

PERSBERICHT

**GROUPE RENAULT PRESENTEERT ZIJN STRATEGISCH PLAN
“RENAULTION”**

14 januari 2020 – Na de goedkeuring door de Raad van Bestuur, stelt Luca de Meo, CEO van Groupe Renault vandaag “Renaultion” voor, een nieuw strategisch plan dat **de strategie van Groupe Renault heroriënteert van volumes naar waardecreatie**.

Dit strategisch plan is opgedeeld in **3 fasen** die parallel worden gelanceerd:

- De “Herstelfase”, die tot 2023 loopt, zal zich concentreren op het herstel van de marge en het genereren van liquiditeiten.
- In de “Vernieuwingsfase”, die tot 2025 loopt, worden de gamma's vernieuwd en uitgebreid, wat bijdraagt tot de rentabiliteit van de merken.
- De “Revolutiefase”, die in 2025 van start gaat, zal het economische model van Groupe Renault doen evolueren naar technologie, energie en mobiliteit, waardoor Groupe Renault een voorloper wordt in de waardeketen van nieuwe mobiliteit.

Het Renaultion-plan zal het concurrentievermogen van Groupe Renault herstellen door:

- Verder te gaan dan het 2022-plan¹. Met name door de engineering en de productie efficiënter te maken en zo vaste kosten te verminderen en door de variabele kosten wereldwijd te optimaliseren.
- de huidige industriële troeven van Groupe Renault en zijn elektrische leiderschap in Europa te benutten.
- met steun van de Alliantie onze slagkracht op het vlak van producten, activiteiten en technologieën te vergroten.
- de mobiliteitsdiensten, en de diensten omtrent energie en data te versnellen.
- de rentabiliteit te verhogen aan de hand van 4 gedifferentieerde business units, gebaseerd op volledig verantwoordelijke merken, gericht op klanten en markten.

Een **nieuwe organisatie zal dit plan implementeren**: de desbetreffende functies zijn samen met de engineering op de eerste plaats verantwoordelijk voor de competitiviteit, de kosten en de doorlooptijd. De volledig verantwoordelijke merken beheren hun rentabiliteit.

Binnen de context van deze waardegedreven organisatie zal het bedrijf zijn prestaties niet langer meten aan de hand van marktaandeel en verkopen, maar op basis van de winstgevendheid, het genereren van liquiditeiten en de efficiëntie van investeringen.

Groupe Renault legt **nieuwe financiële doelstellingen** vast:

- Tegen 2023 wil Groupe Renault meer dan 3% van de operationele marge van de Groep bereiken, ongeveer 3 miljard euro aan operationele *free cashflow*² van de divisie Auto (over de periode 2021-23) en de investeringen en uitgaven voor O&O verminderen tot ongeveer 8% van de omzet.
- Tegen 2025 streeft Groupe Renault naar een operationele marge van minstens 5%, ongeveer 6 miljard euro aan operationele *free cashflow* van de divisie Auto² (over de periode 2021-25) en een ROCE³ die minstens 15 punten hoger ligt dan in 2019.

¹ Het 2022-plan dat als doel heeft de vaste kosten met meer dan 2 miljard euro over 3 jaar te verminderen, werd op 29 mei 2020 voorgesteld.

² Operationele *free cashflow* van de autosector: kasstromen na interesten en belastingen (exclusief ontvangen dividenden van beursgenoteerde vennootschappen) min materiële en immateriële netto-investeringen van overdrachten +/- de variërende behoefte aan werkkapitaal

³ ROCE = Auto Operating Profit (incl. AVTOVAZ) * (1 - gemiddelde belastingvoet) / (PP&E + immateriële activa + financiële activa - investeringen in RCI/Nissan/ Daimler + behoefte aan werkkapitaal)

Het Renaulution-plan zal voor een duurzame rentabiliteit van Groupe Renault zorgen, met inachtneming van het engagement inzake koolstofneutraliteit in Europa tegen 2050.

“Het Renaulution-plan bestaat erin het hele bedrijf te heroriënteren van volumes naar waardecreatie. Het gaat niet zozeer om een herstel, maar eerder om een grondige transformatie van ons bedrijfsmodel. We hebben een stevige en gezonde basis gelegd voor onze prestaties. We hebben onze activiteiten gestroomlijnd, te beginnen met de techniek, door onze omvang aan te passen waar nodig, door onze middelen anders te gaan gebruiken, namelijk voor producten en technologieën met een groot potentieel. Deze toename in efficiëntie zal ons toekomstige productgamma voeden: technologisch, elektrisch en competitief. En dat zal onze merken versterken, elk met zijn eigen duidelijke en gedifferentieerde gebieden, en elk verantwoordelijk voor zijn rentabiliteit en de tevredenheid van zijn klanten. We zullen overstappen van een constructeur die technologie gebruikt naar een technologische constructeur, waarbij tegen 2030 minstens 20% van de inkomsten afkomstig zal zijn van data- en energiediensten.

