

# Persbericht

13 FEBRUARI 2014

## Renault Drive The Change

- **De Renault Groep doet beter dan zijn doelstelling voor 2011-2013 met een gecumuleerde free cash-flow van 2,5 miljard euro.**
- **De Groep legt na het "Drive the Change"-plan ambitieuze en realistische doelstellingen vast, te meten in 2017:**
  1. - **Een omzet van 50 miljard [1](#) euro**
  2. - **Een bedrijfsmarge die hoger is dan 5% van de omzet met elk jaar een positieve free cash-flow**

*"De strategie in de eerste fase van ons Drive the Change-plan heeft vruchten afgeworpen. Dankzij die verwezenlijkingen beschikt de Renault Groep over alle middelen noodzakelijk om een tweede ambitieuze en realistische fase uit te rollen," verklaarde Carlos Ghosn, Président-Directeur général van Renault.*

### Verwezenlijkingen 2011-2013

- **Succes van de nieuwe voertuigen van Renault en Dacia**
- De vernieuwing van het Renault-gamma kende een succesvolle start: Nieuwe Clio is nummer één in Frankrijk en nummer drie in Europa. Captur is de best verkochte cross-over in Frankrijk en nummer één in zijn segment in Europa. Als pionier op het vlak van emissievrije mobiliteit heeft Renault zijn belofte gehouden door een compleet gamma elektrische voertuigen op de markt te brengen.
  - **Een evenwichtigere geografische mix**
  - Op internationaal niveau vergrootte de Groep haar penetratie op haar belangrijkste markten. Het aandeel van de verkoop buiten Europa steeg van 38% in 2010 naar meer dan 50% in 2013. Brazilië en Rusland werden respectievelijk de 2<sup>de</sup> en 3<sup>de</sup> grootste markt van de Groep. De unieke positionering van het M0-gamma werpt haar vruchten af, zoals blijkt uit het succes van Duster, in 2013 het best verkochte model van de Groep.

◦ **De verdere vernieuwing van het productengamma**

- De Renault Groep gaat de vernieuwing van haar gamma versnellen, te beginnen in het najaar van 2014 met nieuwe Twingo en nieuwe Trafic, en daarna met de opvolgers van Espace, een nieuwe wagen voor het D-segment en de opvolgers van Mégane en Scénic. Die wagens komen op het gemeenschappelijke platform van de Alliantie bestemd voor 3 miljoen voertuigen uit de segmenten C en D.
- Tegelijkertijd gaat de Groep haar marktdekking vergroten met een volledig gamma cross-overs, een wagen voor het A-entry-segment bestemd voor India en Latijns-Amerika, en nieuwe bedrijfsvoertuigen voor de internationale markt (Pick-up).

• **Internationale expansie en nieuwe ambitie voor Europa**

- Na een geslaagde eerste fase streeft de Groep naar een marktaandeel van ruim 8% in Brazilië en in Rusland, en ruim 5% in India. China is de volgende jaren een topprioriteit met de bouw van een nieuwe fabriek in Wuhan, die een jaarcapaciteit zal hebben van 150.000 voertuigen en cross-overs zal produceren voor het C- en D-segment.
- In Europa wil het merk Renault opnieuw zijn 2<sup>de</sup> plaats onder de algemene constructeurs innemen dankzij een vernieuwd, geconnecteerd, gebruiksvriendelijk en milieuvriendelijk gamma. Tegelijkertijd moet het merk Dacia zijn leidersplaats in zijn klasse behouden.

• **Sterker concurrentievermogen**

- De Renault Groep rekent op de schaalvoordelen en het sterkere concurrentievermogen die het gevolg zullen zijn van enerzijds het delen van platformen en architecturen (CMF), een strategie die van toepassing zal zijn op ruim 80% van de toekomstige nieuwe modellen, en anderzijds van gestandaardiseerde modules, die 2/3 zullen uitmaken van de waarde van toekomstige voertuigen.
- De kostprijs van wagens zal ook nog worden beheerst door een sterkere lokalisatie van onderdelen & componenten en een betere benutting van de industriële capaciteit.
- De Groep zal tegelijkertijd de positieve effecten voelen van de concurrentieplannen die in Frankrijk en in Spanje werden afgesloten, en van de bijkomende volumes aangebracht door onze partners.
- In totaal zou de Groep in Europa 100% capaciteitsbenutting moeten bereiken tegen het einde van het plan (berekend volgens de standaard twee ploegen/dag).

• **Synergieën met de Alliantie**

- De versterking van de synergieën binnen de Alliantie zal bijdragen tot de winstgevendheid van de Renault Groep. De convergentieprojecten in aankoop, engineering, productie, logistiek en human resources zouden tegen eind 2016 minimaal 4,3 miljard euro aan synergievoordelen moeten genereren.

• **Beheersing van investeringen**

- Deze strategie, binnen de Alliantie en met haar partners, maakt het mogelijk sterker aan ontwikkeling te doen en tegelijk de ratio R&D + CAPEX onder de grens van 9% van de omzet te houden.

De Renault Groep wil tegen het einde van het plan1 de volgende doelstellingen bereikt hebben:

- Groei gedragen door een omzet van 50 miljard2 euro uit de verkoop van voertuigen, de ermee verband houdende diensten en de verkoop aan partners, bij gelijkblijvende grootte.
- Een continue rentabiliteit ondersteund door een bedrijfsmarge die hoger is dan 5% van de omzet met elk jaar een positieve free cash-flow.

---

[1] *Op basis van de bancaire consensuswisselkoers begin 2014*

**PERS RENAULT BELUX**

Tel.: +32 2 334 78 52

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