**Alliansemedlemmene solgte tilsammen 10,76 millioner
biler i 2018**

 ****

* Det totale salget av Renault, Nissan og Mitsubishi Motors steg 1,4% til 10,76 millioner enheter i 2018. Antallet utgjør en av ni personbiler og lette varebiler solgt verden over
* Totalt salg av varebiler (opp til 3,5t. totalvekt) økte 13,5% til 2 millioner
* Akkumulert salg av elektriske biler økte 34% sammenlignet med året før, til 725.000 elektriske biler siden 2010
* Økt bruk av felles plattformer (Common Module Family - CMF) i flere biler lykkes stadig

Renault – Nissan – Mitsubishi, verdens ledende bilallianse, kunngjorde i dag at alliansepartnerne til sammen solgte 10.756.875 enheter 2018. Alliansen beholder dermed sin posisjon som verdens ledende aktør i antall solgte personbiler og lette varebiler.

Antallet enheter steg 1,4% sammenlignet med året før, drevet av kraftig etterspørsel etter blant annet Renault Clio, Captur, Nissan X-Trail/ Rogue og Sentra/ Sylphy og Mitsubishi sin Eclipse Cross og *XPANDER*.

Salget av flere modeller med samme plattform, Common Module Family (CMF), en viktig faktor i Alliansens 2022 plan på mellomlang sikt, økte også i tempo i 2018. Dette inkluderte innledende salg av Renault Kwid i flere internasjonale markeder, sammen med økt produksjon av Nissan Frontier/ Navara pick-up, som deler arkitektur med modeller fra Renault og Mercedes.

Alliansemedlemmene erfarte også en kraftig økning i etterspørselen etter lette varebiler, med solid salgsøkning av Renault Kangoo, Master og Trafic, Nissan Navara og Terra, og Mitsubishi Triton/ L200. En sentral del av alliansestrategien er å maksimere synergier gjennom kryssutvikling og kryssproduksjon for å øke salg og markedsandeler til Alliansens lette varebiler verden over.

I 2018 opprettholdte Alliansen sin forpliktelse til å levere nullutslippsbiler. Lederposisjonen blant nullutslippsbilene med et akkumulert salg på 725.905 elektriske biler siden 2010, ble drevet av etterspørselen etter Renault ZOE og Nissan LEAF, samt andre elbiler.

Av alliansemedlemmenes bilmerker økte salget til Renault-gruppen med 3,2% til 3.884.295 enheter i 2018. Nissan Motor Co., Ltd solgte 5.653.683 enheter på verdensbasis, ned 2,8%. Mitsubishi Motors Corporation solgte 1,218.897 enheter verden over, opp 18,3% sammenlignet med året før.

Som del av Alliansens 2022 plan fortsetter Renault – Nissan – Mitsubishi å prognostisere årlige synergier på 10 milliarder Euro mot slutten av 2022. Målsetningen er å produsere ni millioner enheter basert på fire felles plattformer. Planen innebærer også å benytte felles motorer i 75% av totalt salg. I tillegg, 12 nye elektriske nullutslippsbiler i perioden, og 40 modeller introduseres med ulike nivåer av autonomi.

**Topp 10 markeder for Alliansen**

Land Totalt salg

Kina 1.920.541

USA 1.611.952

Frankrike 763.984

Japan 727.823

Russland 648.795

Mexico 355.968

Tyskland 343.656

Brasil 334.469

Italia 277.941

Spania 275.884

**Topp 10 markeder for Renault**

Land Totalt salg

Frankrike 689.788

Russland 497.266

Tyskland 235.609

Kina 216.699

Brasil 214.822

Italia 208.580

Spania 189.480

Tyrkia 115.842

Argentina 114.384

Storbritannia 103.607

**Topp 10 markeder for Nissan**

Land Totalt salg

Kina 1.563.986

USA 1.493.877

Japan 615.966

Mexico 314.123

Canada 149.117

Storbritannia 116.914

Russland 106.138

Brasil 97.512

Spania 72.943

Thailand 72.394

**Topp 10 markeder for Mitsubishi Motors**

Land Totalt salg

Indonesia 146.805

Kina 139.856

USA 118.075

Japan 104.611

Australia 84.826

Thailand 84.560

Filipinene 65.894

Tyskland 52.196

Russland 45.391

Storbritannia 30.952

**Om MITSUBISHI MOTORS**

Mitsubishi Motors Corporation er en global bilprodusent med hovedkontor i Tokyo, Japan, som har et konkurransefortrinn med biltypene SUV, plug-in hybrid, elbil og pickup. Siden Mitsubishi-gruppen produserte sin første bil for over hundre år siden har vi demonstrert våre ambisjoner og innovasjoner gjennom nye bilgenre, og ved å være først ute med nyskapende teknologi. Dypt forankret i Mitsubishi Motors DNA appellerer vår merkevarestrategi til bilkjøpere som er villige til å utfordre eksisterende sannheter og omfavne endring. I samsvar med denne tankegangen introduserte Mitsubishi Motors den nye merkevarestrategien i 2017. Gjennom slagordet “Drive your Ambition”– en kombinasjon av personlig *drive* og fremoverlent holdning, uttrykkes en refleksjon over den konstante dialogen mellom merkevaren og dens kunder. Mitsubishi Motors forplikter seg til å investere i innovative og nye teknologier, attraktivt design og produktutvikling for å svare på etterspørselen etter spennende og autentiske nye biler til kunder over hele verden.

Kontakt:
Rune Gjerstad/ Administrerende Direktør – MMC Norge AS +47 2337 6100 / 924 02905 rune.gjerstad@mitsubishi-motors.no

Vegard Werner/ Produktsjef – MMC Norge AS +47 2337 6100 / 928 25259
vegard.werner@mitsubishi-motors.no