

COMUNICADO DE IMPRENSA

O GRUPO RENAULT APRESENTA O PLANO ESTRATÉGICO « RENAULTION »

Boulogne-Billancourt, 14 janeiro 2021 – Depois da aprovação pelo Conselho de Administração, Luca de Meo, CEO do Grupo Renault, apresenta, hoje, "Renaultion". Um novo plano estratégico que visa **reorientar a estratégia do Grupo Renault da procura dos volumes para a criação de valor**.

Este plano estratégico é estruturado em **3 fases** lançadas em paralelo:

- A fase "Ressurreição", que se estenderá até 2023 e que se concentrará na recuperação da margem e na criação de liquidez,
- A fase "Renovação", que se seguirá até 2025, trará a renovação e o enriquecimento das gamas que contribuem para a rentabilidade das marcas,
- A fase "Revolução", que terá início em 2025, fará transformar o modelo económico do Grupo para a tecnologia, a energia e a mobilidade, fazendo do Grupo Renault um precursor na cadeia de valor das novas mobilidades.

O plano Renaultion permitirá restaurar a competitividade do Grupo Renault em:

- indo para além do plano 2022¹, ao melhorar a eficácia da engenharia e da produção, para reduzir os custos fixos e melhorar os custos variáveis em todo o mundo,
- tirando partido dos ativos industriais atuais do Grupo e da liderança nos veículos elétricos, na Europa,
- apoiando-se na Aliança para incrementar a capacidade no desenvolvimento de produtos, atividades e de tecnologias,
- acelerando os serviços de mobilidade, os serviços relativos à energia e os relativos aos dados,
- melhorando a rentabilidade através de quatro diferentes unidades de negócio, tendo por base as marcas, responsáveis pelas suas atividades, e centradas sobre os clientes e os mercados onde atuam.

Uma **nova organização estará na base deste plano**: as funções, com a engenharia em primeiro plano, serão responsáveis pela competitividade, os custos e os prazos de chegada ao mercado. Cada uma das marcas irá gerir a sua própria rentabilidade.

Em coerência com esta organização centrada sobre o valor, a empresa deixará de medir o seu desempenho através das quotas de mercado ou volume de vendas, mas sim em função da rentabilidade, da geração de liquidez e da eficácia dos investimentos.

O Grupo estabelece **novos objetivos financeiros**:

- Até 2023, o Grupo visa atingir mais de 3% de margem operacional, cerca de 3 mil milhões de euros de *free cash flow*² operacional acumulado² (2021-2023) do ramo Automóvel, e reduzir os investimentos e as despesas de I&D para cerca de 8% do volume de negócios,
- Até 2025, o Grupo visa atingir uma margem operacional de, pelo menos 5%, cerca de 6 mil milhões de euros de *free cash flow* operacional acumulado³ (2021-2025) do ramo Automóvel e um ROCE⁴ com um crescimento de, pelo menos 15 pontos, face a 2019.

¹ O plano 2022 de educação dos custos fixos em mais de 3 mil milhões de euros em 3 anos foi apresentado a 29 de maio de 2020.

² *Free cash-flow* operacional do ramo automóvel: fluxo de tesouraria depois de impostos (excluindo dividendos recebidos de sociedades cotadas em bolsa) deduzido dos investimentos corpóreos e não corpóreos líquidos de cessões +/- variação dos fundos de manei

³ *Free cash-flow* operacional do ramo automóvel: fluxo de tesouraria depois de impostos (excluindo dividendos recebidos de sociedades cotadas em bolsa) deduzido dos investimentos corpóreos e não corpóreos líquidos de cessões +/- variação dos fundos de manei

⁴ ROCE = Auto Operating Profit (incl. AVTOVAZ) * (1 - taxa de imposição média) / (PP&E + ativos não corpóreos + ativos financeiros - investimentos na RCI/Nissan/ Daimler + necessidades de fundo de manei)

O plano Renaulution assegurará uma rentabilidade duradoura para o Grupo, respeitando, ao mesmo tempo, o seu compromisso de neutralidade carbónica, na Europa, até 2050.

