Februari 2014

RENAULT IN INDIA, EEN ALSMAAR STERKERE SPELER



Verkoopverantwoordelijke van de Renault-concessiehouder in Bangalore © Atul Loke / Panos - REA

Ondanks de recente terugloop van de groei zou de autoverkoop op de Indische markt zich tegen 2020 moeten verdrievoudigen. Zo kan het land tegen 2018-2020 de op twee na grootste automarkt ter wereld worden. Net als Rusland, Brazilië en China is India een prioritaire markt in de internationale strategie van Renault. Renault introduceerde er maar liefst vijf nieuwe modellen op 17 maanden tijd en beschikt voortaan over een compleet gamma in het land. Het netwerk wordt nog steeds aan een nooit gezien tempo uitgebreid en groeide van 14 concessiehouders halfweg 2011 tot 125 eind 2013. Het merk met de ruit bracht dan ook al meer dan 100 000 wagens aan de man in India, waarvan 64 000 in 2013 alleen). De constructeur streeft naar een marktaandeel van 5%, een ambitieuze maar haalbare doelstelling. Renault kan immers bogen op een sterke vertegenwoordiging in het land, met onder meer de grootste fabriek van de Alliantie in Chennai, die een jaarlijkse productiecapaciteit van 480 000 wagens kan voorleggen. Bovendien beschikt de constructeur in India over een ontwikkelings- en aankoopcentrum en twee designcentra.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Inhoudsopgave

INLEIDING 3
India in de wereldwijde strategie van Renault 3
India, een veelbelovend land en een automarkt met heel wat potentieel 4

RENAULT IN INDIA, EEN OPMERKELIJKE GROEI 6
1) Renault, grootste Europees merk en op 8 na grootste automerk in India 6
2) Sinds Renault vijf modellen lanceerde op 17 maanden tijd, biedt het merk een compleet gamma voertuigen 9
3) Een snel groeiend netwerk, dat evolueerde van 14 concessiehouders halfweg 2011 tot 125 eind 2013 14
4) De uitdagingen van de toekomst 16

RENAULT IN INDIA, EEN STERKE VERTEGENWOORDIGING 17
1) De vestigingen van Renault: “lokalisering” en “Indianisering” 17
2) De productievestiging van Chennai: Renault-Nissan Automotive India Private Limited (RNAIPL) 18
3) Ontwikkelings- en aankoopcentrum van Chennai: Renault Nissan Technology & Business Centre India (RNTBCI) 20
4) Het designcentrum van Bombay en Chennai: Renault Design India (RDI) 23
5) Het logistieke centrum van Pune en Chennai: International Logistics Network (ILN) 24
6) De zetel van Renault in Chennai: Renault India Private Ltd (RIPL) 24

STORY: Renault Design India 25



Puja-ceremonie bij de Renault-concessiehouder in Bangalore © Atul Loke / Panos - REA

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

INLEIDING

India in de wereldwijde strategie van Renault



Renault Duster in New Delhi © Roland Mouron

Renault: meer dan 50% van de verkoop buiten Europa gerealiseerd

- Gesterkt door zijn Franse wortels voert de Renault-groep een strategisch offensief op de internationale markten, en dat werpt zijn vruchten af. In 2012 realiseerde de Groep voor het eerst in zijn geschiedenis meer dan de helft van zijn verkoop buiten Europa.
- Terwijl de wereldwijde autowereld in 2013 met 3,9% steeg, is de verkoop van personenwagens en bedrijfsvoertuigen van de Renault-Groep gestegen tot 2 628 208 voertuigen, een stijging van 3,1% ten opzichte van 2012.
- Het volumeaandeel van de verkoop buiten Europa bleef in 2013 stabiel op 50,5%, goed voor 1 326 344 verkochte exemplaren. Op Iran na, waar de markt in juli 2013 werd gesloten, won de Groep in alle regio's aan marktaandeel dankzij het succes van zijn nieuwe modellen.

De groeimarkten: essentieel voor de groei van Renault

- De Alliantie Renault-Nissan geniet een leiderspositie in de groeilanden. Toen de Alliantie in 1999 werd opgericht, vertegenwoordigden de BRIC-landen (Brazilië, Rusland, India en China) ongeveer 1% van de totale verkoop van de groep. In 2012 waren diezelfde vier landen goed voor ruim 30% van de totale groepsverkoop.
- In 2013 zette de Renault-groep zijn internationale groei voort, ondanks de vertraging die bepaalde groeilanden trof: een groei van 9,7% buiten Iran.
- Met de concept-car die op het salon van New Delhi werd onthuld, wijdt Renault een nieuwe filosofie in, die is afgestemd op de behoeften van de nieuwe markten. Het is de eerste keer dat Renault een concept-car onthult op een niet-Europees salon. Een duidelijke boodschap van het merk aan de nieuwe markten op het moment dat Renault zijn positie in India versterkt en zijn ambities in het segment van de kleine auto's kenbaar maakt.

India: een prioritaire markt

- Net als Rusland, Brazilië en China is India een prioritaire markt in de internationale groeistrategie van Renault.
- De constructeur mikt in India op een marktaandeel van 5%.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Een veelbelovend land

- Met 1,21 miljard inwoners is India het land met de op een na grootste bevolking ter wereld, een bevolking die bovendien jonger is dan in de andere groeilanden.
- Het is ook het op zes na grootste land van de planeet qua oppervlakte (3 287 263 km², acht keer de grootte van Frankrijk).
- Het kenmerkt zich door een uitzonderlijke etnische, religieuze, culturele en taalkundige vermenging.
- Als derde grootste economie van Azië zag het land zijn BBP tussen 2000 en 2010 verdubbelen. Dat BBP kende in 2013 een meer bescheiden groei (ongeveer 3%) maar zou in het decennium 2012-2022 een groei van ongeveer 7% per jaar moeten realiseren.
- Het openbaar vervoer is ontoereikend en de infrastructuur (wegen, elektriciteit, enz.) laat veel te wensen over.
- De opgeleide middenklasse ontwikkelt zich en vraagt meer mobiliteit. De Indische middenklasse telt 150 tot 200 miljoen mensen, waarvan er slechts 50 miljoen een auto bezitten. (Bron: studies van NCAER & McKinsey).
- India is een democratisch land met een open economie.
- De overheid heeft een globaal ontwikkelingsprogramma uitgewerkt voor de productiesector (doelstelling: 25% van het BBP), dat zich inspireert op het Chinese programma.
- De verstedelijking neemt toe, en overschreed in 2013 de kaap van de 30%.



