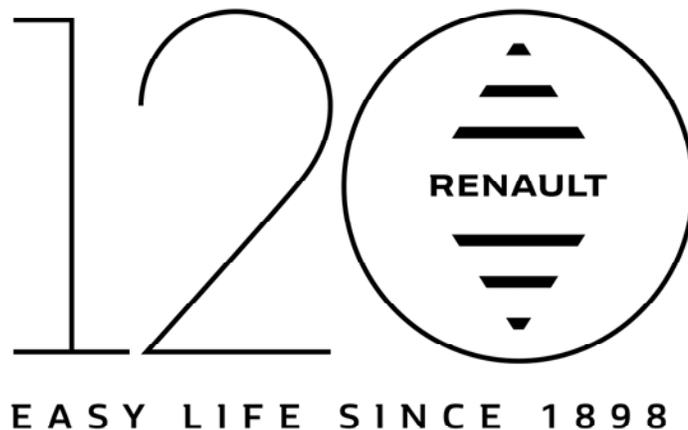


Dossier de Presse

Mars 2018



Au fil de 120 ans d'existence, Renault a eu trois vies. Celle du fondateur (1898-1944), celle de la régie nationale (1945-1995) et celle de Renault SA (1995-aujourd'hui). Pourtant, ces trois vies n'en font qu'une, celle d'un constructeur automobile qui a toujours su s'adapter aux conditions changeantes de l'histoire, qui a toujours réussi à se transformer au gré des évolutions de la société et de l'économie. En 120 ans, Renault n'a cessé d'être au cœur des attentes, pour des clientèles toujours plus larges et lointaines, d'être au cœur de la vie automobile et de ses aspirations, mesurant et analysant les changements sociétaux d'un monde épris de mobilité où les libertés de se déplacer, de voyager, d'entreprendre sont devenues chaque jour plus nécessaires. La longévité de Renault s'est construite sur la compréhension des modes de vie et des usages, la volonté de placer l'humain au cœur des mondes automobiles et de la technique.

Qu'est-ce qu'une Renault depuis ses origines ? Un véhicule marqué par des valeurs, des références où se conjuguent la passion, la découverte, la famille, le travail, les loisirs, l'émancipation...

La passion comme moteur

L'automobile est fille de la seconde révolution industrielle, celle qui bouleverse le XXe siècle naissant. De cette aventure technique et humaine où les passions se libèrent, l'automobile s'affiche comme un catalyseur de progrès et d'avancées. Mais il n'y a pas que les ingénieurs ou les mécaniciens qui sont au premier rang. Il y a aussi le public, celui qui se transformera au cours du siècle en usagers. Celui-ci vit d'emblée l'automobile comme une passion. D'abord, celle de voir passer ces autos capables de filer de ville en ville, plus vite que ce chemin de fer qui était il y a peu le symbole du progrès technique. Ensuite, l'idée de se projeter, de se voir demain derrière un volant pour ressentir cette nouvelle passion de la conduite, peut-être pour certain cette fièvre du pilotage. Mais il y a enfin cette nouvelle liberté, celle d'aller là où l'on veut, sans contrainte, et bien sûr de plus en plus vite.

1898 : Voiturette Type A

C'est la passion qui fait naître en 1898 les automobiles Renault. Tout vient d'un jeune *mordu* de mécanique, Louis Renault, un homme très attiré par ces nouveaux engins qui sont en train de bouleverser la locomotion individuelle. Dans l'appentis de la propriété familiale de Boulogne-sur-Seine, près de Paris, il construit sa propre voiture. Avec l'optimisme de ses vingt-et-un ans, Louis Renault conçoit une machine différente. Son intuition le conduit vers un châssis tubulaire, léger et rigide, qui va porter un petit moteur De Dion de 1,75 ch.

