

## **LE GROUPE RENAULT CRÉE RENAULT M.A.I. (MOBILITY AS AN INDUSTRY) POUR ACCÉLÉRER SON DÉVELOPPEMENT DANS LES NOUVELLES MOBILITÉS ET NOUER DES PARTENARIATS STRATÉGIQUES**

**Afin d’anticiper et d’accompagner les transformations profondes des modes de vie et de consommation, le Groupe Renault s’est engagé depuis quatre ans dans le développement de nouveaux services de mobilité partagée, avec ou sans chauffeur (Renault MOBILITY, Zity à Madrid, Moov’in.Paris, Marcel), et en réalisant des acquisitions et des prises de participation très ciblées dans diverses start-ups spécialisées dans ce domaine (Karhoo, Yuso, Como, iCabbi, Glide).**

Aujourd’hui le Groupe Renault accélère et crée RENAULT M.A.I. (*Mobility As an Industry*), filiale d’activité exclusivement dédiée aux nouvelles mobilités. Réunir l’ensemble des activités mobilités du Groupe au sein d’une même entité permettra de créer des synergies, de simplifier la chaîne de décision, de clarifier les offres existantes et d’en créer de nouvelles.

RENAULT M.A.I. sera aussi un moyen de fédérer d’autres acteurs autour de ces enjeux par des partenariats stratégiques et ambitieux. RENAULT M.A.I. se veut ainsi le partenaire privilégié des villes, des autorités régulatrices et des opérateurs de transports, mais aussi d’entreprises d’autres secteurs, pour favoriser des mobilités partagées au service des consommateurs et en mesure de répondre aux enjeux environnementaux.

L’ambition est d’inventer de nouvelles mobilités non seulement en milieu urbain, mais dans l’ensemble des territoires, au profit des espaces périurbains et en faveur du désenclavement des zones rurales en France et dans le monde.

En effet, d’ici à 2050, près de 70 % de la population mondiale vivra en milieu urbain contre 55 % aujourd’hui, ce qui représentera 2,5 milliards de citoyens supplémentaires. Cette perspective donne la mesure des défis immenses qui se présentent en matière de qualité de vie, d’habitat, de transports et de santé dans les villes, comme d’accessibilité à ces nouvelles mobilités hors des villes.

Sur le terrain de la mobilité, de nouveaux usages se répandent, qui interrogent la place et le statut de l’automobile. De plus en plus, le marché se structure en fonction des usages de consommateurs qui recherchent moins la propriété d’un véhicule qu’une offre multimodale, innovante, connectée, plus écologique et adaptée à la diversité de leurs besoins.

Dans ce contexte, et alors que le terme de mobilité est parfois galvaudé et tend à perdre son sens, choisir de s'appeler RENAULT M.A.I. vise à ancrer la mobilité dans la vie et l'économie réelles. Cette approche s'inscrit dans la culture industrielle du Groupe Renault, qui a toujours su innover et avoir un temps d'avance. Elle implique aussi de développer de nouveaux métiers et d'investir des segments de marché inexplorés et profitables.

Pour Thierry Bolloré, Directeur général du Groupe Renault et Président de RENAULT M.A.I., « *Après une phase de « test and learn », le Groupe franchit une étape majeure de son développement. Nous avons pour ambition d'être un des premiers opérateurs mondiaux de nouvelles mobilités partagées, accessibles et durables, en restant fidèle à notre ADN d'innovation technologique et de proximité avec le consommateur ultime. La mission d'Arnaud Molinié, directeur général de RENAULT M.A.I., sera de développer les actifs existants, d'accélérer la conquête de nouveaux marchés, et d'aider à leur organisation en nouant de nouveaux partenariats avec tous les acteurs privés et publics concernés par cette nouvelle révolution industrielle* ».

**Biographie** : Né en 1973, **Arnaud Molinié** est diplômé de l'ESJ (École Supérieure de Journalisme) et de l'École des Hautes Études Politiques et Sociales (HEPS) de Paris.

Il débute sa carrière en tant que journaliste aux *Nouvelles de Versailles*, puis en tant que chargé d'études au S.I.G (Service d'Information du Gouvernement) avant de rejoindre la direction générale de la Lyonnaise des Eaux.

En 1998, il devient directeur de la communication de Genopole (programme du gouvernement français en génétique) qu'il quitte en 2000 pour rejoindre le groupe Lagardère, où il occupera successivement pendant 11 ans des fonctions de directeur de la communication, directeur de la stratégie et du développement, directeur général d'activités et PDG de différentes filiales, dont Lagardère Entertainment qu'il crée en 2007.

Il entre chez Deloitte en 2015, d'abord comme *senior advisor* puis en tant qu'associé et ce jusqu'en décembre 2018.

Arnaud Molinié intègre le Groupe Renault en janvier 2019 en tant que directeur Mobilités Monde. Il est membre du comité de direction du Groupe Renault.

## A propos du Groupe Renault

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 134 pays qui a vendu près de 3,9 millions de véhicules en 2018. Il réunit aujourd'hui plus de 180 000 collaborateurs, dispose de 36 sites de fabrication et 12 700 points de vente dans le monde.

Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le Groupe s'appuie sur son développement à l'international. Il mise sur la complémentarité de ses cinq marques (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine et LADA), le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi Motors. Avec une équipe 100 % Renault engagée depuis 2016 dans le championnat du monde de Formule 1, la marque s'implique dans le sport automobile, véritable vecteur d'innovation et de notoriété.

**PRESSE RENAULT BELUX**

Tel.: +32 2 334 78 52

[karl.schuybroek@renault.be](mailto:karl.schuybroek@renault.be)

Sites web: [www.media.renault.be](http://www.media.renault.be) - [www.renault.be](http://www.renault.be)