Meisje in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Een automarkt met een aanzienlijk potentieel

- Een heel klein deel van de bevolking beschikt over een auto: **20 voertuigen per 1 000 inwoners** (tegenover 50 in China, 300 in Rusland en 600 en Europa).
- Geschat wordt dat de Indische automarkt **zijn volume tegen 2020 zal zien verdrievoudigen** tot 9,3 miljoen voertuigen (Bron: JD Power).
- Ondanks de recent geregistreerde groeivertraging zou India tegen 2018-2020 moeten uitgroeien tot de op drie na grootste automarkt ter wereld.
- De Indische automarkt ging er in 2013 echter met 7,5% op achteruit, na tien jaar van constante groei.
  - 2,6 miljoen verkochte voertuigen in 2012-2013
  - 2,3 miljoen verkochte voertuigen in 2013-2014

  (Bron: Society of Indian Automobile Manufacturers, SIAM)
- Vooral de segmenten A2 en A3 doen het goed in India, maar heel wat consumenten verlangen naar grotere en luxueuzere wagens.



Straten van New Delhi en Chennai © Roland Mouron



Renault Pulse in New Delhi © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

RENAULT IN INDIA, EEN OPMERKELIJKE GROEI

1) Renault, grootste Europees merk en op 8 na grootste automerk in India

Renault, grootste Europees merk

	2013
Renault	**2,61%**
VW	2,45%
Skoda	0,89%
BMW	0,31%
Mercedes-Benz	0,31%
Audi	0,27%
Volvo	0,1%

Renault op 8 na grootste automerk

	2013
Maruti	43,21%
Hyundai	15,43%
Toyota	5,89%
Tata	5,75%
GM-Chevy	3,53%
Ford	3,26%
Honda	4,37%
Renault	**2,61%**

Een snelle groei

- Sinds Renault zich in 2010 als onafhankelijk merk op de Indische markt heeft gestort, is het een van de meest dynamische spelers in de autosector gebleken. Op nauwelijks drie jaar tijd heeft Renault meer erkenning en zichtbaarheid opgebouwd dan sommige concurrenten die al tien jaar in het land aanwezig zijn.
- Renault is vandaag de dag dan ook het **grootste Europees merk** en het **op 8 na grootste automerk in India**.
- **De constructeur verkocht sinds 2011 meer dan 100 000 wagens**, en dat ondanks het feit dat de marktactiviteit er in India met 7,5% op achteruit ging in 2013.

	2011	2012	2013
Verkoop	1 500	35 000 MA: 1,1%	64 000 MA: 2,61%

Historiek van de groei sinds 2010

- September 2007: oprichting van het **Renault-Nissan Technology Business Center India** (RNTBCI)**,** een ontwikkelingscentrum dat als taak heeft Renault en Nissan technische ondersteuning te bieden.
- September 2008: oprichting van **Renault Design India**, het eerste designcentrum van een buitenlandse constructeur in India.



Renault Fluence in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

- Maart 2010: de Alliantie Renault-Nissan opent zijn eerste Indische **fabriek** in Chennai.
- 2010: Renault start zijn **eigen distributienetwerk.**
- 2011-12: **productoffensief met vijf nieuwe modellen**.
- 2013: Renault **verdubbelt zijn verkoop** in vergelijking met 2012.

Voornaamste groeifactoren

- Renault luistert aandachtig naar zijn Indische klanten en lanceerde op 17 maanden tijd maar liefst vijf modellen die aan hun behoeften en wensen beantwoorden.
- Er werd ook een uitgebreid netwerk van concessiehouders uitgebouwd, dat ongeveer 80% van de Indische markt bedient.
- Er werden draconische kwaliteitsnormen ingevoerd en klanten kunnen genieten van de formule “Complete Care”.
- Renault heeft het vertrouwen van zijn klanten én de specialisten van de autosector weten te winnen en kon zo zijn geloofwaardigheid en bekendheid in India versterken.
- Renault legde de nadruk op “Indianisering” en “lokalisering”.
- Renault heeft India gekozen om er een eerste operationele basis voor de Alliantie te bouwen met de productiefabriek van Chennai en het ontwikkelings- en aankoopcentrum (RNTBCI).
- De designcentra (Bombay en Chennai) en logistieke centra (Pune en Chennai) van Renault hebben eveneens in grote mate bijgedragen tot het succes van het merk in India en getuigen van de wil van de constructeur om zich blijvend in het land te vestigen.
- Renault Duster verbreekt er alle verkooprecords en creëerde op zijn eentje een heel nieuw segment in India. De performante, betrouwbare wagen met zijn uitstekende prijs/kwaliteitverhouding is de SUV die de berlines het vuur aan de schenen legt.

Een alsmaar bekender merk – Een ongeëvenaarde palmares in India

- Bekroningen: Renault is een van de meest bekroonde merken in India. **Duster verzamelde op zijn eentje al 29 onderscheidingen en het totaal voor Renault bedraagt 38**. Daarmee is Renault het meest bekroonde merk in India.
- De onderscheidingen komen bovendien zowel van het grote publiek als van specialisten. **Zo werd Duster uitgeroepen tot Indische Auto van het Jaar 2013.**
- Ook de modellen Scala en Pulse werden bekroond en Renault veroverde in 2012 zelfs de titel van **Constructeur van het Jaar**.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

- Duster kreeg binnen het jaar na zijn lancering onder meer de TNS Voice of Customer-prijs voor de **hoogste klantentevredenheid**. Hij eindigde ook tweede in de studie van het initiële kwaliteitsniveau van JF Power Asia Pacific 2013 India. Daarin werd hij geprezen om de opmerkelijke kwaliteit van de wagen in een bijzonder fel bevochten klasse met maar liefst 15 modellen.



