

COMMUNIQUE DE PRESSE

14/01/2021

LA NOUVELLE VAGUE DE RENAULT

- La marque Renault entre dans une nouvelle ère en lançant sa propre « Nouvelle Vague ». Elle apporte un souffle de modernité à l'automobile européenne en devenant une marque de technologie, de service et d'énergie.
- D'ici 2025, Renault lancera 14 nouveaux modèles dans sa gamme. Sept seront 100 % électriques, sept seront positionnés sur les segments C et D. Tous les nouveaux modèles de la marque seront proposés en version électrique ou hybride.
- Renault dévoile Renault 5 Prototype, l'incarnation de la Renaultion en matière de produit.



Boulogne-Billancourt – 14 janvier 2021. Lors de la présentation du plan stratégique Renaultion du Groupe Renault, Renault a levé le voile sur sa stratégie pour les cinq prochaines années et au-delà. Avec Renaultion et sa « Nouvelle Vague », la marque Renault surfe sur l'évolution du marché pour faire entrer l'industrie automobile dans la modernité, en devenant une marque de technologie, de services et d'énergie propre. Renault conservera son statut de leader dans

la transition énergétique grâce à ses solutions électrifiées et à hydrogène, offrant ainsi le panel de produits le plus « vert » d'Europe d'ici 2025. Côté technologie, Renault pourra compter sur la « Software République », un écosystème ouvert dédié aux logiciels, aux données, à la cybersécurité et à la microélectronique. Cette entité fournira des services connectés à la gamme Renault. La création de valeur viendra de l'amélioration de la répartition du mix produit au profit du segment C, le développement de technologies de pointe et de nouvelles perspectives commerciales sur le cycle de vie des véhicules.

De solides arguments

L'innovation, au cœur de la marque Renault depuis 120 ans. La marque dispose de solides atouts pour justifier son ambition d'être la « Nouvelle Vague ». Renault est leader sur le marché européen de l'électrique avec plus de 10 ans d'expérience en matière de mobilité et de services électriques et plus de 300 000 véhicules vendus. Renault possède également E-TECH, une technologie hybride qui repose sur plus de 150 brevets et s'appuie sur l'expérience de la marque en électrique et en F1. Le Software Lab regroupe plus de 1 000 ingénieurs spécialisés dans les logiciels, les données et les services cloud, et qui seront bientôt rejoints par de nombreux autres. Un site industriel unique, la Re-Factory de Flins, première usine d'Europe spécialisée dans l'économie circulaire pour la mobilité, incarne également la modernité de Renault. Mais tout cela n'est que le début...

« Chez Renault, nous accueillons favorablement toutes les évolutions du secteur pour créer notre propre « Nouvelle Vague ». Il s'agit de faire entrer l'industrie automobile dans la modernité. Nous allons devenir une marque énergétique en renforçant notre position de leader dans les véhicules électriques avec le projet Electro Pole et en investissant dans l'hydrogène, afin de proposer le mix le plus vert d'Europe d'ici 2025. Nous deviendrons également une marque technologique grâce à notre innovation interne et à la « Software République », un écosystème ouvert dédié au développement d'un savoir-faire européen dans des domaines-clés tels que les données ou la cybersécurité. Ceci nous procurera un avantage concurrentiel en tant que marque de service, avec des services connectés high-tech, dans la voiture comme en dehors. Et nous ancrons cette vision de la modernité en France. Parce qu'en tant que marque, c'est dans nos racines que se trouve notre âme et que nous puisons notre force. La nouvelle R5 incarne la « Nouvelle Vague » : elle est étroitement liée à son histoire tout en symbolisant l'avenir, en rendant les véhicules électriques populaires et accessibles à tous. »

Luca de Meo, CEO du Groupe Renault

Trois domaines de compétitivité

Renault va évoluer pour devenir :

- une **marque technologique**, avec une approche écosystémique pour faire émerger la prochaine génération d'équipementiers et fournisseurs de mobilité. Cet écosystème appelé « Software République » permettra à Renault, à d'autres membres fondateurs et à de futurs partenaires de développer des compétences communes, renforcer le savoir-faire européen et défendre notre souveraineté dans les technologies clés, du Big Data à l'électronique. Il permettra également à Renault d'équiper ses véhicules des meilleurs systèmes d'intelligence artificielle et de cybersécurité.

