

EL GRUPO RENAULT PRESENTA SU PLAN ESTRATÉGICO « RENAULTION »

Tras la aprobación del Consejo de Administración, Luca de Meo, Director General del Grupo Renault, presenta hoy "Renaultion", un nuevo plan estratégico que pretende **reorientar la estrategia del Grupo Renault de la carrera por el volumen hacia la creación de valor.**

Este plan estratégico está estructurado en **3 fases** lanzadas en paralelo:

- La fase "Resurrección", que se extenderá hasta 2023, se concentrará en recuperar el margen y generar liquidez,
- La fase "Renovación", que continuará hasta 2025, dará lugar a la renovación y el enriquecimiento de las gamas, contribuyendo a la rentabilidad de las marcas,
- La fase "Revolución", que comenzará en 2025, hará bascular el modelo económico del Grupo hacia la tecnología, la energía y la movilidad, convirtiendo al Grupo Renault en pionero en la cadena de valor de las nuevas moviidades.

El plan Renaultion permitirá restablecer la competitividad del Grupo Renault:

- yendo más allá del plan 2022¹, mejorando la eficiencia de la ingeniería y la producción, para reducir los costes fijos y mejorar los costes variables en todo el mundo,
- aprovechando las fortalezas industriales actuales del Grupo y su liderazgo eléctrico en Europa,
- apoyándose en la Alianza para aumentar nuestra fuerza de ataque en términos de productos, actividades y tecnologías,
- acelerando los servicios de movilidad, los dedicados a la energía y los relacionados con los datos,
- mejorando la rentabilidad a través de 4 unidades de negocio diferenciadas, basadas en marcas plenamente responsables, enfocadas a clientes y mercados.

Una **nueva organización implementará este plan**: las funciones, con la ingeniería a la vanguardia, son responsables de la competitividad, los costes y el plazo de comercialización. Las marcas, totalmente responsables gestionan su rentabilidad.

De acuerdo con esta organización impulsada por el valor, la empresa ya no medirá su rendimiento a través de la participación de cuotas de mercados y ventas, sino a través de la rentabilidad, la generación de liquidez y la eficiencia de las inversiones.

El Grupo se fija **nuevos objetivos financieros**:

- En el horizonte 2023, el Grupo tiene como objetivo lograr más del 3% del margen operacional del Grupo, alrededor de 3.000 millones de *free cash flow*² operacional del Automóvil acumulado² (2021-23) y reducir las inversiones y gastos en I + D en alrededor del 8% de la cifra de negocios,
- En el horizonte 2025, el Grupo tiene como objetivo un margen operacional del Grupo de al menos el 5%, alrededor de 6.000 millones de euros de *free cash flow* operacional del Automóvil acumulado² (2021-25), y un aumento en el ROCE³ de al menos 15 puntos en comparación con 2019.

¹ El plan 2022 para reducir los costes fijos en más de 2.000 millones de euros en 3 años se presentó el 29 de mayo de 2020.

² Free cash-flow operacional del sector automovilístico: flujo de tesorería después de intereses e impuestos (excluidos los dividendos recibidos de las empresas cotizadas en bolsa) menos las inversiones tangibles e intangibles netas de cesiones +/- cambio en la necesidad de fondos de maniobra.

³ ROCE = Beneficio operativo del automóvil (incl. AVTOVAZ) * (1 - tipo impositivo promedio) / (PP&E + activos intangibles + activos financieros - inversiones en RCI / Nissan / Daimler + necesidad de fondos de maniobra.)

El plan *Renaulution* garantizará una rentabilidad sostenible para el Grupo respetando su compromiso con la neutralidad de carbono en Europa para 2050.

“El plan Renaulution consiste en orientar a toda la empresa del volumen al valor. Más que un cambio radical, se trata de una profunda transformación de nuestro modelo de negocio. Hemos establecido una base sólida y saludable para nuestro desempeño. Hemos simplificado nuestras operaciones, comenzando con la ingeniería, ajustando nuestro tamaño cuando era necesario, reasignando nuestros recursos a productos y tecnologías de alto potencial. Esta mayor eficiencia impulsará nuestra futura gama de productos: tecnológicos, electrificados y competitivos. Y esto alimentará la fuerza de nuestras marcas, cada una con sus propios territorios claros y diferenciados; responsables de su rentabilidad y la satisfacción de sus clientes. Pasaremos de ser una empresa automovilística que utiliza tecnología a ser una empresa de tecnología que utiliza automóviles, donde al menos el 20% de los ingresos provendrán de servicios de datos y comercio de energía para 2030.