Renault Fluence in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

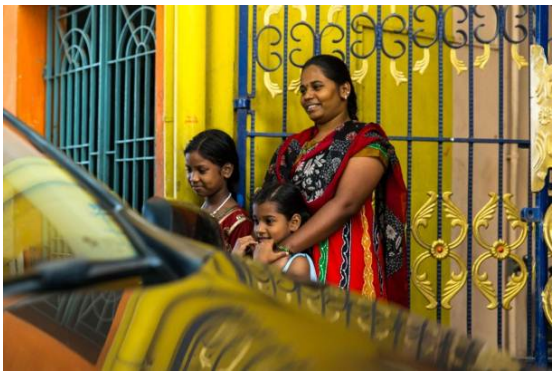
2) Sinds Renault op 17 maanden tijd vijf modellen lanceerde, beschikt de constructeur over een compleet modelgamma

Gesterkt door zijn aanwezigheid in een groot deel van het Indische grondgebied, heeft Renault op **17 maanden tijd** (juni 2011 - september 2012) **vijf modellen** gelanceerd (Fluence, Koleos, Pulse, Duster en Scala). Met dat complete gamma heeft het merk een uitstekende positie, ondersteund door de reputatie van Frankrijk en het succes op de **Formule 1**-circuits.

Lancering van vijf modellen op 17 maanden tijd, tussen mei 2011 en september 2012

- **Renault Fluence** – Gelanceerd in **mei 2011.**
  - Een hoogwaardige berline met een sterk imago, die zich situeert in het D/E-segment.
  - Fluence werd bekroond met de titel van **Berline van het Jaar 2011**, uitgereikt door het prestigieuze Indische autotijdschrift *Top Gear*, alsook de titel van middenklasseberline van het jaar 2011 van het tijdschrift *Zigwheels.*
  - De nieuwe Renault Fluence wordt sinds het begin van 2014 gecommercialiseerd in India. Hij werd niet alleen hertekend volgens de nieuwe wereldwijde designtaal van Renault maar kreeg ook nieuwe mechanische onderdelen en biedt voortaan keuze uit diverse transmissies.





Renault Fluence in Chennai © Roland Mouron

- **Renault Koleos** – Gelanceerd in **september 2011.**
  - Een SUV met een sterke persoonlijkheid: "de business class onder de SUV's".





Renault Koleos in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

- **Renault Pulse** – Gelanceerd in **januari 2012.**
  - Een kwalitatieve stadswagen in het segment van de compacte wagens (het voornaamste segment in India).
  - Bekroond tot Beste Vijfdeurswagen van het Jaar op de NDTV Car & Bike Awards 2012.





Renault Pulse in New Delhi © Roland Mouron

- **Renault Duster** – Voorgesteld op het autosalon van Delhi in januari 2012 en gecommercialiseerd in **juli 2012.**




Renault Duster in New Delhi © Roland Mouron

  - Een cross-over die bijzonder goed is aangepast aan de Indische markt, waar het segment in volle expansie is.
  - Een stortvloed aan onderscheidingen: 29 in het totaal, waaronder de titel van **Indische Auto van het Jaar 2013** (zie verder).
  - Duster werpt zich op als de populairste SUV van India en scoort qua verkoop veel beter dan verscheidene gevestigde waarden op de markt.
  - Sinds zijn lancering werden meer dan 75 000 exemplaren verkocht.
  - Tussen november 2012 (begin van de export) en eind december 2013 werden bijna 16 000 rechtsgestuurde Dusters geëxporteerd naar acht landen.
  - Een wagen die bijzonder goed inspeelt op de eisen van de Indische klanten: airconditioning ter hoogte van de achterzetels, verstelbare positie van de zetels, gsm-lader, individuele verlichting achterin, enz.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

- Het oorspronkelijke model werd op zo'n dertig punten gewijzigd om het af te stemmen op de eisen van de Indische markt.



Renault Duster in New Delhi © Roland Mouron

- **Renault Scala** – Gelanceerd in **september 2012.**
  - Prestigieuze drievolumeberline met een elegant en dynamisch lijnenspel.
  - Positioneert zich in het segment van de compacte prestigeberlines (A3 Premium).





Renault Scala in New Delhi © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Duster in de spotlights – een stortvloed aan onderscheidingen: 29 in het totaal, waaronder de titel van Indische Auto van het Jaar 2013.

Publicatie	***Onderscheiding***
ICOTY	*1. Indische Auto van het Jaar - Duster*
BBC Top Gear	*2. Top Gear Award voor de Compacte SUV van het jaar - Duster* *3. Top Gear Award: Lezersprijs - Duster*
NDTV Car & Bike	*4. Auto van het jaar - Duster* *5. Beste Cross-over/Compacte SUV van het jaar - Duster*
Car India	*6. SUV van het jaar - Duster*
Autocar Bloomberg	*7. Auto van het jaar - Duster* *8. Lezersprijs van het jaar - Duster* *9. SUV van het jaar - Duster*
Overdrive	*10. Compacte SUV van het jaar - Duster*
Zigwheels	*11. Auto van het jaar - Duster* *12. Instap-SUV van het jaar - Duster* *13. Lezersprijs van het jaar - Duster*
Viky.in	*14. Auto van het jaar - Duster*
Team BHP	*15. Auto van het jaar - Duster*
AutoJunction.in	*16. SUV van het jaar - Duster* *17. Auto van het jaar (Alle categorieën samen) - Duster*
Motor Vikatan	*18. Auto van het jaar - Duster* *19. SUV/Cross-over van het jaar - Duster*
Ananda Vikatan	*20. Auto van het jaar - Duster*
Motorbeam.com	*21. Lezersprijs van het jaar - Duster*
CarDekho.com	*22. Beste SUV van het jaar 2012 - Duster*
theautomotiveindia.com	*23. Prijs voor de Indische auto van het jaar 2012 - Duster*
Top Gear Malayalam	*24. Beste compacte SUV - Duster*
Carewale & Autobild	*25. SUV van het jaar - Duster*
BS Motoring	*26. Auto van het jaar - Duster* *27. SUV van het jaar - Duster*
Gaadi.com	*28. Indische SUV van het jaar - Duster*
TNS	*29. TNS-prijs "De stem van de consument" - Duster*

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Renault, een prestigemerk dankzij zijn successen in de Formule 1

- Renault werpt zich op als een prestigemerk. In India staat Frankrijk bekend als een land van prestigieuze wijnen, haute couture, verfijning en elegantie. Als enige Franse autoconstructeur in India wil Renault zijn klanten dan ook kwaliteitsproducten aanbieden in de vorm van een gamma betrouwbare en verleidelijke auto's.
- Renault steunt daarbij op de expertise die het merk op de Formule 1-circuits heeft opgedaan.