Son sens technique le pousse à innover au niveau de la transmission, piochant un peu partout dans les trouvailles en cours. Il délaisse les systèmes classiques de chaînes et de courroies pour aller vers un arbre articulé par cardan avec différentiel. Mais sa passion de la technique le guide vers l'utilisation d'une boîte de vitesses à trois rapports, le dernier pignon étant monté en *prise directe* avec les roues arrière. Son travail bouleverse les acquis en matière de transmission, révélant une petite voiture parfaitement adaptée à un moteur de faible puissance et un poids très mesuré. La voiturette Renault Type A est née.

Reste à convaincre et en même temps à partager cette passion. Le soir de Noël 1898, Louis Renault décide d'aller en voiturette à Montmartre, en passant par la rue Lepic, la plus pentue de Paris. C'est un succès. Les spectateurs, nombreux, saluent l'exploit comme une victoire où se mêlent le défi sportif et le sens de l'innovation. Cet événement scelle la naissance d'une marque automobile, Renault, puisque de cette ascension parviennent les premières commandes : douze voitures demandées, avec arrhes à l'appui. Renault n'a encore ni usine, ni société. Celle-ci sera créée peu après, point de départ d'une exceptionnelle aventure industrielle.

1964 : Renault 8 Gordini

Spécialiste des voitures populaires, Renault n'oublie pas pour autant cette passion de l'automobile qui anime une frange de sa clientèle. Celle qui pratique le pointe-talon et gonfle ses autos en rabotant les culasses ou montant une tubulure d'admission. Presque timidement, les modèles Renault se sont construits une légende autour des 4CV et Dauphine qui ont remporté le rallye de Monte-Carlo ou le Tour de Corse. Au-delà de ces performances, elles ont inventé une passion populaire. Pour contenter cette jeunesse passionnée, Renault invente en 1964 la Renault 8 Gordini. Une petite berline, revue par le sorcier Amédée Gordini qui tire d'un 1100 cm² de série, un moteur de 95 ch SAE. Reste à ajouter des trains roulants et un freinage à la hauteur des performances, à imaginer une allure. Un *bleu de France* n'aurait pas suffi s'il n'avait pas été coupé de deux bandes blanches, œuvre du publiciste Marc Pampuzac et du styliste Gaston Juchet. Un mythe est né, celui de la *Gorde*, que la version 1300 cm³ de 1966 embellira encore, notamment avec ses quatre phares. La Gordini est une voiture passion, un petit engin rebelle. Elle incarne une jeunesse en veine d'émancipation pour qui liberté rime avec vitesse. Pour qui la différence s'oppose à l'ostentatoire. La Gordini éloignera le bleu du blues. Elle rassemblera les aficionados d'un sport voulu moins élitiste, deviendra une passion collective pour ceux qui l'aient ou pas conduite. Une allégorie du rêve. Elle sera découvreuse de talents grâce à la Coupe Gordini. La reine de Corse et la chipie du Turini. Prévues pour 1 000

Renault Belgique Luxembourg - Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

exemplaires, la 8 Gordini trouvera 11 600 clients, malgré un prix proche de deux Renault de série, soit celui d'une icône. C'est l'âge d'or de Gordini, l'âge bleu 418.

Des voitures à vivre pour la famille

Il y a bien un paradoxe : l'automobile émerge comme le meilleur moyen de transport individuel, mais elle est pour autant l'outil le plus approprié aux besoins du groupe le plus essentiel, la famille. Au fil des ans, l'automobile s'est même modelée sur la famille. Découvrable, l'auto s'est dotée très vite d'un toit pour abriter ses occupants. Puis, sa carrosserie s'est équipée de quatre portes, devenant peu à peu une *familiale* avec sièges avant et arrière et surtout coffre à bagages. Renault, très en avance, créera même une cinquième porte, le hayon, pour accueillir tout ce que les familles transportent avec elles. Au fil des ans, Renault fait évoluer son concept, en imaginant à l'arrière un *compartiment enfants* capable d'offrir à la fois le confort et la sécurité. De là à concevoir un cocon familial, il n'y a qu'un pas que Renault, le premier au monde, imagine autour du monospace, lui-même évolutif puisqu'allant, au fil du siècle, jusqu'à coller aux besoins des familles recomposées. La voiture familiale se mue en salon roulant.

