

## RENAULT TALK #1 : “NOUVELLE VAGUE”, A RENAULT REAFIRMA AS SUAS AMBIÇÕES



- Renault Talk, um evento 100% digital e 100% Renault
- Luca de Meo e a equipa Renault partilharam a sua visão da marca e o plano estratégico Renaulution, apontando para:
  - Uma “Nouvelle Vague” para afirmar a Renault como uma marca mais moderna, verde, tecnológica e sustentável.
  - Um novo logo e uma nova expressão visual
  - Uma ofensiva centrada no produto
  - Uma estratégia de negócio orientada para o valor

**Boulogne-Billancourt – Quinta-feira, 6 de maio de 2021.** Esta quinta-feira, Luca de Meo, CEO da Renault e a sua equipa de gestão, partilharam a sua visão da marca: liderar na transição energética, na vanguarda das mais recentes tecnologias e serviços, alcançada de forma mais sustentável e responsável.

### “NOVELLE VAGUE”: UMA MOBILIDADE ELÉTRICA, TECNOLÓGICA E SUSTENTÁVEL

Marca emocional e humana, a Renault entra numa nova era, trazendo uma onda de modernidade à indústria automóvel europeia.

A “Nouvelle Vague” tem como objetivo transformar a Renault numa marca de tecnologia, serviços e energia limpa, oferecendo automóveis cada vez mais conectados e soluções de mobilidade mais sustentáveis. Algo que vai de encontro ao ADN da marca, como uma empresa que evoluiu com o tempo ao longo do século 20, propondo sempre veículos inovadores e marcadamente modernos, em cada etapa da sua evolução. Em 2021, mais do que nunca, a Renault responde às expectativas de uma mobilidade responsável, descarbonizada, segura e evolutiva, em linha com as necessidades dos seus clientes.

Durante o Renault Talk #1, Luca de Meo reafirmou o rumo da marca, no centro do plano estratégico Renaulution do Grupo Renault:

- **Líder da transição energética, a marca Renault será a mais “verde” da Europa** em 2030, com nove em cada 10 automóveis vendidos a serem eletrificados.

· **Na vanguarda da tecnologia e dos serviços, a marca Renault está a moldar o futuro da mobilidade** urbana, graças, fundamentalmente, à **“Software Republic”** (um inovador ecossistema aberto para promover a mobilidade sustentável e inteligente). Mais de 2.000 engenheiros, de cinco empresas líderes nos seus setores, transferirão os seus conhecimentos em segurança cibernética, inteligência artificial, processamento de dados, software ou microeletrónica, de modo a oferecerem às cidades e territórios soluções de mobilidade “chave-na-mão”.

· Com a **Re-Factory**, o primeiro polo europeu de economia circular, a **Renault marca um movimento na direção de um modelo mais sustentável e responsável, renovando e reciclando** até 120.000 veículos por ano (incluindo veículos elétricos). Quase 80% dos materiais estrategicamente reciclados serão reutilizados em novas baterias. **Até 2030, a Renault será, a nível mundial, o construtor automóvel com maior percentagem de materiais recicláveis na produção de novos veículos.**

· **A Renault reposiciona a sua oferta de automóveis “para viver” nos segmentos superiores:** 7 modelos serão lançados nos segmentos C e D até 2025, todos eletrificados. O ARKANA marca o início desta ofensiva. Muito brevemente, chegará o futuro MÉGANE E-TECH Electric, que incorporará, de forma plena, a próxima geração de automóveis conectados e 100% elétricos. Por fim, a tecnologia híbrida E-TECH continuará a evoluir para oferecer a máxima eficiência e prazer de condução, nas próximas gerações de veículos nos segmentos C e D.

## NOVA ERA, NOVO LOGO

Ao longo da sua história, a Renault mudou e evoluiu várias vezes a identidade visual. Mas uma coisa não mudou desde 1925: o losango, imediatamente reconhecível e verdadeiramente emblemático da marca.