  De Renault-motor heeft alle edities van de Indische Grote Prijs Formule 1 gewonnen (2011, 2012 en 2013) dankzij Sebastian Vettel (Red Bull Renault). In 2011 werd de eerste Grote Prijs in India georganiseerd.

  De jonge Indiërs worden alsmaar enthousiaster voor de resultaten die Renault in de Formule 1 boekt.

  Alle modellen die Renault in India commercialiseert, zijn uitgerust met de K9-motor, die werd geoptimaliseerd met behulp van Formule 1-technologie en die een toonbeeld van prestaties en verbruik vormt op de Indische wegen.

Formule 1: de Renault-motor heeft alle Indische Grote Prijzen Formule 1 gewonnen!



Sebastian Vettel, Red Bull Racing Renault, winnaar van de Indische Grote Prijs Formule 1 in 2011.
© FLAMAND, François / DPPI Media



Sebastian Vettel, Red Bull Racing Renault, winnaar van de Indische Grote Prijs Formule 1 in 2012.
© LE FLOCH, Frédéric / DPPI Media



Sebastian Vettel, Red Bull Racing Renault, winnaar van de Indische Grote Prijs Formule 1 in 2013.
© FLAMAND, François / DPPI Media

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

3) Een snel groeiend netwerk dat evolueerde van 14 concessiehouders halfweg 2011 tot 125 concessiehouders eind 2013

Toen Renault in mei 2011 zijn eerste model (Fluence) lanceerde in India, beschikte het merk over 14 concessiehouders in het hele land. Dat aantal werd opgedreven tot 100 eind 2012 en vervolgens tot 125 eind 2013. Een hele krachttoer in een land dat acht keer groter is dan Frankrijk. Het is trouwens een record op het gebied van netwerkontplooiing in een land waar servicekwaliteit prioritair is.



Concessiehouder in Chennai © Roland Mouron

Een opmerkelijke ontwikkeling

- Ter gelegenheid van de lancering van het eerste model (Fluence, mei 2011) openden 14 concessiehouders hun deuren in de twaalf grootste steden van het land.
- Eind 2013 waren er 125 concessiehouders, waarvoor een beroep werd gedaan op een vijftigtal partners met wie Renault een vertrouwensrelatie is aangegaan.
- 1 500 verkopers eind 2013.

	Mei 2011	Eind 2012	Eind 2013
Concessiehouders	14	100	125

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Een toegewijd verkoop- en servicenetwerk

- Voor een betere **zichtbaarheid** en de garantie op **kwaliteitsservices**.
- Een sterk bewijs van het **engagement** van Renault in India: de klanten moeten zien dat Renault vastbesloten is om zich blijvend in India te vestigen.
- De garantie om feedback te hebben over de **behoeften van de klanten**.

Een netwerk dat de vruchten plukt van grote investeringen in de opleiding van het personeel

- In Chennai werd een **opleidingscentrum** (Cotech – technisch coördinator) opgericht, dat door de Renault Academy wordt erkend.
- De niet-technische personeelsleden van het netwerk krijgen dan weer online opleidingen, alsook een cursus klantenrelaties en wisselstukkenbeheer en een presentatie over de geschiedenis van Renault.
- Er werden partnerschappen afgesloten met universiteiten en andere onderwijsinstellingen om bij toekomstige aanwervingen te kunnen putten uit een pool van jonge talenten.

Renault is het enige merk dat 2 + 2 jaar of 80 000 km garantie aanbiedt op heel zijn gamma

- De formule “Renault Complete Care”:
  - 2 + 2 jaar of 80 000 km garantie – Renault is de enige constructeur in India die een dergelijk contract aanbiedt.
  - Andere voordelen: 24 uur op 24 en 7 dagen op 7 pechverhelping onderweg, hulp bij navigatie, enz.
  - Aangeboden op alle Renault-modellen in India.
- Gratis werkuren voor de onderhoudsbeurten op 2 000, 10 000 en 20 000 kilometer.
- Forfaitaire onderhoudstarieven en competitieve prijzen voor wisselstukken.
- Callcenter en gratis nummer 24u/24 en 7d/7 pechverhelping.
- Bijkomende voordelen: jockey- en conciërgediensten.
- Bij alle concessiehouders wordt de servicekwaliteit verzekerd door technici die in Frankrijk werden opgeleid.







Renault service in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

4) Toekomstige uitdagingen

Groeiplan

- **Doelstelling: een marktaandeel van 5% in India.**
- Animatie van het productgamma in 2014.
- Een netwerk van 175 concessiehouders tegen eind 2014 en een toename van de verkoop.
- Verovering van nieuwe segmenten, waaronder het monovolumesegment en het instapgamma.