1937 : Primaquatre

Comment l'automobile pourra-t-elle se démocratiser ? Dans une France et une Europe encore très marquées par la crise économique et sociale des années 1930, le débat est animé : faut-il proposer une voiture populaire ou se rabattre sur une familiale plus cossue ? Louis Renault est catégorique : « *La petite voiture, tout le monde en rêve. Mais aujourd'hui, elle n'est pas rentable* ». Et pour cause : l'absence de classes moyennes (elles n'émergent que dans les années 1950) lie la consommation automobile au marché des voitures supérieures. Louis Renault l'exprime avec force : « *il n'y a qu'une voiture qui se vende : c'est la voiture de 1 000 kilos... C'est la voiture qui est suffisamment résistante et spacieuse pour emmener quatre personnes. C'est elle qui fait le fond de toutes les ventes, qui peut se revendre parce que, au fond, elle répond aux dimensions et aux conditions humaines* ».

Renault mise donc sur la Primaquatre, une familiale destinée aux foyers plutôt aisés. Avec 3,70 mètres de longueur, une vitesse de 105 km/h et un prix d'entrée de 19 500 francs, la Primaquatre éloigne Renault du marché trop étroit des 6 cylindres sur lequel il misait pourtant depuis 1929. Elle replace Renault dans le cœur du marché français, celui des 10 et 11 CV.

1965 : Renault 16

Dès 1957, Renault affiche son envie de voir l'automobile autrement : « *une voiture ne doit plus être quatre sièges et une malle. Elle doit être un volume* ». En lançant la Renault 4 en 1961, la marque invente la *voiture à vivre*, celle qui s'adapte à une société en pleine mutation. Mais il faut aller encore plus loin et oser une familiale différente. Ce sera la Renault 16, une moyenne supérieure au style audacieux. La Renault 16 est imaginée pour « *des familles attirées par les modernités de la société de consommation... Probablement aussi celle des intellos* », avancent ses créateurs, Pierre Dreyfus, le président, et Yves Georges, le patron des études. La Renault 16 offre une polyvalence d'utilisation qu'aucune voiture moyenne ne propose alors, sinon en version break. Renault ne se contente pas de la présence d'un hayon et d'une banquette rabattable : l'espace intérieur est organisé autour d'un volume de coffre « programmé » selon plusieurs types d'utilisation. Les différentes positions de sièges et de banquette, incarnation sur quatre roues de l'architecture des cloisons mobiles, ne correspondent pas seulement à différents usages de la voiture, elles dessinent de véritables scènes de la vie quotidienne des *trente glorieuses*. D'un coup, la Renault 16 s'érige en mode de vie, conçoit pour répondre aux besoins des familles, aux nécessités plurielles des vacances, de la maison de campagne ou des retours de brocantes. La Renault 16 est la familiale de la rupture.

1984 : Espace

Renault Belgique Luxembourg - Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

Inventeur de la voiture à vivre, déclinée en Renault 4, Renault 16, Renault 6 et Renault 5, la marque au losange tente d'aller encore plus loin. Pourquoi ne pas imaginer une voiture qui aurait à la fois les avantages de la berline et ceux de l'utilitaire. Concevoir un métissage automobile où s'additionneraient les atouts de modèles différents comme les Renault 25, 21 Nevada et Trafic. En interne, on parle de « troisième voie », sans vraiment savoir où cela peut conduire. Par logique industrielle, Renault s'oriente vers le Trafic, un utilitaire moderne (1981) que les ingénieurs tentent de « berliniser ».

