 20,1%**

- **52% du plan de refinancement de l'année a été effectué par la croissance de la collecte de dépôts[2]**

« En 2013, RCI Banque confirme sa dynamique de croissance pour atteindre un plus haut niveau sur les dix dernières années tout en maintenant une performance financière élevée. L'entreprise a réduit sa dépendance aux financements de marché grâce à la collecte de dépôts dont le montant à fin décembre 2013 représente 17% des encours. La seconde phase de notre plan stratégique sera caractérisée par un marché automobile mondial en croissance et un développement des services liés à l'usage de l'automobile. RCI Banque continuera à apporter sa contribution au développement des ventes de l'Alliance avec l'ambition de toujours mieux répondre aux besoins des automobilistes.» a déclaré **Dominique Thormann**, président-directeur général de RCI Banque.

### **Poursuite de la croissance en europe et sur les marchés émergents**

En 2013, RCI Banque a bénéficié à la fois du dynamisme des marques de l'Alliance et d'une politique commerciale offensive sur tous les marchés. A périmètre égal par rapport à 2012, le taux d'intervention financements progresse de 1,7 point à 36,7%. Après consolidation des résultats des filiales en Turquie et

En Russie, le taux d'intervention financements global de RCI Banque s'établit à 34,6 %, soit -0,4 point par rapport à 2012, sachant que le taux d'intervention financements en Turquie et en Russie est de 25%.

Dans un MTM européen en retrait de 1,6% par rapport à 2012, le taux d'intervention financements progresse de 1,2 point à 35,1%. Clio 4 et Captur affichent des performances particulièrement élevées avec respectivement 44,6% et 39,3% de taux d'intervention financements.

RCI Banque poursuit également sa croissance dans les pays hors d'Europe. Ceux-ci représentent 38% des volumes de dossiers de financements VN. Avec 42,7% de taux d'intervention financements sur la région Amériques, les résultats de RCI Banque sont en forte augmentation. Le Brésil conforte sa position de 2<sup>ème</sup> contributeur au volume de dossiers de financements VN. Sur la Région Eurasie, l'activité de RCI Banque se concentre essentiellement en Russie, 3<sup>ème</sup> pays contributeur au volume de dossiers de financements VN. Les financements ont été réalisés dans le cadre d'un accord commercial jusqu'en novembre, date de la création de RN Bank, une joint-venture entre RCI Banque (30 %), Nissan (30 %) et UniCredit Group (40 %).

La croissance de l'activité de RCI Banque s'appuie également sur le développement de l'activité de financement des véhicules d'occasion qui progresse de 6,3% par rapport à 2012 et représente 189 061 dossiers.

RCI Banque réalise donc en 2013 sa meilleure performance commerciale avec 1 160 612 dossiers de financements soit une hausse de 18,9% (+184 163 dossiers). A isopérimètre 2012 - sans les volumes de la Turquie et de la Russie - la croissance reste soutenue et s'établit à 5,5%, soit 54 146 dossiers supplémentaires.

La vente de services constitue également un axe stratégique majeur. En effet, la vente de services contribue à la satisfaction des clients, favorise la fidélité aux marques de l'Alliance et augmente la rentabilité de l'activité de RCI Banque. 1 756 496 dossiers de services ont été réalisés en 2013. Depuis deux ans, RCI Banque est également devenue un opérateur de service pour la location de la batterie du Véhicule Electrique. Cette prestation est désormais proposée dans 19 pays, pour Renault et Nissan et le parc de batteries s'élève, fin 2013, à près de 31 600.

### **Une performance financière toujours élevée**

La dynamique commerciale constatée sur les marques de l'Alliance permet une progression de 5,5 % du montant des nouveaux financements. Ils représentent 11,4[3] milliards d'euros. Cette progression permet de compenser l'impact d'un effet de change négatif de 600 millions d'euros, essentiellement en région Amériques. L'encours productif moyen reste donc stable à 24,2 milliards d'euros.

Le produit net bancaire s'établit à 1 221 millions d'euros soit 5,04% de l'encours productif moyen[4] (EPM) en repli de 1,5% par rapport à 2012 (-18 millions d'euros). En dépit de l'effet de change négatif sur la région Amériques, la baisse du produit net bancaire a été, en grande partie, compensée par la contribution croissante des services, qui représentent 25% du produit net bancaire.

Le coût du risque global (clientèle et réseaux) demeure à un niveau bas avec un taux de 0,42% de l'encours productif moyen (+0,04 point comparé à 2012). Le coefficient d'exploitation se positionne à 31% du produit net bancaire (+0,3

point), démontrant ainsi la capacité de RCI Banque à encadrer ses frais de fonctionnement (379 millions d'euros en 2013 pour 380 millions d'euros en 2012) tout en poursuivant son développement commercial.

Le résultat avant impôts s'établit à 744 millions d'euros en repli de 3,8% par rapport à 2012, en raison essentiellement de l'effet de change. Le ROE est en baisse à 20,1% contre 22,2% à fin décembre 2012, notamment sous l'effet de la hausse des fonds propres moyens consolidés au cours de la période.