Llegaremos gradualmente, aprovechando las fortalezas de esta gran empresa, las habilidades y el compromiso de sus empleados. Renaulution es un plan estratégico “hecho en casa” que desplegaremos y ejecutaremos de la misma forma: colectivamente”, explica Luca de Meo, Director General del Grupo Renault.

El Plan Renaulution incluye los siguientes elementos principales:

1. **Acelerar la eficiencia de las funciones**, que serán responsables de la competitividad, costes, tiempo de desarrollo y puesta en el mercado

- Fortalecer la eficiencia, velocidad y desempeño de la ingeniería y producción, acelerada por la Alianza:

- Racionalización de las plataformas de 6 a 3 (con el 80% de los volúmenes del Grupo en tres plataformas de la Alianza) y de los grupos motopropulsores (de 8 a 4 familias)
- Todos los modelos que se lanzarán en las plataformas existentes se lanzarán al mercado en menos de 3 años
- Redimensionamiento de la capacidad industrial de 4 millones de unidades en 2019 a 3,1 millones de unidades en 2025 (referencia Harbour)
- Mayor eficiencia con proveedores

- Orientar la presencia internacional del Grupo hacia mercados de alto margen: en particular en Latinoamérica, India y Corea, aprovechando nuestra competitividad en España, Marruecos, Rumanía, Turquía y creando más sinergias con Rusia.

- Establecer una estricta disciplina en términos de costes:

- Reducción de costes fijos: el plan 2022, completado de forma temprana, ampliado hasta 2023 para alcanzar los -2.500 millones de euros, y un objetivo de -3.000 millones de euros para 2025 (incluida la variabilización de costes fijos)
- Costes variables: mejora de 600 € por vehículo⁴ en 2023
- Reducción de inversiones y gastos en I + D de alrededor del 10% de la facturación a menos del 8% en 2025

Todos estos esfuerzos fortalecerán la resiliencia del Grupo y reducirán su punto de equilibrio en un 30% para 2023.

2. **Dotar a las cuatro unidades de negocio de una identidad y posicionamiento fuertes.** Esta nueva organización permitirá crear una cartera de productos reequilibrada y más rentable con 24 lanzamientos en el horizonte 2025, de los cuales la mitad de los cuales serán en los segmentos C / D y al menos 10 vehículos serán eléctricos.

⁴ A iso mix.

Esta nueva organización orientada al valor y esta ofensiva de productos permitirán mejorar los precios y el mix de productos.

Renault, *La nouvelle Vague*

La marca encarnará la modernidad y la innovación dentro y fuera de la industria automovilística, en los servicios energéticos, tecnológicos y de movilidad, por ejemplo.

Como parte de su estrategia, la marca aumentará su mix de segmentos a través de una ofensiva en el segmento C y fortalecerá su posición en Europa, siempre enfocándose a segmentos y canales rentables en mercados clave como Latinoamérica y Rusia.

La marca se va a apoyar sobre sus sólidos fundamentos

- **Líder en electrificación de aquí a 2025, con:**
 - o Un « Electro pôle », potencialmente ubicado en el norte de Francia, con la capacidad de fabricación de vehículos eléctricos más grande del Grupo en el mundo
 - o Una joint-venture sobre el hidrógeno para los vehículos de pila de combustible
 - o El mix de productos más ecológico de Europa
 - o La mitad de los lanzamientos en Europa serán vehículos eléctricos, cuya aportación al margen será más fuerte que la de los vehículos térmicos (en euros)
 - o Enfrentarse a la competencia en el mercado de los híbridos con un mix de un 35%
- **Montador de ecosistemas *high-tech*:** convertirse en un actor en materia de tecnologías clave, desde el big data a la ciberseguridad, a través de la « Software République »
- **Líder en la economía circular,** mediante servicios dedicados a los vehículos eléctricos y a la energía gracias a la Re-Factory de Flins (France)

Dacia-Lada, *Todo. Simplemente*

Dacia, que sigue siendo Dacia pero con un toque de frescura, y Lada, siempre robusta y sólida, continuarán proponiendo productos asequibles, basados sobre tecnologías contrastadas y destinadas a clientes que buscan la “compra inteligente”, subiendo en gama hacia el segmento C.

