

SPOROČILO ZA MEDIJE

14. januar 2021

STRATEŠKI NAČRT SKUPINE RENAULT »RENAULTION«

Boulogne-Billancourt, 14. januar 2021 – Po predhodni odobritvi nadzornega sveta je Luca de Meo, glavni izvršni direktor Skupine Renault, danes predstavil novi strateški načrt »Renaultion«, čigar glavni namen je **preusmeritev strategije Skupine Renault od količine k vrednosti**.

Ta strateški načrt je razdeljen v vzporedno uvedene **3 faze**.

- Faza »*Resurrection*«, ki bo trajala do leta 2023, bo osredotočena na povečanje marže in likvidnosti.
- Faza »*Renovation*«, ki bo trajala do leta 2025, bo prinesla prenovu in obogatitev ponudbe ter tako prispevala k donosnosti znamk.
- Faza »*Revolution*«, ki bo nastopila z letom 2025, bo spremenila gospodarski model Skupine v smeri tehnologije, energije in mobilnosti, s tem pa Skupino Renault naredila za vodilno v vrednostni verigi nove mobilnosti.

Načrt »Renaultion« bo omogočil obnovo konkurenčnosti Skupine Renault zahvaljujoč:

- preseganju načrta 2022¹ z izboljšanjem učinkovitosti inženiringa in proizvodnje ter posledičnim zmanjšanjem fiksnih stroškov in izboljšanjem variabilnih stroškov po vsem svetu,
- izkoriščanju sedanjih industrijskih prednosti Skupine in njenega vodilnega mesta z električnimi vozili v Evropi,
- naslanjanju na Zvezo v prid povečanju obsega in dosega izdelkov, dejavnosti in tehnologij,
- pospeševanju razvoja storitev mobilnosti, storitev vezanih na energijo in tistih v zvezi s podatki,
- izboljšanju donosnosti skozi 4 različne poslovne enote, ki temeljijo na opolnomočenju znamk, ki so osredotočene na kupce in trge.

Nova organiziranost bo poskrbela za uvedbo tega načrta: funkcije, z inženiringom v prvi vrsti, so odgovorne za konkurenčnost, stroške in roke uvedb na trg. Znamke so v celoti opolnomočene in same skrbijo za svojo donosnost.

Skladno s to organiziranostjo, ki je osredotočena na vrednost, podjetje svojega poslovanja ne bo več merilo s tržnimi deleži in prodajnimi količinami, ampak z donosnostjo, ustvarjanjem likvidnosti in učinkovitostjo naložb.

Skupina si je postavila **nove finančne cilje**.

- Do leta 2023 naj bi Skupina dosegla več kot 3-odstotno maržo iz celotnega poslovanja, približno 3 milijarde evrov skupnega prostega denarnega toka (*free cash flow*)² iz poslovanja avtomobilske panoge v obdobju od leta 2021 do leta 2023, ter zmanjšanje naložb in stroškov za raziskave in razvoj (R&D) na približno 8 odstotkov prihodkov,
- Do leta 2025 naj bi Skupina dosegla najmanj 5-odstotno maržo iz poslovanja, približno 6 milijard evrov skupnega prostega denarnega toka² v obdobju od leta 2021 do leta 2025, ter izboljšanje dobička iz poslovanja avtomobilske panoge ROCE³ za najmanj 15 odstotnih točk v primerjavi z letom 2019.

Uresničenje načrta »Renaultion« bo Skupini zagotovilo trajnostno donosnost, obenem pa ohranjalo korak z uresničevanjem njene zaveze k dosegu ogljične nevtralnosti v Evropi do leta 2050.

¹ Načrt 2022 za znižanje fiksnih stroškov za več kot 2 milijardi evrov v treh letih je bil predstavljen 29. maja 2020.

² Prosti denarni tok iz poslovanja avtomobilske panoge: denarni tokovi po odštetih obrestih in davkih (razen dividend od družb, ki kotirajo na borzi) z odštetimi materialnimi in nematerialnimi naložbami neto brez cesij +/- spremembe zahtevanih obratnih finančnih sredstev.

³ ROCE = dobiček iz poslovanja avtomobilske panoge (Auto Operating Profit, vključujoč AVTOVAZ) * (1 - povprečna davčna stopnja) / (PP&E + nematerialno premoženje + finančno premoženje - naložbe v RCI/Nissan/Daimler + potrebe po obratnem kapitalu WCR)

Luca de Meo, glavni izvršni direktor Skupine Renault je dejal: »Bistvo načrta Renaulution je, da celotno podjetje obrne od prodajnih količin k vrednosti. Bolj kot za preusmeritev gre za globoko preobrazbo našega poslovnega modela. Postavili smo trdne in zdrave temelje za naše poslovanje. Racionalizirali smo naše operacije od inženiringa naprej, prilagodili naš obseg, kjer je bilo to potrebno, ter preusmerili vire k izdelkom in tehnologijam z velikim potencialom. Tako povečana učinkovitost bo gnala naše prihodnje modele: tehnološko bogate, elektrificirane in konkurenčne. To pa bo hranilo moč naših blagovnih znamk, vsake na lastnem, jasno določenem in specifičnem področju; te znamke bodo odgovorne za svojo donosnost in za zadovoljstvo svojih kupcev. Spremenili se bomo iz avtomobilskega podjetja, ki uporablja tehnologijo, v tehnološko podjetje, ki uporablja vozila, pri tem pa bo do leta 2030 najmanj 20 odstotkov naših prihodkov ustvarjenih s podatkovnimi storitvami in komercialno dejavnostjo na področju energije.