We zullen dit stapsgewijs realiseren, met behulp van de troeven van dit grote bedrijf, de competenties en het engagement van zijn medewerkers. Renaulution is een eigengemaakt strategisch plan dat we op dezelfde manier zullen uitrollen en realiseren: collectief”, legt Luca de Meo, CEO van Groupe Renault, uit.

Het Renaulution-plan omvat de volgende hoofdelementen:

1. **De efficiëntie verbeteren binnen de specifieke functies** die verantwoordelijk zijn voor de competitiviteit, de kosten, de ontwikkelings- en doorlooptijd.
 - **De efficiëntie, de snelheid en de prestaties van de engineering en de productie verbeteren, wat versneld wordt door de Alliantie:**
 - o Het stroomlijnen van de platformen van 6 naar 3 (met 80% van de volumes van Groupe Renault op drie platformen van de Alliantie) en van de aandrijfgehelen (van 8 naar 4 families)
 - o Alle modellen die op de bestaande platformen worden gelanceerd, zullen op minder dan 3 jaar tijd op de markt worden gebracht
 - o De industriële capaciteit van 4 miljoen eenheden in 2019 terugbrengen tot 3,1 miljoen eenheden in 2025 (referentie Harbour)
 - o Efficiëntere samenwerking met leveranciers
 - **De internationale aanwezigheid van Groupe Renault richten op de markten met hoge marges:** met name Latijns-Amerika, India en Korea, terwijl we onze concurrentiekracht benutten in Spanje, Marokko, Roemenië en Turkije en meer synergieën creëren met Rusland.
 - **Een strikte kostendiscipline opleggen:**
 - o Vermindering van de vaste kosten: het in een vroeg stadium voltooide 2022-plan, dat wordt uitgebreid tot 2023, om -2,5 miljard euro te behalen, en een doelstelling van -3 miljard euro tegen 2025 (inclusief variërende vaste kosten)
 - o Variabele kosten: € 600 verbetering per voertuig⁴ tegen 2023
 - o Vermindering van de investeringen en uitgaven voor O&O met ongeveer 10% van de omzet tot minder dan 8% in 2025

Al deze inspanningen zullen de veerkracht van Groupe Renault versterken en zijn break-evenpunt tegen 2023 met 30% verlagen.

2. **De vier business units voorzien van een sterke identiteit en positionering.** Deze nieuwe organisatie zal het mogelijk maken om een evenwichtiger en meer rendabele productportfolio te creëren, met 24 lanceringen tegen 2025 - waarvan de helft in de C/D-segmenten - en minstens 10 elektrische voertuigen. De combinatie van het productoffensief en deze nieuwe waardegedreven organisatie zal leiden tot interessantere prijzen en een betere productmix.

⁴ Met een gelijkaardige samenstelling.

Renault. De “Nouvelle Vague”

Het merk belichaamt moderniteit en innovatie binnen en buiten de auto-industrie, bijvoorbeeld op het gebied van energie, technologie en mobiliteit.

In het kader van zijn strategie zal het merk zijn segmentmix opkrikken met een offensief in het C-segment. Het zal ook zijn posities in Europa versterken, terwijl het zich concentreert op rendabele segmenten en kanalen op belangrijke markten zoals Latijns-Amerika en Rusland.

Renault zal voortbouwen op onze sterke troeven:

- **Leider in elektrificatie tegen 2025 met:**
 - o Een potentiële ‘Electro-pool’ in het noorden van Frankrijk, de grootste productiecapaciteit voor elektrische voertuigen van Groupe Renault ter wereld
 - o Een joint venture in waterstof voor brandstofcelvoertuigen
 - o De groenste productmix in Europa
 - o Bij de helft van de Europese lanceringen zal het gaan om elektrische voertuigen, die (in euro’s) een grotere bijdrage leveren aan de marge dan thermische voertuigen
 - o Uitdagen op de hybridemarkt met een mix van 35%
- **Fabrikant van hightech ecosystemen:** een speler worden in sleuteltechnologieën, van big data tot cybersecurity, met de “Software République”
- **Leider in de circulaire economie** met diensten voor elektrische voertuigen en energie dankzij de Re-Factory in Flins (Frankrijk)

Dacia-Lada. Gewoon alles.

