GROUPE RENAULT

PERSBERICHT 2019-10-09

GROUPE RENAULT CREËERT RENAULT M.A.I. (MOBILITY AS AN INDUSTRY) OM HAAR ONTWIKKELING OP HET GEBIED VAN NIEUWE MOBILITEITSVORMEN TE VERSNELLEN EN STRATEGISCHE PARTNERSCHAPPEN AAN TE KNOPEN.

Om in te spelen en te anticiperen op de verregaande transformatie van de levens- en verbruikswijzen engageert Groupe Renault zich al vier jaar om nieuwe, gedeelde mobiliteitsdiensten uit te werken, met of zonder bestuurder (Renault MOBILITY, Zity à Madrid, Moov'in.Paris, Marcel). Dat doet de groep door middel van gerichte overnames of door een belang te nemen in diverse gespecialiseerde start-ups in de sector (Karhoo, Yuso, Como, iCabbi, Glide).

Vandaag schakelt Groupe Renault een hogere versnelling met de oprichting van RENAULT M.A.I. (*Mobility As an Industry*), een filiaal dat zich exclusief zal toeleggen op nieuwe mobiliteitsvormen. Door al haar mobiliteitsactiviteiten samen te brengen in een en dezelfde entiteit, zal Groupe Renault synergieën kunnen creëren, het beslissingsproces kunnen vereenvoudigen, het bestaande aanbod kunnen verduidelijken en nieuwe aanbiedingen kunnen uitwerken.

RENAULT M.A.I. wordt tevens een middel om andere spelers te verenigen rond deze uitdagingen door strategische en ambitieuze partnerschappen af te sluiten. Zo werpt RENAULT M.A.I. zich op als een bevoorrechte partner voor steden, regelgevende instanties en transportorganisatoren, maar ook voor ondernemingen uit andere sectoren, om zo bij te dragen tot een gedeelde mobiliteit die ten dienste van de consument staat en de huidige milieu-uitdagingen het hoofd biedt.

De ambitie bestaat erin om nieuwe mobiliteitsvormen in het leven te roepen, niet alleen voor de stad maar ook in andere regio's. Dat zal de voorsteden ten goede komen en bijdragen tot de ontsluiting van de landbouwgebieden in Frankrijk en de rest van de wereld.

Tegen 2050 zal bijna 70 procent van de wereldbevolking in de stad wonen, tegenover 55 procent vandaag. Dat betekent 2,5 miljard extra stadsbewoners. Dat perspectief brengt enorme uitdagingen met zich mee op het gebied van de levenskwaliteit, woonruimte, transportvoorzieningen en gezondheid in de stad maar ook qua toegang tot nieuwe mobiliteitsmiddelen buiten de stad.

Op het vlak van mobiliteit zien we steeds meer toepassingen, die de plaats en de status van de auto in vraag stellen. De markt structureert zich steeds meer rond de wensen van consumenten die niet zozeer een voertuig willen bezitten maar een multimodaal, innovatief, geconnecteerd en ecologischer mobiliteitsaanbod op maat van hun behoeften zoeken.

In die context en in een tijdperk waar de term ‘mobiliteit’ vaak wordt uitgehold en zijn betekenis dreigt te verliezen, wil RENAULT M.A.I. de mobiliteit verankeren in het reële leven en de reële economie. Die benadering sluit naadloos aan bij de industriële cultuur van Groupe Renault, die er altijd in geslaagd is om te innoveren en haar tijd voor te blijven. Ook vergt ze de creatie van nieuwe jobs en investeringen in nieuwe maar winstgevende marktsegmenten.

> Thierry Bolloré, Algemeen Directeur van Groupe Renault en Voorzitter van RENAULT M.A.I.: *“Na een ‘test and learn’-fase zet de groep een belangrijke stap in haar ontwikkeling. We hebben ons als doel gesteld om uit te groeien tot een van de wereldmarktleiders op het gebied van nieuwe, gedeelde, toegankelijke en duurzame mobiliteitsvormen, zonder daarbij te raken aan ons DNA van technologische innovatie en nabijheid bij de eindconsument. De missie van Arnaud Molinié, Algemeen Directeur van RENAULT M.A.I., zal erin bestaan het personeelsbestand uit te breiden, de verovering van nieuwe markten te versnellen en de organisatie te ondersteunen met nieuwe partnerschappen met bevoorrechte privé- en overheidspartners die betrokken zijn bij de nieuwe industriële revolutie."*

Biografie: **Arnaud Molinié**, die in 1973 werd geboren, heeft een diploma van de École Supérieure de Journalisme (ESJ) en de École des Hautes Études Politiques et Sociales (HEPS) in Parijs.

Hij begon zijn carrière als journalist voor *Nouvelles de Versailles* en onderzoekers van de S.I.G (Service d’Information du Gouvernement), alvorens hij de algemene directie van de watermaatschappij in Lyon (Lyonnaise des Eaux) vervoegde.

In 1998 werd hij Communicatiedirecteur van Genopole (een geneticaprogramma van de Franse overheid), dat hij in 2000 alweer verliet voor de groep Lagardère. Daar bleef hij elf jaar actief, eerst als Directeur Communicatie en later achtereenvolgens als Directeur Strategie en Ontwikkeling, Algemeen Directeur Activiteiten en Voorzitter-Algemeen Directeur van diverse filialen, waaronder Lagardère Entertainment dat hij in 2007 oprichtte.

In 2015 verhuisde hij naar Deloitte, eerst als *senior advisor* en later als partner, een functie die hij behield tot in december 2018.

In januari 2019 ging Arnaud Molinié aan de slag bij Groupe Renault als wereldwijd Directeur Mobiliteit. Hij is lid van het directiecomité van Groupe Renault.

Over Groupe Renault

Groupe Renault, autoconstructeur sinds 1898, is een internationale groep die in 134 landen aanwezig is en in 2018 bijna 3,9 miljoen voertuigen verkocht. Groupe Renault telt vandaag ruim 180.000 medewerkers en beschikt wereldwijd over 36 productievestigingen en 12.700 verkooppunten.

Om de grote technologische uitdagingen van de toekomst aan te gaan en een strategie van rendabele groei te voeren, steunt Groupe Renault op haar internationale ontwikkeling. Groupe Renault zet in op de complementariteit van haar vijf merken (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine en LADA), elektrische voertuigen, en haar unieke alliantie met Nissan en Mitsubishi Motors. Met een 100% Renault-team dat sinds 2016 deelneemt aan het Wereldkampioenschap Formule 1 is de autosport een uithangbord voor de innovatie en de naamsbekendheid van Renault.