Volgende fase: CMF-A

- Carlos Ghosn, President en algemeen directeur, heeft op 16 juli 2013 aangekondigd dat de Alliantie Renault-Nissan nieuwe modellen voorbereidt om nog beter in te spelen op de specifieke behoeften van nieuwe autokopers in landen met een sterke economische groei.
- Die aankondiging bekrachtigde officieel **het eerste volledig nieuwe programma dat Renault en Nissan implementeren en dat teams van beide constructeurs** van bij het begin nauw laat samenwerken. Dit programma, dat intern de naam **CMF-A (Common Module Family)** meekreeg, past het systeem met moduleerbare architectuur, dat exclusief werd geïmplementeerd door Renault-Nissan, toe op het segment van de minst dure auto's.
- De CMF-benadering bestaat erin om auto's te bekijken als de combinatie van vijf fundamentele modules: het motorcompartiment, het interieur, het onderstel vooraan, het onderstel achteraan en het elektrische/elektronische circuit. Die onderdelen, die allemaal compatibel zijn met elkaar, lenen zich vervolgens tot honderden mogelijke configuraties en maken een maximale efficiëntie en differentiatie tussen de merken mogelijk.
- **De productie van wagens in het kader van CMF-A gaat in 2015 van start in de fabriek van de Alliantie Renault-Nissan in Chennai.** Renault en Nissan zullen hierover later meer informatie vrijgeven (prijszetting, productiecapaciteit, enz.). Zoals elke categorie van het CMF-programma maakt CMF-A een uitzonderlijke soepelheid mogelijk. Het koetswerkdesign en de mechanische onderdelen kunnen sterk verschillen naargelang de specifieke behoeften en voorkeuren van de klanten in India en andere snel groeiende markten.
- "*CMF-A opent nieuwe horizonten op het gebied van klantentevredenheid en maakt het zelfs mogelijk om de verwachtingen van klanten in de snelst groeiende landen ter wereld sterk te overtreffen, in het bijzonder bij mensen die voor het eerst een auto kopen,"* aldus Carlos Ghosn tijdens een bezoek aan het Renault Nissan Technology Business Centre, het ontwikkelingslaboratorium van Chennai waar het ontwikkelingswerk in het kader van het CMF-A-programma vorig jaar van start ging. *"Deze invloedrijke consumenten willen geen auto's meer die oorspronkelijk zijn ontworpen voor verzadigde markten en daar uit de mode zijn. Ze willen – en hebben recht op – moderne, stevige en elegante wagens tegen een prijs die een kleine revolutie betekent voor zo'n hoogstaande wagens."*



Renault Fluence in New Delhi © Roland Mouron



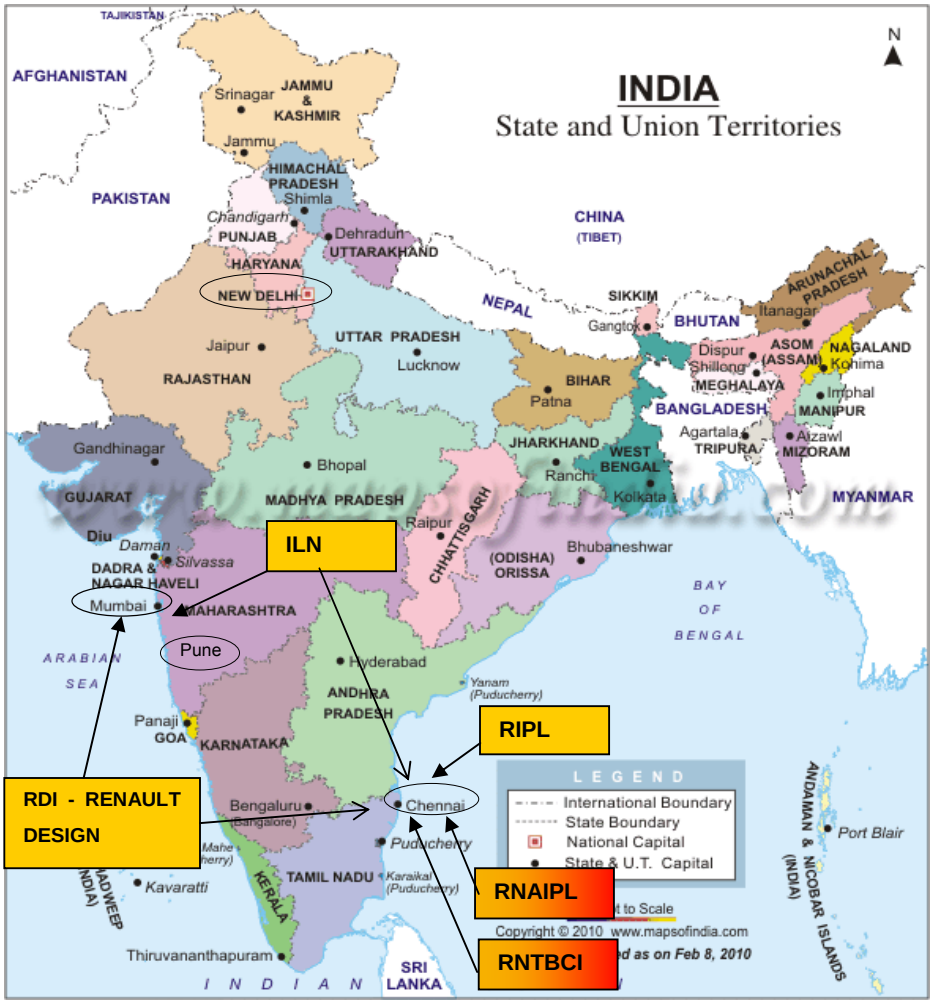
Meisje in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

RENAULT IN INDIA, EEN STERKE VERTEGENWOORDIGING

1) De vestigingen van Renault: “lokalisering” en “Indianisering”

“Lokalisering en Indianisering”: Renault heeft een sterke plaats veroverd op de Indische markt om zich beter aan te passen aan de lokale realiteiten en eisen en zo de rentabiliteit van zijn activiteiten in het land te verzekeren. Een cijfer weerspiegelt als geen ander de sterke aanwezigheid van Renault in India: de ongeveer **12 000 werknemers**.