Dacia, onveranderd maar met een frisse toets, en Lada, dat nog altijd robuust en solide blijft, zullen betaalbare producten blijven aanbieden, gebaseerd op beproefde technologieën en bestemd voor kopers die op zoek zijn naar een slimme aankoop, terwijl ze toch in het C-segment terechtkomen.

- **Zeer efficiënte businessmodellen:**
 - o Design-to-cost
 - o Efficiëntie: van 4 platformen naar 1; van 18 naar 11 koetswerktypes, wat het mogelijk maakt om gemiddeld 1,1 miljoen eenheden per platform te bereiken tegenover 0,3 miljoen eenheden
- **De lancering van een nieuw gamma competitieve producten in het C-segment:**
 - o 7 modellen gelanceerd tegen 2025, waarvan 2 in het C-segment
 - o Herstel van emblematische modellen
 - o CO2-efficiëntie: benutting van de technologische middelen van Groupe Renault (lpg voor beide merken, E-Tech voor Dacia)

Alpine

Het merk Alpine brengt de wagens van Alpine, Renault Sport Cars en Renault Sport Racing samen in een nieuwe, volwaardige entiteit die zich zal toeleggen op de ontwikkeling van exclusieve en innovatieve sportwagens.

- **Een 100% elektrisch merk met een productplan dat de expansie ondersteunt, door:**
 - o de omvang en de capaciteiten van Groupe Renault en de Alliantie te gebruiken, met de CMF-B- en CMF-EV-platformen, een wereldwijde industriële voetafdruk, een performante aankooporganisatie, een wereldwijd distributienetwerk en de financiële diensten van RCI Bank and Services, die een optimale kostenconcurrentie garanderen.
 - o de F1 centraal te stellen in het project via een volledig vernieuwd engagement in het kampioenschap.
 - o een elektrische sportwagen van de nieuwe generatie te ontwikkelen met Lotus.
- **Met als doel rendabel te zijn in 2025, met behulp van investeringen in de autosport**

Mobilize, ruimer dan de auto

Deze nieuwe commerciële entiteit wil nieuwe bronnen van winst ontwikkelen uit data-, mobiliteits- en energiediensten ten gunste van de gebruikers van voertuigen en tegen 2030 meer dan 20% van de inkomsten van Groupe Renault genereren.

Mobilize zal Groupe Renault in staat stellen zich sneller te positioneren in de nieuwe wereld van de mobiliteit door oplossingen en diensten aan te bieden aan andere merken en externe partners.

- **Drie opdrachten:**
 - o Verlenging van de gebruikstijd van de auto (die 90% van de tijd stilstaat)
 - o Beter beheer van de restwaarde
 - o Streven naar koolstofneutraliteit
- **Een uniek, toegankelijk en nuttig aanbod:**
 - o 4 aangepaste voertuigen, twee voor autodelen, één voor de dienst met chauffeur, één voor de 'laatste kilometer'
 - o Innovatieve financieringsoplossingen (abonnement, leasing, pay-as-you-go)
 - o Platform voor data, diensten en software
 - o Nieuwe onderhouds- en recyclagediensten (Re-Factory)

Dit plan zal worden voorgelegd aan de werknemersvertegenwoordiging in overeenstemming met de geldende reglementering.

De presentatie is beschikbaar op de website www.groupe.renault.com. Ga voor meer informatie naar de website renaulution.com.

Over Groupe Renault

Groupe Renault staat aan de vooravond van een nieuwe mobiliteit.

Gesterkt door zijn alliantie met Nissan en Mitsubishi Motors en zijn unieke expertise op het vlak van elektrificatie kan Groupe Renault rekenen op de complementariteit van zijn 5 merken – Renault, Dacia, LADA, Alpine en Mobilize – en biedt het zijn klanten duurzame en innovatieve mobiliteitsoplossingen. Groupe Renault is gevestigd in meer dan 130 landen en telt vandaag meer dan 180.000 medewerkers. In 2020 verkocht het 2,9 miljoen voertuigen.

Groupe Renault is klaar voor uitdagingen op de weg en op het circuit en zet zich in voor een ambitieuze en waardevolle transformatie. Die spitst zich toe op de ontwikkeling van nieuwe technologieën en diensten, een nieuw gamma voertuigen dat nog competitiever, nog evenwichtiger en geëlektrificeerd is. In lijn met de milieuitdagingen heeft Groupe Renault de ambitie om tegen 2050 koolstofneutraal te zijn in Europa.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie

Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos

Tel.: +32 (0)2 334 78 51

Websites: www.renault.be en <https://be-nl.media.groupe.renault.com/>