Te cilje bomo dosegli postopoma, pri tem pa uporabili prednosti tega odličnega podjetja, znanje in zavzetost njegovih zaposlenih. »Renaulution« je v hiši pripravljen strateški načrt, ki ga bomo uvedli in udeležili na enak način: skupaj.«

Načrt »Renaulution« vključuje pglavitne elemente, ki so opisani v nadaljevanju.

1. Pospešitev učinkovitosti funkcij, ki bodo odgovorne za konkurenčnost, stroške, roke razvoja in uvedbe na trg.

- **Povečanje učinkovitosti, hitrosti in zmogljivosti inženiringa in proizvodnje, pospešeno tudi s pomočjo Zveze:**
 - racionalizacija konstrukcijskih osnov s šestih na tri (z 80 odstotki prodajnih količin Skupine na treh konstrukcijskih osnovah Zveze) in pogonskih sklopov (z osmih na štiri družine),
 - vsi modeli, ki bodo nastali na obstoječih konstrukcijskih osnovah, bodo na trg uvedeni v manj kot 3 letih,
 - nova umeritev industrijskih zmogljivosti s štirih milijonov enot v letu 2019 na 3,1 milijona enot v letu 2025 (standard Harbour),
 - povečanje učinkovitosti z dobavitelji.
- **Usmerjanje mednarodne navzočnosti Skupine k trgom z znatnimi maržami:** zlasti v Latinski Ameriki, Indiji in Južni Koreji z izkoriščanjem konkurenčnosti Skupine v Španiji, Maroku, Romuniji, Turčiji in več izkoriščanja sinergij z Rusijo.
- **Stroga disciplina pri stroških**
 - Zmanjšanje fiksnih stroškov: načrt 2022 bo izpolnjen predčasno in razširjen, da bo do leta 2023 dosegel prihranek 2,5 milijarde evrov, nov cilj pa je prihranek 3 milijarde evrov do leta 2025 (vključujoč uvedbo spremenljivosti fiksnih stroškov).
 - Variabilni stroški: izboljšanje za 600 evrov na vozilo⁴ do leta 2023.
 - Zmanjšanje naložb ter stroškov raziskav in razvoja s približno 10 odstotkov prihodkov na manj kot 8 odstotkov do leta 2025.

Vsa ta prizadevanja bodo okrepila odpornost Skupine in prag donosnosti znižala za 30 odstotkov do leta 2023.

2. Štiri poslovne enote z močno istovetnostjo in tržno umestitvijo. Ta nov model bo omogočil tvorjenje bolj uravnotežene in bolj donosne palete izdelkov s 24 predstavitvami do leta 2025 – od tega jih bo pol v segmentih C in D – in najmanj 10 povsem električnih vozil.

Ta nova organiziranost, osredotočena na vrednost, in ta ofenziva izdelkov bosta omogočili izboljšanje cen in mešanice izdelkov.

Renault, »La nouvelle Vague«

Znamka bo utelešala modernost in inovativnost v okviru in onstran avtomobilske industrije, na primer pri storitvah na področjih energije, tehnologije in mobilnosti.

V okviru te strategije bo znamka dvignila svojo prodajno mešanico z ofenzivo v segmentu C in okrepila svoj položaj v Evropi, hkrati pa se osredotočila na donosne segmente in prodajne kanale na ključnih trgih, kot sta Latinska Amerika in Rusija.

Znamka se bo naslonila na izrazite prednosti.

⁴ Ob enaki mešanici izdelkov.

- **Vodilna v elektrifikaciji do leta 2025 z:**
 - »*Electro pole*«, verjetno na severu Francije, ki bo pomenil največjo proizvodno zmogljivost Skupine za izdelavo električnih vozil na svetu,
 - mešanim podjetjem (*joint-venture*) na področju vodika za vozila na gorivno celico,
 - najbolj »zeleno« ponudbo modelov v Evropi,
 - polovica predstavljenih novih modelov v Evropi bo povsem električno gnanih, ki bodo prispevala več k marži iz poslovanja kot vozila z motorji z notranjim zgorevanjem (v evrih),
 - izzivalec na trgu hibridnih pogonov, ki bodo imeli v ponudbi 35-odstoten delež.
- **Zbirnik visoko tehnoloških ekosistemov:** postala naj bi pomemben akter na področju ključnih tehnologij, od množičnih podatkov, do kibernetike varnosti – s »*Software République*«.
- **Vodilna v krožnem gospodarstvu** s storitvami namenjenimi električnim vozilom in energiji zahvaljujoč obratu »*Re-Factory*« v Flinsu v Franciji.

