

GROUPE RENAULT

GROUPE RENAULT PREZINTĂ PLANUL SĂU STRATEGIC, «RENAULTION»

În urma aprobării Consiliului de administrație, Luca de Meo, CEO Groupe Renault, prezintă astăzi «Renaultion», un nou plan strategic care urmărește reorientarea strategiei Grupului, trecând de la obiectivul de volume, la crearea de valoare.

Acest plan strategic este structurat în trei faze lansate în paralel:

- Faza "Redresare" care se va întinde până în 2023, se va concentra pe redresarea marjei și generării de lichidități.
- Faza "Renovare" care se va întinde până în 2025, va cuprinde reînnoirea și îmbogățirea gamelor, contribuind astfel la rentabilitatea mărcilor.
- Faza "Revoluție", care va demara în 2025, va trece de la modelul economic al Grupului către tehnologie, energie și mobilitate, făcând din Groupe Renault un precursor în lanțul valoric al noilor mobilități.

Planul "Renaultion" va permite restaurarea competitivității Groupe Renault :

- trecând dincolo de planul 2021, îmbunătățind activitatea de inginerie și producție, pentru a reduce costurile fixe și a ameliora costurile variabile în întreaga lume
- profitând de atu-urile industriale actuale ale Grupului și de leadership-ul în materie de vehicule electrice în Europa
- sprijinându-se pe Alianță pentru a crește impactul companiei în ceea ce privește produsele, activitățile și tehnologiile
- accelerând serviciile de mobilitate, cele dedicate energiei și cele referitoare la date
- îmbunătățind rentabilitatea prin intermediul celor patru unități de business (Business Units), diferențiate, fondate în jurul unor mărci solide, centrate pe clienți și piață

O nouă organizare va sta la baza acestui plan: activitățile, cu ingineria în prim plan, sunt responsabile de competitivitate, de costuri și de termenele de implementare pe piață. Mărcile, din plin responsabile, gestionează rentabilitatea lor.

În coerență cu această organizare, axată pe valoare, compania nu va mai măsura performanțele sale prin prisma cotelor de piață și a vânzărilor, ci în funcție de rentabilitate, de generarea lichidităților și de eficiența investițiilor.

Grupul își fixează noi obiective financiare :

- Până în 2023, Grupul vizează să atingă 3% marjă operațională, aproximativ 3 miliarde de euro *free cash flow* 2 operațional pe ramură Auto cumulată (2021 - 2023) și să reducă investițiile și cheltuielile R&D cu aproximativ 8% din cifra de afaceri
- Până în 2025, Grupul își propune să atingă o marjă operațională de cel puțin 5%, aproximativ 6 miliarde de euro *cash - flow* operațional pe ramură Auto cumulată (2021 - 2025) și un profit de exploatare automată (ROCE3) în creștere de cel puțin 15 puncte, față de 2019.

Planul *Renaultion* va asigura o rentabilitate durabilă a Grupului, respectând astfel angajamentul său de neutralitate a amprentei de carbon în Europa până în 2050.

«Planul *Renaulution* consistă în orientarea companiei în ansamblul ei, de la generarea de volume, la crearea de valoare. Mai mult decât o redresare, este vorba de o transformare profundă a modelului nostru de companie. Am stabilit baze solide și sănătoase pentru performanțele noastre. Am raționalizat operațiunile, începând cu Ingineria, ajustând, pentru că era necesar, orientând resursele noastre către produse și tehnologii cu potențial puternic. Această eficacitate crescută va alimenta viitoarea noastră gamă de produse: tehnologice, electrificate și competitive. Va alimenta totodată, forța mărcilor noastre, fiecare cu propriile ei teritorii clare și diferențiate; responsabile de rentabilitatea lor și de satisfacția clienților. Până în 2030, vom trece de la o companie auto care utilizează tehnologie la o companie tehnologică, folosind mașini, din care 20% din venituri vor proveni din servicii de date, din comerț și din energie. Vom reuși progresiv, folosindu-ne de atu-urile acestei mari companii, de competențele și angajamentul angajaților săi. *Renaulution* este un plan strategic pe care îl vom derula și realiza într-un singur mod: împreună », explică **Luca de Meo**, CEO Groupe Renault.

Planul *Renaulution* include principalele elemente :

1. **Accelerarea eficacității activităților** care vor fi responsabile de competitivitate, de costuri, de termene de dezvoltare și de lansarea pe piață.
 - **Consolidarea eficacității, vitezei și performanței ingineriei și producției, accelerată de către Alianță :**
 - Raționalizarea platformelor de la 6 la 3 (cu 80% volume ale Grupului pe trei platforme ale Alianței) și a grupurilor motopropulsoare (de la 8 la 4 familii);
 - Toate modelele care vor fi lansate pe platformele existente vor fi lansate pe piață în cel puțin 3 ani;
 - Redimensionarea capacității industriale de la 4 milioane de unități în 2019, la 3,1 milioane de unități în 2025 (referința Harbour);
 - Eficacitate crescută a furnizorilor;
 - **Orientarea prezenței internaționale a Grupului către piețe cu marje puternice:** mai ales în America latină, în India și în Coreea, profitând de competitivitatea din Spania, Maroc, România și Turcia și creând sinergii cu Rusia.
 - **Impunerea unei discipline stricte în materie de costuri:**
 - Reducerea costurilor fixe: planul 2022, finalizat înainte de fază, extins până în 2023, pentru a atinge – 2,5 miliarde de euro și un obiectiv de – 3 miliarde de euro până în 2025 (inclusiv variabilitatea costurilor fixe).
 - Costuri variabile: 600€ de ameliorare per vehicul, până în 2023
 - Reducerea investițiilor și cheltuielilor R&D cu aproximativ 10% din cifra de afaceri, cu 8%, până în 2025

Toate aceste eforturi vor consolida reziliența Grupului și vor reduce pragul de rentabilitate cu 30% până în 2023.