«O plano Renaulution consiste em fazer orientar toda a empresa dos volumes para a criação de valor. Mais do que uma recuperação, trata-se de uma transformação profunda do nosso modelo de empresa. Estabelecemos bases sólidas e sãs, racionalizámos as nossas operações, começando na engenharia, ajustámos a dimensão onde era necessário, e reafectámos os recursos para os produtos e as tecnologias com forte potencial. Esta melhoria da eficácia irá alimentar a nossa futura gama de produtos: tecnológicas, eletrificadas e competitivas. E isto irá alimentar a força das nossas marcas, cada uma com o seu território bem claro e diferenciado e responsáveis pela sua rentabilidade e pela satisfação dos seus clientes. Passaremos de uma empresa automóvel que utiliza a tecnologia, a uma empresa tecnológica que utiliza os automóveis, na qual, pelo menos 20% das receitas, até 2030, terão origem nos serviços, dos dados, e do comércio de energia.

Iremos conseguir, com passos seguros, tendo por detrás esta grande empresa, as suas competências e a implicação dos seus colaboradores. O Renaulution é um plano estratégico 'feito dentro de portas', que iremos desmultiplicar e realizar da mesma forma: coletivamente», explica Luca de Meo, CEO do Grupo Renault.

O Plano Renaulution inclui os seguintes principais elementos:

1. Acelerar a eficácia das funções que serão responsáveis pela competitividade, os custos e os prazos de desenvolvimento e de colocação no mercado.

- **Reforçar a eficácia, a rapidez e o desempenho da engenharia e da produção:**
 - o Racionalização das plataformas de 6 para 3 (com 80% dos volumes do Grupo realizados sobre três plataformas da Aliança) e dos grupos motopropulsores (de 8 para 4 famílias)
 - o Todos os modelos que serão lançados, utilizando as plataformas existentes, serão colocados no mercado em menos de 3 anos
 - o Redimensionamento da capacidade industrial de 4 milhões de unidades, em 2019, para 3,1 milhões de unidades em 2025 (referência Harbour)
 - o Aumento da eficácia para com os fornecedores
- **Orientar a presença internacional do Grupo para os mercados com fortes margens:** nomeadamente na América Latina, na Índia e na Coreia, tirando partido na nossa competitividade em Espanha, em Marrocos, na Roménia, na Turquia e criando sinergias na Rússia.
- **Impor uma estrita disciplina em matéria de custos:**
 - o Redução dos custos fixos: o plano 2o22, é estendido até 2023 para atingir uma redução de 2,5 mil milhões de euros, e um objetivo de -3 mil milhões de euros até 2025 (incluindo a variabilização dos custos fixos)
 - o Custos variáveis: 600€ de melhoria por veículo⁵ até 2023
 - o Redução dos investimentos e despesas de I&D de cerca de 10% do volume de negócios, para menos de 8%, em 2025

Todos estes esforços irão reforçar a resiliência do Grupo e reduzirão, em 30%, o seu «ponto morto» até 2023.

2. Dotar as quatro unidades de negócio de uma forte identidade e de um forte posicionamento. Esta nova organização irá permitir criar um portefólio de produtos mais equilibrado e mais rentável, com 24 lançamentos até 2025 – dos quais metade nos segmentos C/D – e pelo menos 10 veículos elétricos.

Esta nova organização, centrada sobre a criação de valor e a ofensiva de produtos, irá permitir melhorar os preços e o mix de produtos.

Renault, a «Nouvelle Vague»

A marca irá incarnar a modernidade e a inovação dentro e, para além da indústria automóvel, nos serviços energéticos, tecnológicos e de mobilidade, por exemplo.

Na sua estratégia, a marca vai alterar o seu mix de segmentos, graças a uma ofensiva sobre o segmento C, e reforçará as suas posições na Europa, ao mesmo tempo, que se concentra nos segmentos e nos canais de venda mais rentáveis em mercados chave como a América Latina e a Rússia.