- **RNAIPL: Renault-Nissan Automotive India Private Limited –** de productievestiging van Renault en Nissan in Chennai.
- **RNTBCI: Renault-Nissan Technology en Business Centre India –** het ontwikkelings- en aankoopcentrum van Renault en Nissan in Chennai.
- **RDI: Renault Design India** – het designcentrum van Renault in Bombay en Chennai.
- **ILN: International Logistics Network** – het logistieke netwerk van Renault in Pune en Chennai.
- **RIPL: Renault India Private Limited –** de zetel van Renault in Chennai.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

2) De productievestiging in Chennai: Renault-Nissan Automotive India Private Limited (RNAIPL)

Grootste fabriek van de Alliantie



- De fabriek van Chennai, waarvan in 2008 de eerste steen werd gelegd, werd **ingewijd in maart 2010** en was van bij het begin bedoeld voor Renault en Nissan.
- Ze bouwt wagens voor beide merken.
- In de fabriek lopen zowel auto's als motoren van de band.
- Ze bevindt zich in Oragadam, op 35 km van Chennai.
- Renault en Nissan investeerden er elk 45 miljard roepia's (537 miljoen euro) sinds 2008.
- Deze fabriek past alle “best practices” van Renault en Nissan toe en biedt tal van mogelijke synergiën. Chennai is de grootste fabriek die de instrumenten van het geïntegreerde productiesysteem van de Alliantie (Alliance Integrated Manufacturing System, AIMS) en de productiemethode van de Alliantie (Alliance Production Way, APW) gebruikt.
    - Ze inspireert zich op het toonaangevende “monozukuri”-proces, dat Nissan uitwerkte voor zijn fabrieken in Oppama (Japan) en Sunderland (Verenigd Koninkrijk).
    - Renault stelt zijn knowhow ter beschikking op het vlak van auto-ontwikkeling, informaticasystemen, design en ontwikkeling van mechanische onderdelen, zoals de schone K9K-dieselmotor, die overal ter wereld nieuwe normen vestigt.









Fabriek van Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Huidige productiecapaciteit van de fabriek van Chennai: 480 000 wagens

- Deze fabriek sluit aan bij een strategie die erop gericht is om van India een wereldwijd productieplatform te maken door de vraag in het land optimaal te benutten.
- Ze beschikt over volledige werkplaatsen voor dieptrekwerk, koetswerkproductie, kunststofproductie, interieuruitrusting en chassis, alsook twee testcircuits.
- Ze kan vier verschillende platformen en acht koetswerktypes bouwen in om het even welke volgorde.
- Er kunnen maar liefst 480 000 exemplaren per jaar van de band rollen.
    - Montagelijn 1: Renault Duster, Renault Scala, Nissan Sunny, Nissan Evalia en Nissan Terrano.
    - Een tweede productielijn, die halfweg 2012 in dienst werd genomen, is gewijd aan het V-platform: Renault Pulse en Nissan Micra.
    - Een speciale, minder grote lijn wordt gebruikt voor CKD-montage: Renault Koleos, Renault Fluence en Nissan Teana.
- Montagelijnen voor mechanische onderdelen: twee lijnen, respectievelijk ingewijd in 2010 en 2012, elk met een jaarlijkse capaciteit van 200 000 exemplaren.
    - 2 benzinemotoren (1,5-liter viercilinder en 1,2-liter driecilinder) en 1 dieselmotor (1.5 dCi).
    - In 2013 voegde de Alliantie het gieten en produceren van die drie motoren toe aan de activiteiten van de fabriek en werd de volledig lokale productie van transmissies opgestart.



Fabriek van Chennai © Roland Mouron

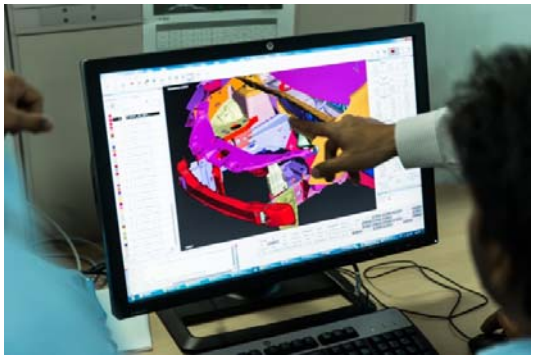
Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

3) Ontwikkelings- en aankoopcentrum van Chennai: Renault Nissan Technology & Business Centre India (RNTBCI)

Het grootste ontwikkelings- en aankoopcentrum van de Alliantie

- RNTBCI, dat op 21 september **2007** werd opgericht, was de **eerste structuur van de Alliantie** in India en moest ontwikkelings- en aankoopdiensten leveren voor Renault en Nissan. Vandaag is het **een van de grootste technische centra van de streek**.
- RNTBCI is binnen het wereldwijde R&D-netwerk van Renault-Nissan het technische centrum van de Alliantie dat zich specialiseert in zuinigheidstechnologie.
- Zuinigheidstechnologie is bedoeld om "meer te doen met minder" door klanten een betere prijs/kwaliteitverhouding te bieden en tegelijk de kosten terug te dringen en minder natuurlijke rijkdommen te gebruiken. De Indiërs spreken van "**jugaad**" (djou-gaud), een term die verwijst naar het vermogen om een tegenslag om te buigen tot een opportuniteit door innovatieve oplossingen te zoeken voor problemen.
- Het wereldwijde R&D-netwerk van Renault-Nissan:
    - Europa: Renault Technocentre France, Renault Technology Romania, Nissan Technical Center Europe.
    - Azië: Renault Technology Center Korea, Nissan Technical Center Japan.
    - Verenigde Staten: Renault-Nissan Silicon Valley Tech Center, Nissan Technical Center North America (2).
    - Brazilië: Renault Technology Center.
- Het is bovendien **de enige gemeenschappelijke ontwikkelingsonderneming van de Alliantie** met een enkele gedeelde management- en ressourcestructuur.