Au même moment, et dans le plus grand secret, Matra réfléchit sur un « van à la française ». Les péripéties de la vie font que Renault et Matra se rencontrent en 1983 et décident de travailler ensemble, à partir du projet Matra très en avance dans le concept volumique du monocorps. Renault impose alors ses idées fondatrices, le plancher plat, l'habitacle modulable avec 5 ou 7 sièges, le gros moteur 2 l. de la 25, un style adouci. Le Renault Espace est né.

Les premiers mois de vente sont difficiles. Mais comment pourrait-il en être autrement pour un véhicule qui n'entre dans aucune catégorie existante et qui est vendu au-dessus de 100 000 francs (le prix d'un haut de gamme) ? Mais le succès arrive en 1985. Ce sont les familles qui le plébiscitent. Choisi par les enfants, conduit par la mère et acheté par le père, l'Espace est l'incarnation du « cocooning automobile » que la crise des années 1980 voit éclore. L'Espace s'impose sur un marché longtemps sans concurrence.

La soif de découverte

Le XXe siècle est celui de l'ouverture, et l'automobile en est son meilleur outil. En Amérique, les pionniers troquent très vite leurs charriots pour des autos, ces nouveaux engins capables de repousser un peu plus la frontière, d'aller toujours plus loin dans la conquête de nouvelles terres. En Europe, les régions les plus isolées s'ouvrent, bouleversant d'un coup leur quotidien. Les voyageurs d'un jour viennent découvrir des endroits jusque-là peu connus. Artisans et commerçants repèrent de nouveaux lieux d'échanges, là où ils pourront demain vendre, mais aussi acheter. La route ouvre donc de nouveaux espaces. Elle accélère les découvertes, mettant fin à l'enclavement, caractéristique des mondes anciens, et redessinant en un coup de volant une géographie que l'on croyait immuable. Au bout de la route, il y a toujours une découverte, quelle que soit son époque.

1924 : Renault Six-roues

Et si l'automobile était l'outil des dernières grandes découvertes ? Le seul engin capable de pénétrer les zones les plus reculées. Entre l'Algérie et l'Afrique Occidentale Française, le Sahara constitue en 1920 une barrière que seules les Méharées franchissent très lentement. Le chemin de fer a déjà renoncé, et l'avion hésite encore. Alors que Citroën y lance ses autochenilles en 1922, Renault met au point l'année suivante le Six-Roues, un puissant camion doté de roues jumelées avec pneus basse pression afin de mieux rouler sur le sable, équipé de deux essieux arrière moteurs pour décupler le franchissement et conserver la vélocité.

Fin décembre 1923, Renault lance une première mission qui relie Touggourt à El Oued en deux jours ! Le succès est tel qu'il permet de préparer d'autres expéditions, notamment vers Colomb-Béchar (1924), le Lac Tchad, puis le Cap de Bonne Espérance (1925), soit une traversée de l'Afrique. Renault ouvre des pistes et entrevoit même un débouché original : créer une société de transport, la Compagnie Générale transsaharienne (1923), afin d'exploiter une ligne régulière entre l'Afrique du Nord et le Niger.

Renault Belgique Luxembourg - Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

1996 : Renault Scénic

Le Scénic est une petite révolution : il s'agit du premier monospace conçu pour le segment des voitures moyennes. Fort de l'expérience de l'Espace, Renault s'est interrogé sur les aspirations de ses clients, non pas les plus aisés, mais les plus nombreux. Quels sont les éléments constitutifs d'une familiale à la fin du XXe siècle ? De quelle voiture ont besoin ces jeunes ménages avec enfants, petits ou adolescents, des couples où la femme conduit tous les jours, et pour lesquels l'achat d'un haut de gamme n'est pas à l'ordre du jour ? A quoi rêvent-ils ? Se déplacer pour les petits parcours quotidiens ou partir à la découverte de lieux inconnus ? Pour répondre à toutes ces questions, Renault invente Scénic, premier monospace compact. Pensé autour de cellule familiale, de la vie à bord, le Scénic utilise astucieusement tout l'espace disponible offert par une grande habitabilité et une modularité digne d'une « voiture à vivre ». Siège arrière central coulissant, pouvant servir de table, sièges arrière latéraux basculants, tablettes avion pour les passagers, multiples rangements sous les sièges et dans le plancher, range bouteille, tout est prévu pour rendre la vie à bord plus simple. Le Scénic est une invitation aux voyages, l'indispensable voiture pour les week-ends en famille comme pour ces longs trajets où tous les occupants peuvent poursuivre leurs activités. Le Scénic devient alors l'Espace des classes moyennes, le monospace des familles. Cet aspect visionnaire offre au Scénic le titre de « Voiture de l'Année » en 1997, en digne héritière de ses mères et grand-mères, les Clio et Renault 16.