- **Modelos económicos muy eficaces:**
 - o Design-to-cost
 - o Eficacia: de 4 plataformas a 1 ; de 18 tipos de carrocería a 11, permitiendo alcanzar ,de media, 1,1m unidades por plataforma contra 0,3m de unidades
- **Aparición de una nueva gama de productos competitivos y desembarco en el segmento C :**
 - o 7 modelos lanzados de aquí a 2025, 2 de los cuales en el segmento C
 - o Restablecimiento de modelos emblemáticos
 - o Eficacia CO₂: explotación de los activos tecnológicos del Grupo (GLP para ambas marcas, E-Tech para Dacia)

Alpine

La marca Alpine reunirá los modelos Alpine, Renault Sport Cars y Renault Sport Racing en el seno de una nueva entidad global que se dedicará por entero al desarrollo de vehículos deportivos exclusivos e innovadores.

- **Una marca 100% eléctrica con un plan producto para sostener su expansión gracias a:**
 - o Sacar partido del tamaño y de las capacidades del Grupo Renault y de la Alianza mediante las plataformas CMF-B y CMF-EV, a una estructura industrial mundial, a una organización de Compras eficiente, a una red de distribución internacional y a los servicios financieros de RCI Bank and Services, que garantizan una competitividad óptima en materia de costes.
 - o Posicionar la F1 en el centro del proyecto, a través de un compromiso completamente renovado en el campeonato.
 - o Desarrollar un coche de competición eléctrico de nueva generación junto con Lotus.
- **Con el objetivo de ser rentable en 2025 incluyendo las inversiones en el deporte del automóvil.**

Mobilize, Más allá del automóvil

Esta nueva entidad comercial tiene por objetivo desarrollar nuevas fuentes de beneficio provenientes de los servicios de datos de la movilidad y de la energía, en favor de los usuarios de vehículos, y a generar más del 20% de los ingresos del Grupo de aquí a 2030.

Mobilize permitirá al Grupo Renault posicionarse más rápidamente en el nuevo universo de la movilidad, proponiendo soluciones y servicios a las otras marcas y socios exteriores.

- **Tres misiones:**
 - Alargar el tiempo de uso de un coche (90 % inutilizado)
 - Mejor gestión del valor residual
 - Ambición de neutralidad de carbono
- **Una oferta única, asequible y útil:**
 - 4 vehículos adaptados, dos para compartir, uno para el servicio con conductor y otro para el « último kilómetro »
 - Soluciones de financiación innovadoras (abono, leasing, pay-as-you-go)
 - Plataforma dedicada a los datos, servicios y aplicaciones
 - Nuevos servicios de mantenimiento y renovación (Re-Factory)

Este plan será presentado a los órganos de representación de los trabajadores conforme a la reglamentación en vigor.

La presentación está disponible en el sitio web www.groupe.renault.com. Para más información, acudir al sitio web específico renaulution.com.

ACERCA DEL GRUPO RENAULT

El Grupo Renault está a la vanguardia de una movilidad que se reinventa.

Gracias a su alianza con Nissan y Mitsubishi Motors, y su experiencia única en términos de electrificación, el Grupo Renault se basa en la complementariedad de sus 5 marcas - Renault - Dacia - LADA- Alpine y Mobilize - y ofrece soluciones para movilidad sostenible e innovadora a sus clientes. Establecida en más de 130 países, ahora cuenta con más de 180.000 empleados y vendió 2,9 millones de vehículos en 2020.

Preparado para afrontar retos tanto en carretera como en competición, el Grupo apuesta por una ambiciosa transformación que genere valor. Se centra en el desarrollo de nuevas tecnologías y servicios inéditos, una nueva gama de vehículos aún más competitiva, equilibrada y electrificada. En línea con los desafíos medioambientales, el Grupo Renault tiene como objetivo alcanzar la neutralidad de carbono en Europa en el horizonte 2050.

Para más información de Renault y Dacia, entra en www.prensa.renault.es

Y síguenos en:



Vanessa VÁZQUEZ AMPUDIA (648 64 63 19)