### **La diversification du refinancement est devenue une réalité**

En 2013, RCI Banque a poursuivi sa stratégie de collecte de dépôts. Cette activité a été lancée en Allemagne en février sous la marque Renault Bank direkt. La croissance des dépôts collectés en France et en Allemagne au cours de l'exercice a atteint 3,4 milliards d'euros (dont près de 800 millions en dépôts à terme) et a représenté 52% du plan de refinancement de RCI Banque (périmètre Europe). Cette diversification a permis de réduire la dépendance de l'entreprise aux financements de marché. Ceux-ci se sont élevés à 3,1 milliards d'euros, en net repli par rapport à l'exercice précédent (5 milliards).

Sur le marché obligataire, RCI Banque a levé l'équivalent de 2,1 milliards d'euros dont une première émission obligataire en livre sterling depuis sept ans et une nouvelle opération en dollars américains suite à l'émission inaugurale de 2011. Les filiales du Groupe ont également sollicité les marchés obligataires locaux : Argentine, Corée du Sud et Brésil. La filiale brésilienne a confirmé sa capacité à accéder à la liquidité locale en émettant 1,4 milliard de réal brésilien. Par ailleurs, RCI Banque poursuit sa présence sur le marché des titrisations et a réaménagé sa titrisation allemande avec une structure identique à celle déployée en France en 2012. Le montant concerné a été de 800 Millions d'euros.

### **RCI Banque a su construire une croissance rentable avec un coût maîtrisé**

A l'issue de la première phase de son plan stratégique, RCI Banque a su construire une croissance durable et rentable, avec des coûts maîtrisés.

En tant que financière des marques de l'Alliance sur les marchés sur lesquels elle opère, RCI Banque a réussi à développer son encours productif moyen qui progresse de 15,4% entre 2010 et 2013. Le taux d'intervention financements augmente de plus de 3 points sur la période. Sur la même période, les volumes de dossiers de financements de véhicules d'occasion ont progressé de 27% et la stratégie de développement des services est devenue une réalité avec un portefeuille de près de 3,9 millions de contrats services à fin décembre 2013. Cette croissance a été réalisée tout en encadrant les coûts du risque clientèle et réseau (+0,02 points sur la période) et en stabilisant le coefficient d'exploitation. Avec un ROE supérieur à 20%, RCI Banque conserve un niveau de rentabilité élevé. Enfin, avec un montant net d'épargne collectée représentant 17% de ses encours à fin décembre 2013, RCI Banque est désormais moins dépendante des marchés financiers pour poursuivre sa croissance.

### **Un nouveau plan de croissance qui capitalise sur les acquis et s'appuie sur la transformation de l'entreprise**

Avec son nouveau plan pour la période 2014-2016, RCI Banque poursuit la mise en œuvre de sa stratégie au bénéfice de l'Alliance et inscrit son action globale dans le cadre du plan «Drive the Change».

Quatre axes stratégiques ont été ainsi définis :

- **RCI Banque va développer une large gamme de produits adaptés aux attentes des automobilistes.**
- **L'entreprise souhaite mettre le client au cœur de son activité en améliorant en particulier la connaissance clients et en se dotant des moyens - notamment digitaux - pour renforcer la relation avec chacun d'eux.**
- **RCI Banque va continuer à accompagner systématiquement les constructeurs de l'Alliance dans le développement de leurs activités respectives à l'international.**
- **Les évolutions de notre environnement et les ambitions de croissance de l'entreprise requièrent que RCI Banque poursuive sa transformation interne avec le souci de développer une culture de la performance dans tous les métiers de l'entreprise.**

Les ambitions de RCI Banque dans le cadre du plan 2014-2016 se concrétiseront à travers le lancement de l'activité

commerciale en Inde dès 2014, le redéploiement de l'activité en Colombie et l'étude d'une activité en Chine. Elles s'incarneront également dès 2014 par l'intégration de Datsun, nouvelle marque de l'Alliance (en Russie puis en Inde). Enfin, RCI Banque se fixe deux autres cibles ambitieuses à l'horizon du plan, en 2016 : commercialiser près de 2 millions de services par an et disposer d'un montant d'épargne collectée représentant 30% de ses encours.

<b>RCI Banque</b> Sophie Guiot +33 (0)1 4932 8644 <a href="mailto:sophie.guiot@rcibanque.com">sophie.guiot@rcibanque.com</a>	<b>Hill + Knowlton Strategies</b> +33 (0)1 4105 4417 <a href="mailto:rcibanquepressoffice@hkstrategies.com">rcibanquepressoffice@hkstrategies.com</a>
---	---

---

[1] Nouveaux dossiers de financement : sont pris en compte les dossiers de crédit automobile pour des véhicules neufs ou d'occasion réalisés dans les pays consolidés dans les résultats de RCI Banque. En 2013, le périmètre de consolidation a évolué et intègre pour la 1<sup>ère</sup> année la Turquie et la Russie. Avec les pays non consolidés, le volume total s'établit à 1 181 916 dossiers

[2] Un communiqué de presse sur les résultats 2013 de l'activité d'épargne a été publié le 15 janvier 2014

[3] A noter que l'accord commercial en Russie génère une commission mais pas d'encours

[4] Encours Productif Moyen : montant moyen des créances restant dues génératrices d'intérêts.

**GROUPE RENAULT**  
**SERVICE DE PRESSE**  
Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36  
[renault.media@renault.com](mailto:renault.media@renault.com)

Sites web: [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) - [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com)

Follow us on Twitter : [@Groupe\\_Renault](https://twitter.com/Groupe_Renault)