Donner un coup de main aux professionnels

L'automobile, outil de travail ou objet de loisirs ? Dès les débuts de l'aventure automobile, les constructeurs modifient leurs autos pour les rendre capables d'usages professionnels. L'automobile transporte, livre, commerce. Très vite, Renault comprend la nécessité d'adapter les véhicules aux usages professionnels, à créer des modèles en rapport direct avec des métiers. Le véhicule utilitaire s'affirme, s'éloignant peu à peu de la voiture de série pour coller à différentes spécificités professionnelles. Pourtant, la force de Renault va résider dans sa capacité à métisser l'automobile autour des notions apparemment contradictoires que sont le travail, les loisirs et la famille. L'art de la voiture à vivre...

1952 : Colorale

En 1946, Renault lance l'étude d'une « *station-wagon* pour les campagnes et les colonies », d'où l'appellation commerciale de Colorale, mélange de colonial et rural. La gamme Colorale est composée de plusieurs dérivés utilitaires et familiaux qui sortent entre 1950 et 1951 sous les noms de Prairie et Savane, Pick-up, Taxi, Fourgonnettes tôlée et bâchée... Tous ces modèles sont dédiés aux métiers ruraux. Techniquement, ils sont très rustiques avec un châssis proche du camion Renault et un moteur emprunté au tracteur agricole de la marque. L'allure des Colorale est très décalée : 1,82 m de haut, 1 640 kg à vide (presque l'équivalent de trois 4CV). Pourtant, les Colorale sont les précurseurs des SUV du XXIe siècle avec leurs 7 places sur banquettes et strapontins, une version 4X4 et un pick-up, modèle alors sans concurrence sur le marché français.

1959 : Estafette

L'utilitaire s'est longtemps décliné en fourgonnette ou en camion, selon les volumes à transporter. Or, avec les trente glorieuses, le monde des artisans et commerçants a besoin d'autre chose, loin de la camionnette trop vite remplie ou du camion difficile à utiliser tous les jours. Entre ces deux extrêmes, Renault invente en 1959 l'Estafette, un utilitaire pensé autour de son usage. La partie arrière est libérée de tout organe mécanique pour offrir une surface de chargement basse et plate, un volume utilisable maximal. Dans cette logique, Renault choisit la traction-avant, une première qui prépare aussi le terrain pour la Renault 4 qui arrivera en 1961.

L'Estafette s'adapte à chaque métier. Trois portes à l'arrière pour mieux charger, une porte coulissante (côté trottoir)

Renault Belgique Luxembourg - Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

pour livrer rapidement le magasin. Enfin, grande nouveauté, une porte coulissante pour le conducteur dont le métier est dorénavant celui de chauffeur-livreur. Cinq versions d'Estafette sont proposées. Zone bleue (pour se garer en ville), fourgon 600 kg, fourgon surélevé, Pick-up bâché et Microcar de 9 places. Très vite arrivent des adaptations pour faire de l'Estafette un magasin, un atelier, une ambulance, un camping-car...

Un brin anticonformiste, l'Estafette ose une ligne un peu joufflue. Et pour s'éloigner de la grisaille des tôles d'utilitaire, elle se pare de couleurs vives, orange, jaune et bleu.