1. Dotarea celor patru unități de business cu o identitate și o poziționare puternice.

Această nouă organizare va permite crearea unui portofoliu de produse reechilibrat și mai rentabil, cu 24 de lansări de produse până în 2025 – din care, jumătate, în segmentele C/D, și, cel puțin 10 vehicule electrice.

Această nouă organizare axată pe valoare și această ofensivă de produse vor permite ameliorarea prețurilor și mix-ului de produse.

Renault, *La nouvelle Vague*

Marca va întruchipa modernitatea și inovația în industria auto și dincolo de aceasta, în domeniul serviciilor energetice, tehnologice și de mobilitate, de exemplu.

Ca parte a strategiei sale, Renault își va spori mixul de segmente printr-o ofensivă în segmentul C și își va consolida pozițiile în Europa, concentrându-se în același timp pe segmente și canale profitabile în piețe cheie precum America Latină și Rusia.

Brandul se va baza pe atu-urile noastre puternice:

- Lider în electrificare până în 2025 cu:

- o Un proiect „Electro Pol” potențial în nordul Franței, cea mai mare capacitate de producție a vehiculelor electrice aparținând grupului
- o Un joint-venture bazat pe hidrogen
- o Cel mai «verde» mix de produse din Europa
- o Jumătate din lansările în Europa vor fi vehicule electrice, cu o contribuție mai mare la marjă decât vehiculele termice (în euro)
- o Competitiv pe piața vehiculelor hibride cu un mix de 35%

- Generator de ecosisteme de înaltă tehnologie: devenind un jucător în tehnologiile cheie de la big data la securitate cibernetică, cu „Software République”

- Lider în economia circulară prin servicii dedicate vehiculelor electrice și energiei derulate la Re-Factory din Flins (Franța)

Dacia-Lada, *Totul. Pur și Simplu.*

Dacia va evolua pentru a deveni mai atractivă, păstrându-și însă atributele specifice. Lada va rămâne la rândul său o marcă sinonimă cu robustețea și soliditatea. Ambele mărci vor continua să propună produse accesibile, utilizând tehnologii verificate și destinate unor clienți interesați să facă o achiziție rațională. Atât Dacia cât și Lada vor include în viitor și vehicule din segmentul C.

• Modele de business eficiente:

- o Design-to-cost
- o Eficiență: reducerea numărului de platforme de la 4 la 1; reducerea diversității de caroserii de la 18 la 11, având ca rezultat capacitatea de a fabrica, în medie, 1,1 milioane de vehicule pe platformă față de 0,3 milioane de unități în prezent.

• Apariția unei noi game de produse competitive și intrarea în segmentul C :

- o 7 modele lansate până în 2025, dintre care 2 în segmentul C
- o Relansarea unor modele emblematice
- o Eficiență în emisiile de CO2: exploatarea activelor tehnologice ale Grupului (GPL în cazul ambelor mărci, E-Tech în cazul Dacia)

Alpine

Marca Alpine va reuni Alpine Cars, Renault Sport Cars și Renault Sport Racing într-o nouă entitate cu autonomie deplină dedicată dezvoltării de modele sportive exclusiviste și inovatoare.

- **O marcă 100% electrică, având un plan de produs creat pentru a sprijini extinderea prin:**
 - valorificarea dimensiunii și capacităților Groupe Renault și ale Alianței care cuprind platformele CMF-B și CMF-EV, o amprentă industrială globală, o echipă de achiziții eficientă, o rețea globală de distribuție și servicii financiare ale RCI Bank and Services, care garantează o competitivitate optimă din punct de vedere al costurilor.
 - poziționarea F1 în centrul proiectului, printr-un angajament complet reînnoit față de campionat.
 - dezvoltarea unui model sport electric de nouă generație împreună cu Lotus.
- **Având obiectivul de a fi profitabil în 2025 incluzând investițiile în motorsport**

Mobilize, Dincolo de automobil

Această nouă entitate comercială va dezvolta noi surse de profit provenind din serviciile de mobilitate și de energie în folosul utilizatorilor de vehicule, urmând să genereze peste 20% din veniturile Groupe Renault până în 2030.

Mobilize va permite Groupe Renault să se poziționeze mai rapid în noua lume a mobilității, propunând soluții și servicii altor mărci și partenerilor externi.

- **Trei misiuni:**
 - Mărirea timpului de utilizare a mașinilor (90 % din timp este inutilizat în prezent)
 - O mai bună gestionare a valorii reziduale
 - Ambiția de a atinge obiectivul „0 emisii carbon”
- **O ofertă unică, accesibilă și utilă:**
 - 4 vehicule adaptate, din care două pentru carsharing, unul pentru serviciile cu șofer și unul pentru livrarea pe "ultima sută de metri"
 - Soluții de finanțare inovatoare (abonament, leasing, plata pe distanța parcursă)
 - Platformă dedicată datelor, serviciilor și programelor software
 - Noi servicii de întreținere și renovare (Re-Factory)

Acest plan va fi prezentat reprezentanților salariaților conform reglementărilor în vigoare.

Prezentarea este disponibilă pe www.groupe.renault.com. Pentru mai multe informații, accesați site-ul dedicat: renaulution.com.

[1] A iso mix.