

Renault Group onthult zijn “Purpose”: *We laten het hart van de innovatie kloppen zodat mobiliteit mensen dichterbij elkaar kan brengen.*

Tijdens de Algemene Vergadering van 23 april heeft Renault Group zijn “Purpose” (Bestaansdoel) voorgesteld aan zijn aandeelhouders. Dit bestaansdoel, uitgewerkt in overleg met alle werknemers en stakeholders en goedgekeurd door de Raad van Bestuur, drukt de ambities en betekenis uit van zijn collectieve project in Frankrijk en de rest van de wereld:

We laten het hart van de innovatie kloppen

zodat mobiliteit mensen dichterbij elkaar kan brengen

Met deze zin willen Renault Group en zijn 170.000 werknemers de essentie van zijn missie ten dienste van klanten en stakeholders benadrukken. Het hart van de innovatie laten kloppen, getuigt zowel van de diepmenselijke en gulle dimensie als van de creativiteit, de inventiviteit en de technische kwaliteit van Renault Group.

“Bij Renault staan technologie en innovatie altijd ten dienste van de mens, en nooit andersom. Het uiteindelijke doel bestaat er namelijk in om mensen dichterbij elkaar te brengen. Die vrijheid maakt de mobiliteit van vandaag en vooral die van morgen mogelijk,” benadrukte **Jean-Dominique Senard, Voorzitter van de Raad van Bestuur van Renault**, bij de voorstelling van het “Purpose”.

Hij stond ook stil bij het aspect ‘competitiviteit’ dat daarmee gepaard gaat: *“De kracht van een onderneming, haar beweging en haar dynamiek op lange termijn hangen af van de goede afstemming tussen de waarden, het bestuur en de strategie van de onderneming enerzijds en haar bestaansreden anderzijds. Deze afstemming vertaalt zich in substantie en zingeving. En zingeving is op zijn beurt de voedingsbodem voor vertrouwen, de trots om er deel van uit te maken, de motivatie, het engagement van de stakeholders ... en dus voor onze prestaties.”*

De uitwerking van het bestaansdoel van Renault Group is het resultaat van een collectief project. In eerste instantie analyseerden werkgroepen honderden gesprekken met medewerkers uit de meest uiteenlopende afdelingen en landen, in de operationele entiteiten en op het niveau van de algemene directie. Tegelijkertijd werd de bedrijfscultuur bestudeerd. Dat werk werd ook aangevuld met gesprekken met externe stakeholders (partners, investeerders, ngo’s ...).

Om dit bestaansdoel te voeden, wilde Renault Group verder gaan dan een Comité van stakeholders op te richten, door voor het einde van het jaar een **Purpose Committee** in het leven te roepen. Dat comité, bestaande uit internationale prominenten uit een veelheid aan horisonten en competentiedomeinen, zal de Raad van Bestuur analyses en aanbevelingen verschaffen om de strategie van Renault Group uit te stippelen.

Het bestaansdoel van Renault Group:

We laten het hart van de innovatie kloppen zodat mobiliteit ons dichterbij elkaar kan brengen.

Wij geloven in verantwoorde en respectvolle vooruitgang.

Sinds 1898 wordt onze geschiedenis geschreven door mensen met een passie, die innovatieve voertuigen ontwerpen die verankerd zijn in de populaire cultuur om ons leven aangenamer te maken. Omdat mobiliteit een bron van ontplooiing en vrijheid is, willen we bijdragen aan de vooruitgang die mobiliteit mogelijk maakt. Die bewegingsvrijheid is verenigbaar met de bescherming van onze planeet. We doen ons best om bij te dragen aan een beter leven en om onze impact op het klimaat en de grondstoffen te beperken. Ook wij streven naar vooruitgang, zodat veilige mobiliteit beter wordt verdeeld.

We zijn gedurfd en gaan de toekomst met optimisme tegemoet.

Bij ons kan iedereen zijn plaats vinden en deelnemen aan een collectief avontuur. We zijn evenzeer gehecht aan onze diversiteit als aan onze Franse roots en onze internationale aanwezigheid biedt ons een open kijk op de wereld. We zijn sterk dankzij onze Alliantie en de solide relaties met onze partners. We laten het hart van de innovatie kloppen om waarde te creëren en te anticiperen op de mobiliteitsbehoeften.

Meer info op onze site Renault Group : [link](#)

Over Renault Group

Renault Group 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 Renault Group rekenen op de complementariteit van zijn vijf merken – Renault, Dacia, LADA, Alpine en Mobilize – en biedt het zijn klanten duurzame en innovatieve mobiliteitsoplossingen. Renault Group is gevestigd in meer dan 130 landen en verkocht in 2020 2,9 miljoen voertuigen. Hij verenigt meer dan 170.000 medewerkers die dagelijks zijn bestaansreden belichamen zodat mobiliteit ons dichterbij elkaar kan brengen. Renault Group 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, en van een nieuw gamma voertuigen dat nog competitiever, nog evenwichtiger en geëlektrificeerd is. In lijn met de milieu-uitdagingen heeft Renault Group de ambitie om tegen 2050 koolstofneutraal te zijn in Europa. www.group.renault.com

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/>