⁵ A iso mix.

A marca ir-se-á apoiar-se nos seus sólidos ativos:

- **Líder na eletrificação até 2025 com:**
 - o Um «Electro Pôle», potencialmente no Norte de França, com a maior capacidade para a fabricação de veículos elétricos do Grupo, em todo o mundo
 - o Uma joint-venture relacionada com o hidrogénio, para veículos de pilha de combustível
 - o O mix de produtos mais «verde» da Europa
 - o Metade dos lançamentos na Europa corresponderão a veículos elétricos, que têm uma contribuição mais forte para as margens que os modelos térmicos (em euros)
 - o «Challenger» no mercado dos híbridos, com 35% do mix de vendas
- **Criador de ecossistemas high-tech:** para se tornar um ator nas tecnologias chave, do big data à cibersegurança, com a «Software République»
- **Líder na economia circular** com serviços dedicados aos veículos elétricos e à energia, graças à Re-Factory de Flins (França)

Dacia-Lada, Tudo. Simplesmente

A Dacia, que continuará a ser a Dacia, com um toque de frescura, e a Lada, robusta e sólida, continuarão a propor produtos acessíveis, assentes em tecnologias comprovadas, destinados a todos aqueles que procuram uma compra «inteligente», e entrarão no segmento C.

- **Modelos económicos muito eficazes:**
 - o Design-to-cost
 - o Eficácia: de 4 plataformas para 1; de 18 tipos de carroçaria para 11, o que permitirá atingir, em média, 1,1 milhões de unidades, por plataforma, contra os atuais 0,3 milhões
- **A chegada de uma nova gama de produtos competitivos e a entrada no segmento C:**
 - o 7 modelos serão lançados até 2025, dos quais 2 no segmento C
 - o Eficácia no CO2: exploração dos ativos tecnológicos do Grupo (GPL para as duas marcas, E-Tech para a Dacia)

Alpine

A marca Alpine reunirá a Alpine, a Renault Sport Cars e a Renault Sport Racing no seio de uma nova entidade, dedicada ao desenvolvimento de automóveis desportivos exclusivos e inovadores.

- **Uma marca 100% elétrica com um plano produto para suportar a sua expansão:**
 - o tirando partido da dimensão e das capacidades do Grupo Renault e da Aliança, graças às plataformas CMF-B e CMF-EV, a uma implantação industrial mundial, a uma rede de distribuição mundial e aos serviços financeiros da RCI Bank and Services, que garantem uma competitividade otimizada no que diz respeito aos custos.
 - o posicionando a F1 no coração do projeto
 - o desenvolvendo um modelo desportivo elétrico, em conjunto com a Lotus.
- **Tendo como objetivo alcançar a rentabilidade em 2025, incluindo os investimentos na competição automóvel**

Mobilize, Para além do automóvel

Esta nova entidade comercial pretende novas fontes de receita e lucro provenientes dos serviços de dados, da mobilidade e da energia e gerar 20% das receitas do Grupo até 2030.

A Mobilize irá permitir ao Grupo Renault posicionar-se mais rapidamente no novo mundo da mobilidade, propondo novas soluções e serviços a outras marcas e parceiros exteriores.

- **Três missões:**
 - Prolongar o tempo de utilização de cada veículo (90% do tempo parado)
 - Melhor gestão do valor residual
 - Ambicionar a neutralidade carbónica

- **Uma oferta única, acessível e útil:**
 - 4 veículos adaptados: dois para autopartilha, um para serviços com condutor e um para a distribuição «último quilómetro»
 - Soluções de financiamento inovadoras (aluguer, leasing, pay-as-you-go)
 - Plataforma dedicada aos dados, serviços e software
 - Novos serviços de manutenção e de renovação (Re-Factory)

Este plano será apresentado aos órgãos de representação dos trabalhadores, em conformidade com a legislação em vigor.

A apresentação está disponível no site www.groupe.renault.com.