RNTBCI © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Lokaliseren en aanpassen

- Doelstelling:
  - Aanpassing van de producten aan de Indische markt voor een optimale positionering.
  - Kwaliteitsproductie op hetzelfde niveau als de andere fabrieken.
  - Ontwerp in functie van de kosten om betere oplossingen te verkrijgen bij de leveranciers.
- **De T van Technologie:**
  - Een compleet team van gespecialiseerde product- en procesingenieurs, gelast met onderzoek en ontwikkeling, computerondersteunde ontwikkeling, ontwikkeling van producten, digitale ontwikkeling van voertuigen en informaticasystemen.
  - Deze experts zijn opgeleid volgens de productiemethoden van de Alliantie en stellen hun aanzienlijke vaardigheden en ervaring ten dienste van het concept van "zuinigheidstechnologie".
- **De B van Business (of de A van Aankoop)**
  - De Aankoopafdeling maakt integraal deel uit van de taken van RNTBCI.
  - Doelstelling: een doorgedreven lokale bevoorrading verzekeren voor voertuigen geproduceerd in de fabriek van Chennai. Dat is namelijk essentieel om de competitiviteit in India te verzekeren.
- Renault en Nissan werken samen aan de implementatie van een uitgebreid leveranciersnetwerk. Dat impliceert een volledige studie van de productieprocessen om te bepalen welke de meest performante zijn.
- De Indische leveranciers hebben de gewoonte om zuinig te werken, zonder daarbij de kwaliteit in het gedrang te brengen.

Talentbeheer

- De kracht van RNTBCI schuilt in zijn competente en gevarieerde personeel, bestaande uit mannen en vrouwen uit uiteenlopende culturen, die allemaal hun eigen talenten en passie ten dienste stellen van de onderneming.
- Troeven: de diversiteit van de werknemers, de vaardigheden die elkaar perfect aanvullen en de doorgedreven opleiding.
- Partnerschappen met enkele van de beste onderwijsinstellingen van India.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Toen RNTBCI Renault Duster aanpaste voor India werden ruim dertig wijzigingen doorgevoerd om hem dichter te laten aanleunen bij de wensen van de Indische klanten

- *Exterieur: aantrekkelijker uitzicht dankzij meer chroomaccenten (groter en hoger verchroomd radiatorrooster, symmetrische achterlichten, parkeersensoren in koetswerkkleur, enz.).*
- *Interieur: luxueuzere en aangenamere uitstraling (interieur in twee beigetinten, chroomafwerking voor de verluchtingsopeningen, geïntegreerd 2DIN-audiosysteem, enz.).*
- *Troeven: comfort en gebruiksgemak van de achterzetels (airconditioning achterin, armsteun met opbergvak voor dranken, vooruitspringende hendel om de hellingsgraad van de zetels te regelen, enz.*
- *Dynamisme: comfort en rijgedrag aangepast aan de Indische wegen (matige kwaliteit, druk stadsverkeer, bol wegdek, aanzienlijke niveauverschillen, remmen en draaien bij lage snelheden, enz.).*



Klant aan het stuur van Duster © Atul Loke / Panos – REA



Renault Duster in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

4) Het designcentrum van Bombay en Chennai: Renault Design India (RDI)

Grootste autodesignbureau in India geopend door een buitenlandse constructeur

- Renault Design India, dat **zowel gevestigd is in Bombay als in Chennai**, is het grootste automobiele designbureau in India, geopend door een buitenlandse constructeur. Dat is een aanzienlijk concurrentievoordeel voor Renault.
    - Renault Design India werd in 2007 opgericht, in de bijzonder dynamische stad Bombay, waar alle culturele stromingen in India samenkomen.
    - De antenne van Renault Design India in Chennai werd in 2013 geopend, vlak bij de fabriek en het ontwikkelingscentrum. Een centrum in volle expansie.
- **RDI is de vijfde vestiging in Renaults internationale netwerk van designsatellieten.** Drie andere satellieten bevinden zich in Boekarest (Roemenië), São Paulo (Brazilië) en Kiheung (Zuid-Korea). Het Technocentre van Renault in Frankrijk vormt het hart van de designactiviteiten van de constructeur.
- RDI heeft als taak:
    - nieuwe auto's en accessoires te ontwikkelen op maat van de Indische markt
    - zijn ervaring in India te benutten om bij te dragen tot nieuwe platformen voor het basisgamma van de groep
    - trends op te pikken en nieuwe talenten te vinden
    - bij te dragen tot de verschillende projecten van de groep als concurrent voor de andere designcentra van Renault
- De activiteiten van RDI gaan van het initiële design tot de productie van modellen en prototypes (binnen- en buitenkant), voornamelijk door middel van digitale processen.

Teams van ontwerpers

- Gevarieerde profielen op alle niveaus, die de toekomst van India weerspiegelen.
- Het **team van Bombay** legt de nadruk op creativiteit.
  Het omvat 12 mensen, waarvan 11 met de Indische nationaliteit.
- Het **team van Chennai** wijdt zich voornamelijk aan de ontwikkeling van projecten en aan waarneembare kwaliteit.
  Dit team telt 7 mensen, waarvan 5 met de Indische nationaliteit.

Voornaamste projecten van Renault Design India

- **Logan Steppe** was de eerste concept-car die in India werd ontwikkeld door het designcentrum.
- **Pulse**, geproduceerd op het Nissan V-platform (Micra), werd hertekend en kreeg een meer mannelijke en dynamische stijl en een expressievere voorkant.
- **Het interieur van Duster** werd volledig herwerkt voor de Indische klanten: een nieuw gamma kleuren, nieuwe zetels, afstandsbediening om de koffer te openen, een rek, een kinderzitje in de koffer, airconditioning voor de achterpassagiers. De airconditioning werd speciaal op punt gesteld in samenwerking met RNTBCI en zijn lokale leveranciers voor de Indische markt.
- **De concept-car Twizy** werd gerealiseerd door Renault Design India.
- **De concept-car onthuld op het Salon van New Delhi** werd deels in India ontworpen.

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

5) Het logistieke centrum van Pune en Chennai: International Logistics Network (ILN)

- Dit centrum dat in 2007 werd ingewijd in Pune en in 2013 in Chennai, verzekert de **logistieke ondersteuning die nodig is voor de lokale activiteiten en export**.
- Het stelt Renault in staat om wisselstukken te betrekken bij lokale leveranciers dankzij volumes die een optimale kwaliteit aan een lage kostprijs koppelen. Het verzekert ook de consolidatie van loten van onderdelen.