Criada em 1992, embora revista em 2015, a versão mais recente do emblema da Renault já estava a perder atualidade. Para responder aos desafios de uma marca internacional moderna, mas também à multiplicidade das suas áreas de expressão, o logotipo recentemente revelado, mais moderno e emocional, pretende tornar a Renault uma marca mais identificável e criadora de valores humanos. Com um design simplificado, sem assinatura da marca ou tipograma, este logo não é fechado, simbolizando a abertura e transparência da marca.

O novo logo, será aplicado gradualmente, nos veículos Renault e também na rede de concessionários, a partir do próximo ano. Em 2024, toda a gama Renault já o terá incorporado.

Gilles Vidal, Diretor de Design da marca, revelou a imagem do logotipo que será incorporado na traseira do futuro Novo Megane E-TECH Electric, comercializado a partir de 2022.

Gilles Vidal também apresentou dois visuais do interior, que anunciam uma experiência a bordo revista e aprimorada, nomeadamente, com:

- sistemas de alta tecnologia *on-board* e ecrãs de grande qualidade
- mais espaço e com mais arrumação, combinando conforto e praticidade
- linhas, volumes e materiais redesenhados, incorporando uma nova era.

**Para saber mais sobre o logotipo da Renault, aceda [AQUI](#)**

## NOVA EXPRESSÃO DA MARCA

Segundo Arnaud Belloni, Diretor Global de Marketing da marca Renault, a “Nouvelle Vague” também se reflete na publicidade da marca. Imbuída de criatividade e modernidade, incorpora algumas das peças mais memoráveis e icônicas da marca: o Renault Fuego, algumas canções clássicas de culto como “Johnny & Mary”, ou ainda a camisola de ciclismo Renault Gitane, dos anos 70, visível na nova publicidade ao Captur E-TECH Hybrid.

A nova identidade da marca já está implementada nas campanhas publicitárias e comunicações da Renault, sendo implantada nos sites da marca no próximo mês.

## A OFENSIVA E-TECH HÍBRIDA DA RENAULT

Com mais de dez anos de experiência e 400 000 unidades vendidas aos dias de hoje, a Renault é líder no mercado europeu de elétricos. Partindo desta experiência acumulada nos automóveis 100% elétricos, a Renault estendeu a sua gama de automóveis eletrificados, com versões híbridas e híbridas plug-in dos seus modelos comercialmente mais importantes em segmentos chave. Com mais de 150 patentes registadas e alavancada na experiência da Renault na Fórmula 1, a tecnologia híbrida E-TECH é inovadora e modular. Tanto na forma de híbrido, como na de híbrido plug-in, esta oferece a melhor eficiência energética e o maior prazer de condução, isto enquanto reduz as emissões de CO<sub>2</sub> e o consumo de combustível.

Em 2020, assistimos à adoção desta revolucionária tecnologia em três dos automóveis mais relevantes, comercialmente, para a Renault, como forma de democratizar a experiência EV e oferecer uma solução que chegue a todos:

- Clio E-TECH Híbrido
- Captur E-TECH Híbrido Plug-in
- Mégane Sport Tourer E-TECH Híbrido Plug-in

Em 2021, com a recente apresentação do Arkana, do Captur E-TECH Híbrido e do Mégane berlina E-TECH Híbrido Plug-in, a marca Renault tem, atualmente, uma gama de seis automóveis E-TECH Híbridos e Híbridos Plug-in.

Gilles Le Borgne, Engenheiro Responsável pelos EV no Grupo Renault, já confirmou que a marca está a preparar-se para o futuro, estendendo o alcance da sua tecnologia híbrida E-TECH para gerações futuras. Segmentos mais altos – em especial o dos SUV do segmento C – assistirão à chegada de um novo motor 1.2, de três cilindros, que será combinado com um motor elétrico, para uma potência combinada de 200 cv no formato Híbrido (HEV) já em 2022 e, em 2024, numa variante Híbrida Plug-in, com tração integral, e uma potência combinada de 280 cv.