Dacia-Lada, »*Tout. Simplement*« (Vse. Preprosto.)

Dacia, ki ostaja Dacia s kancem svežine, in Lada, še naprej trdna in čvrsta, bosta tudi v prihodnje ponujali dosegljiva vozila, zasnovana na preverjeni tehniki in namenjena kupcem, ki iščejo dobro kupčijo, ob tem pa bosta posegli tudi v segment C.

- **Gospodarni in zelo učinkoviti modeli:**
 - zasnovani po načelu »*design to cost*«,
 - z izboljšano učinkovitostjo – od štirih konstrukcijskih osnov na eno samo, od 18 tipov karoserije na 11, kar bo prineslo povečanje povprečne proizvodnje 1,1 milijona enot na eni konstrukcijski osnovi s sedanjih 0,3 milijona enot na osnovo.
- **Prenovljena ponudba konkurenčnih izdelkov in vstop v segment C:**
 - 7 modelov uvedenih do leta 2025, od tega dva v segmentu C,
 - oživitve ikoničnih modelov,
 - učinkovitost pri izpustih CO₂ – izkoriščanje tehnoloških rešitev Skupine (avtoplin za obe znamki, E-Tech za Dacio).

Alpine

Znamka Alpine bo združila avtomobile Alpine, Renault Sport Cars in Renault Sport Racing v novo samostojno poslovno enoto, ki se bo posvečala razvoju ekskluzivnih in inovativnih športnih avtomobilov.

- **Povsem električna znamka z načrtom izdelkov, ki bodo podprli razmah znamke.**
 - Naslanjajoč se na obseg in zmoglosti Skupine Renault in Zveze z izrabo konstrukcijskih osnov CMF-B in CMF-EV, svetovne industrijske mreže, učinkovite nabavne službe, globalne distribucijske mreže in finančnih storitev RCI Bank and Services, kar bo skupaj zagotovilo optimalne pogoje za stroškovno konkurenčnost.
 - Umestitev formule 1 v jedro projekta s prenovljeno zavezanostjo svetovnemu prvenstvu.
 - Razvoj električen športni avtomobil naslednje generacije v sodelovanju z Lotusom.
- **S ciljem doseči donosnost do leta 2025, v kar so vključene naložbe v avtomobilski šport.**

Mobilize, *Onstran avtomobila*

Ta nova poslovna enota ima za cilj razvoj novih virov donosnosti iz podatkovnih storitev ter storitev na področju mobilnosti in energije v prid uporabnikom vozil, do leta 2030 pa naj bi ustvarila več kot 20 odstotkov prihodkov Skupine.

Mobilize bo Skupini Renault omogočil hitrejši prehod v novi svet mobilnosti s ponujanjem rešitev in storitev mobilnosti tudi drugim znamkam in zunanjim partnerjem.

- **Tri poslanstva:**
 - povečanje deleža rabe vozil, ki so zdaj izven rabe 90 odstotkov časa,
 - boljše upravljanje ohranjanja vrednosti vozil,
 - ambicija je ogljična nevtralnost.

- **Edinstvena, dosegljiva in uporabna ponudba:**

- 4 namensko zasnovana vozila, dve za souporabo, eno za prevoze z voznikom in eno za dostavo do vrat, oziroma »na zadnjem kilometru«,
- inovativne rešitve financiranja (naročnina, zakup, plačilo glede na rabo),
- namenska platforma za podatke, storitve in programje,
- nove storitve vzdrževanja in obnavljanja (Re-Factory).

Ta načrt bo predstavljen predstavnikom zaposlenih skladno z veljavnimi predpisi.

Predstavitvev je na voljo na spletni strani www.groupe.renault.com. Za več o načrtu obiščite posebno spletno stran www.renaultion.com.

O Skupini Renault

Skupina Renault je na prvi črti mobilnosti, ki doživlja popolno preobrazbi.

Okrepljena s svojo zvezo z Nissanom in Mitsubishi Motors ter zahvaljujoč svojemu edinstvenemu strokovnemu znanju s področja elektrifikacije vozil ima Skupina Renault pet med seboj dopolnjujočih se znamk – Renault, Dacia, LADA, Alpine in Mobilize – in svojim strankam ponuja trajnostne in inovativne rešitve mobilnosti. Navzoča je v več kot 130 državah, trenutno zaposluje več kot 180.000 ljudi in je v letu 2020 prodala 2,9 milijona vozil.

Skupina Renault je pripravljena sprejemati izzive na cestah in v tekmovanjih. Zavezana je ambiciozni preobrazbi, ki bo ustvarjala vrednost. Ta je osredinjena na razvoj novih tehnologij in storitev, ter na novo paleto še bolj konkurenčnih, uravnoteženih in elektrificiranih vozil. Skladno z okoljskimi izzivi si je Skupina Renault postavila cilj, da v Evropi doseže ogljično nevtralnost do leta 2050.

Dodatna pojasnila:

Renault Nissan Slovenija

Direkcija komunikacij, Rok Istenič

spletne strani: www.renault.si, <https://media.group.renault.com/global/en-gb>