Faire la part belle aux loisirs

Innovation sociale majeure de l'Europe de l'Ouest, les *vacances payées* (comme on les appelle dans les années 1930) sont à même de changer l'économie en démocratisant le temps libre. Si les lois sociales de 1936 apportent en France et en Belgique les premiers *congés payés*, il faut attendre l'après-guerre en Italie et à peine un peu plus en Allemagne. Mais, particularisme français, c'est à l'initiative d'une entreprise que les congés payés se consolident dans l'hexagone. Avant même que la loi ne s'y engage, Renault offre à son personnel la troisième semaine de congés payés (1955), puis même la quatrième semaine (1962).

Renault, entreprise pilote, dessine les contours d'une société des loisirs que va progressivement adopter toute l'Europe occidentale. Faut-il s'étonner alors que le constructeur soit à la pointe d'une offre automobile où la voiture est polyvalente, aussi bien conçue pour le travail que les loisirs, la semaine que les week-ends ?

1961 : Renault 4

Au moment de remplacer la 4CV (la voiture populaire qui a motorisé les Français), Renault décide de porter un regard sur les profonds changements de la société française et européenne. Partout, la population déserte les campagnes, dans un large mouvement d'exode rural. Mais ces nouveaux urbains ne viennent pas dans les centres-ville, plutôt vers de nouveaux quartiers urbains qui tendent à s'allonger pour se prolonger en banlieue. C'est un nouveau monde où se densifie une population active, où s'égrainent les nouvelles classes moyennes. La banlieue devient un nouveau lieu, mi-urbain, mi-rural, une sorte de ville à la campagne.

Sous la houlette de Pierre Dreyfus, un Président très ouvert aux idées nouvelles, Renault décide d'inventer l'automobile polyvalente. Mais cette polyvalence ne tient pas au seul lieu. L'automobile doit être un outil de travail, du lundi au vendredi, puis devenir les samedis et dimanches la voiture d'une famille partant en week-end ou en vacances. La prochaine Renault se déclinera donc sur les polyvalences : elle sera à la fois celle des villes et des campagnes, de la semaine et des week-ends, du travail et des vacances, de l'homme et de la femme. C'est la « *voiture blue-jean* » qui devient en 1961 la Renault 4.

Elle possède un plancher plat et une cinquième porte arrière pour permettre un chargement sans difficulté. La carrosserie bicorps est née, offrant une habitabilité capable d'évoluer au gré des besoins : il suffit de basculer la banquette arrière pour faire ainsi passer la voiture d'une familiale à un utilitaire ou une petite voiture prête pour partir en vacances. La *voiture à vivre* est née.

Renault Belgique Luxembourg - Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

1999 : Avantime

Comme son nom le suggère, l'Avantime est en avance sur son temps, à l'image des dernières Renault qui ont marqué l'histoire, qu'elles soient Espace, Scénic ou Twingo.

Renault ose et s'engage dans l'anticonformisme. À l'époque des coupés bas, Renault propose un engin haut perché. Point de lignes adoucies, mais une sculpture baroque. Pas de vitres effilées, mais de vraies baies vitrées et un vélum tout en verre pour donner à ce salon sur roues la lumière d'un loft. Ne cherchons pas de tableau de bord aux multiples compteurs et cadrans, la planche est épurée, presque minimaliste.

Avant l'arrivée des SUV, Avantime est le métissage osé d'un coupé et d'un monospace. Elle incarne la voiture des loisirs de l'an 2000.