**Saiba mais sobre a gama E-TECH [AQUI](#)**

## O NOVO ARKANA: DESPORTIVO, HÍBRIDO E ESPAÇOSO

O design totalmente híbrido do Arkana está a agitar os códigos instituídos pelo mercado e está a talhar um posicionamento único e de destaque como concorrente do segmento C, a nível internacional. O primeiro SUV-Coupé oriundo de um grande construtor generalista, combina o prazer de condução, o conforto e o espaço a bordo.

A personalidade forte e vincada e o estilo diferenciador surgem emparelhados com motorizações totalmente híbridas, tornando o Arkana um caso único e sem igual no segmento:

- Por um lado, os motores TCe 140 e TCe 160, com um sistema micro-híbrido de 12V, são sinónimo de eficiência na utilização de combustível, versatilidade e prazer de condução.

- Por outro, o motor E-TECH Híbrido de 145 cv consegue circular, no modo elétrico, em 80% do tempo em utilização urbana, o que equivale a uma poupança de combustível de 40% em ciclo de cidade, quando comparado com um motor a gasolina convencional.

Recebido entusiasticamente pelos clientes, registando mais de 6 mil encomendas só em maio, o Novo Renault Arkana E-TECH Híbrido, estará disponível a partir de junho.

Saiba mais sobre o Arkana [AQUI](#).

## O NOVO KANGOO: ELEGANTE E ESPAÇOSO

Um verdadeiro ícone desde que foi lançado originalmente em 1997, o Kangoo está de volta. O Novo Kangoo combina elegância, espaço e tecnologia. Com um design robusto, mas, ainda assim, dinâmico, este versátil automóvel oferece a maior habitabilidade possível, com três assentos de tamanho convencional na traseira e mais de 49L de espaços de arrumação. A generosa bagageira oferece, desde 775L, até 3500L de espaço, num piso plano. 14 novos sistemas de assistência à condução, para uma segurança otimizada, passam a estar incluídos no equipamento de série. O Novo Kangoo estará disponível em variantes de cinco e de sete lugares.

A partir de 2022, o Novo Kangoo também estará disponível numa variante E-TECH, totalmente elétrica.

Saiba mais sobre o Kangoo [AQUI](#)

## O VALOR EM PRIMEIRO LUGAR

Fabrice Cambolive, Vice-Presidente de Vendas e Operações da Renault, voltou a frisar as prioridades comerciais da marca:

- **A ofensiva “verde”**, como um meio de aumentar a gama EV e de fortalecer e expandir a investida da tecnologia E-TECH: na Europa, 25% das vendas da Renault são eletrificadas e, em França, 30% dos Clio vendidos já são híbridos;
- **Produtos**: acelerar a renovação das linhas de modelos, tanto na Europa como fora dela, recuperando quotas de mercado no segmento C;
- **Valor primeiro, os volumes seguir-se-ão**: devemos concentrar os esforços na qualidade das vendas e no posicionamento de preços; no caso do Arkana, por exemplo, o valor de negócio por unidade é superior a 30,000€, contra a média de 15,000€ na restante gama.

Orgulhosa das raízes francesas, a marca Renault é, também ela, internacional. Modelo a modelo, mercado a mercado, a Renault reformulou o seu modelo de negócio. O objetivo final passa por: aumentar a rentabilidade dos seus automóveis, enquanto prepara uma nova geração de modelos que irão conquistar novos mercados. Internacionalmente, a Renault tem investido nos seus mercados históricos de elevado potencial, com uma forte presença local – Brasil, Rússia, Turquia e Índia – mas mantendo os níveis de risco sempre sob controlo.

Na Europa, a Renault continua a confiar nos seus mercados chave apostando numa gama mais visível e com um percurso bem delineado: alavancar a tecnologia E-TECH para fomentar a liderança na E-mobilidade e intensificar os esforços para aumentar as quotas de mercado, tanto no segmento C, como nos veículos comerciais.

Navegando na crista da “Nova Vaga” (Nouvelle Vague), a Renault está a ter um desempenho melhor e mais rápido. A marca Renault está a avançar.