6) De zetel van Renault in Chennai: Renault India Private Ltd (RIPL)

- Renault heeft een RIPL-filiaal opgericht. Dat is gelast met **de verkoop, de marketing en de activiteiten van de groep** (financieel, human resources, communicatie, enz.).
- Deze zetel is verantwoordelijk voor het designcentrum van Bombay en Chennai, **RDI** (Renault Design India) en het logistieke centrum van Pune en Chennai, **ILN** (International Logistics network).







Werknemers van Renault in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

STORY: Renault Design India

De kruiden en kleurige bloemen van het eeuwenoude India als inspiratiebron voor de kleuren van de Renaults concept-car die in februari 2014 in avant-première werd voorgesteld op het autosalon van New Delhi... De chaotische en kleurrijke rickshaws als inspiratiebronnen voor de centrale bestuurdersplaats in de concept-car... De designers van Renault Design India haalden hun inspiratie uit de duizenden jaren geschiedenis van het land maar ook uit de bruisende steden van een land in volle evolutie. Renault Design India, het eerste designcentrum in India geopend door een buitenlandse constructeur, is reeds aanwezig in Bombay sinds 2007 en in Chennai sinds 2013 en luistert naar de trends en verzuchtingen van de Indiërs.








Indische handen © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Bombay en Chennai, twee strategische vestigingen

Met ruim 20 miljoen inwoners is de agglomeratie Bombay de dichtst bevolkte stad van India en de op vijf na dichtst bevolkte stad te wereld. Als voornaamste economische en financiële centrum van het land is Bombay het kruispunt waar alle culturele en religieuze stromingen samenkomen als een echte mozaïek, dynamisch en chaotisch. Het was in deze dichtbevolkte stad dat **Renault Design India in 2007 zijn deuren opende** om te polsen naar de toestand van de automarkt, de trends en de wensen van de Indische klanten. De voornaamste designscholen bevinden zich eveneens in deze streek. Renault Design India werkt samen met de allerbeste scholen, zoals het National Institute of Design (NID) en het Institut Supérieur de Design (ISD), de Indische antenne van de prestigieuze Franse designschool. Renault Design India slaagt er bovendien in de grootste talenten van die scholen aan te trekken dankzij het nieuwe designelan van het merk en de carrièreperspectieven die het internationale designnetwerk van Renault kan bieden. Te midden van die bruisende megalopolis wijden de twaalf designers, waaronder 10 Indiërs, zich voornamelijk wijden aan creatief design, gevoed door het dynamisme van de stad.

In 2013 heeft Renault zijn aanwezigheid versterkt en een tweede designcentrum geopend in Chennai (vroeger Madras), het economische en culturele centrum van Zuid-India, met meer dan 6 miljoen inwoners. Die locatie in het hart van het industriële apparaat van Renault is bijzonder strategisch gekozen dankzij de aanwezigheid van de productievestiging en het ontwikkelings- en aankoopcentrum van het merk. Het jongste designcentrum wijdt zich voornamelijk aan gerichte projecten en aan de waarneembare kwaliteit van de wagens. Het snel groeiende centrum telt al zeven designers.



Bombay© Benoit Chimenes

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

Oog voor de markttrends en de wensen van klanten

Met slechts 20 wagens per 1 000 inwoners (tegenover 50 in China, 300 in Rusland en 600 in Europa) is de Indische automarkt een markt boordevol potentieel, met een opkomende jonge middenklasse die verlangt naar mobiliteit om te ontsnappen aan het gebrekkige openbaar vervoer, om een zekere vrijheid te genieten, om zijn maatschappelijke succes te bevestigen of om met trots en in alle veiligheid een heel gezin te vervoeren in een sterk patriarchale maatschappij. Renault Design India luistert naar die nieuwe en evoluerende wensen om de wagens van het merk te ontwerpen en aan te passen met aandacht voor de **vormen, materialen en kleuren**. Zo werd het exterieur van Duster getooid met chroom en werd het interieur afgewerkt met levendige en heldere kleuren om te beantwoorden aan de verwachtingen van klanten die hun sociale status willen uiten. Het comfort en de airconditioning achterin werden verbeterd in functie van de klimaatomstandigheden en om te beantwoorden aan de behoeften van grote gezinnen of gewoon voor het welzijn van de eigenaar in een land waar ongeveer 20% van de wagens een chauffeur heeft.





Renault Design India in Bombay © Renault Design





Renault Design India in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be

In het hart van het internationale designnetwerk van Renault

Als ontwerper van de interieurs, koetswerken en accessoires voor wagens aangepast aan de Indische markt, draagt Renault Design India ook bij tot de designprojecten van de groep, en vormt het een concurrent voor de andere centra van de groep. Renault Design India maakt immers integraal deel uit van het internationale designnetwerk van Renault, net als de centra in Boekarest (Roemenië), São Paulo (Brazilië) en Kihueng (Zuid-Korea). Het hart van het netwerk blijft echter het Franse Technocentre vlakbij Parijs.

De concept-car is een uitstekend voorbeeld van de samenwerking tussen de verschillende designcentra in de hele wereld want ook Renault Design India was nauw bij het project betrokken. Het interieurdesign is van de hand van een Franse ontwerper van het Technocentre, maar is gebaseerd op een schets van een Indische ontwerper van Renault Design India. Het koetswerkdesign werd door een van oorsprong Russische ontwerper uit het Technocentre ontworpen op basis van originele tekeningen van Renault Design America Latina. De kleuren en materialen werden bepaald door een Indische ontwerper en vervolgens verder ontwikkeld door een Japanse ontwerper in het Technocentre.
"Deze concept-car heeft een duidelijk internationale toets," bevestigt Laurens van den Acker, Directeur Industrieel Design bij Renault.

Renault Design India is zo uitgegroeid tot een volwaardige schakel in het designnetwerk van Renault en zal Renault helpen om India en andere groeilanden overal ter wereld te veroveren.



Bloemenmarkt in Chennai © Roland Mouron

Renault België Luxemburg - Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be & www.media.renault.be