Incarner la liberté

L'automobile incarne la liberté et l'émancipation. Celle de se déplacer, et plus encore d'aller là où l'on veut et quand on le veut. Une évidence dans les pays occidentaux, mais encore une bataille dans nombre de pays où les transports sont encadrés, voire surveillés. Et si l'automobile était un moyen d'accroître la liberté ? Partout, ce rêve existe, plus ou moins voyante, notamment pour les jeunes et les femmes qui aspirent à une égalité sociale. Renault s'intéresse de longue date à la clientèle féminine. La marque parvient au cours des années glorieuses à imaginer une voiture singulière, pratique et élégante, comme pour mieux s'adapter aux besoins d'une femme marquée par *le double travail*, le métier et la famille. Quant aux jeunes à qui l'on propose enfin des voitures économiques, ils peuvent s'insérer dans le monde qu'ils contribueront ensuite à modeler. L'automobile, nouveau vecteur d'émancipation de la société, Renault l'a vue de longue date.

1969 : Renault 12

On pourrait résumer le cahier des charges de la Renault 12 en trois mots : simple, pas cher et incassable. Le Président de Renault n'a qu'une idée en tête, exporter pour asseoir la croissance de Renault. Mais pas seulement, l'automobile est à même d'aider certains pays à s'émanciper, à aller vers une plus grande liberté ! Pierre Dreyfus estime que l'Espagne, certains pays de l'Est ou d'Amérique du Sud pourraient s'affranchir de leurs régimes grâce à un développement économique solide dans lequel l'automobile aurait toute sa place.

Reste que la Renault 12 est bel et bien conçue dans une perspective internationale, avec même son montage hors de France. Une grande partie des essais de mise au point du modèle se déroule au Brésil, là où Renault va la produire, dans l'usine de São Paulo qui monte des Dauphine. Une escouade d'ingénieurs est dépêchée sur place en 1967 pour accélérer cette mise au point. Mais avant même d'être vendue au Brésil, voilà que la Renault 12 s'invite en Roumanie ! Pierre Dreyfus, qui rêve de conquérir le marché de l'URSS, est poussé vers la Tchécoslovaquie et la Roumanie. La Renault 12 sera construite à Pitesti sous la marque Dacia, devenant en 1969 la voiture nationale. Deux ans plus tard, Renault signe un contrat de montage en Turquie. La Renault 12 devient une voiture mondiale.

1972 : Renault 5

Toujours en quête des changements de société, Renault mesure au cœur des années soixante l'importance des mouvements contestataires et féministes. Mai 1968 ne sera pas une surprise pour Renault. L'entreprise a compris l'évolution de la place des femmes dans la société. Elles ont attisé les mouvements d'exode rural, elles accélèrent maintenant le développement des classes moyennes. Grâce au plein emploi, l'arrivée du « deuxième salaire » bouscule les catégories sociales et les schémas familiaux ; il accélère la consommation, dont celle de l'automobile d'autant que les femmes accèdent – enfin – au permis de conduire. Sans compter que le développement des banlieues, lieu de vie des classes moyennes, permet de voir apparaître le marché de la seconde voiture, un marché

Renault Belgique Luxembourg - Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

justement qui profite aux femmes.

Dans cette logique, Renault imagine une voiture pour les femmes. Ce sera la Renault 5 (1972), un petit véhicule aux formes arrondies, très tendance à l'époque. La voiture n'aura que deux portes pour mener les enfants à l'école en toute sécurité à l'arrière, un hayon facile à lever devant un coffre pratique pour le supermarché, des boucliers en matière synthétique qui respectent les formes de la voiture tout en évitant les conséquences des petits chocs. Le n°5 de Renault devient la nouvelle collection de la voiture à vivre.

Déjà demain

L'entrée dans le XXI^e siècle bouleverse logiquement les choses. Contraintes écologiques, difficultés de circulation, nouvelles formes de consommation et de partage de l'automobile, le monde change. Dans cette logique, Renault apporte de nouvelles réflexions, et déjà des solutions, capables de répondre aux attentes d'un monde globalisé, mais pour autant pluriel : véhicules électriques, connectés, autonomes, et même premier robot-véhicule, Renault dévoile ses nouvelles interprétations des rapports toujours étroits de l'homme et de l'automobile afin de faciliter la vie des clients.