- une **marque de service**, offrant la meilleure connectivité et les meilleurs services high tech intégrés en natif dans ses véhicules. En 2022, Renault dévoilera My Link, un nouveau système d'infodivertissement basé sur la technologie Google Built-in. Renault sera le premier constructeur automobile à proposer des services Google sur des véhicules grand public.

En devenant plus intelligents jour après jour, nos véhicules gagneront en valeur au fil du temps. Ils vivront également plus longtemps. Renault s'efforcera de briser le cycle consumériste et de générer de la valeur jusqu'à la fin de vie des véhicules, grâce à sa Re-Factory de Flins (France). L'usine remettra en état plus de 100 000 voitures d'occasion par an et convertira des utilitaires Diesel en véhicules 100 % électriques ou biogaz. Renault possède également un avantage évident dans le reconditionnement et le recyclage des batteries. Contrôler ces éléments de la chaîne de valeur fournit le potentiel de générer de nouvelles perspectives commerciales et de la valeur.

- une **marque d'énergie propre**, en devenant leader de la transition énergétique. Tout en défiant les leaders de l'hybride grâce à sa technologie révolutionnaire E-TECH, Renault maintiendra son leadership sur le marché de l'électrique grâce à de nouvelles familles de produits basés sur ses deux plateformes électriques CMF-EV et CMF-B EV. La marque proposera également des solutions à hydrogène prêtes à être commercialisées sur le marché des utilitaires. L'objectif est de proposer le mix produit le plus vert sur le marché européen.

Dans sa gamme, Renault cherchera à la fois à électrifier et à optimiser son mix produit. Un repositionnement permettra à la marque de retrouver une place de choix dans le segment C tout en renforçant sa position de leader dans le segment B. 14 nouveaux modèles seront lancés d'ici 2025 (sept électriques et sept dans les segments C et D) avec l'ambition que ces segments supérieurs représentent 45 % des ventes d'ici la même année.

Renault 5 Prototype : la renaissance d'un modèle culte, plus moderne que jamais

L'âme d'une marque vient de ses racines. Sans sombrer dans le passé, elle doit y rester attachée et s'en inspirer pour retrouver l'esprit des temps glorieux. C'est le rôle de Renault 5 Prototype : montrer que Renault va démocratiser la voiture électrique en Europe avec une approche moderne de la voiture populaire et essentielle. Renault 5 Prototype est une citadine compacte pleine de charme qui propulse vers l'avenir l'une des icônes intemporelles de Renault, avec une touche de modernité 100 % électrique. Elle a gardé son côté fun et espiègle, avec une carrosserie jaune très « pop ». L'équipe design de Gilles Vidal s'est inspirée d'un modèle emblématique du patrimoine Renault, connu et reconnu à travers le monde, la R5. Renault 5 Prototype reprend les grandes lignes de son design originel. L'approche moderne est également visible dans les finitions et les matériaux choisis qui s'inspirent de l'univers de l'électronique, du mobilier et du sport.

« Le design de Renault 5 Prototype s'inspire d'un modèle culte de notre patrimoine. Ce modèle incarne simplement la modernité, un véhicule ancré dans son temps : urbain, électrique, charmant. »

Gilles Vidal, directeur du design Renault

La R5 est immédiatement reconnaissable, mais grâce à un traitement moderne des lignes et des surfaces avec des détails futuristes (lumières, face avant, etc.), le résultat offre un design résolument contemporain. Les éléments de style inspirés de la R5 originelle et modernisés cachent des fonctions modernes : la prise d'air du capot cache la trappe de recharge, les feux arrière intègrent des déflecteurs aérodynamiques, et les phares antibrouillard dans le pare-chocs sont devenus des feux de jour à LED. Des clins d'œil au « 5 » originel se retrouvent au niveau de la grille latérale, des roues et du logo arrière. L'avant et le toit en tissu s'inspirent de l'univers du mobilier pour donner une touche de charme « à la française » au véhicule, un soupçon de malice et de caractère qui joue sur la nostalgie. Les logos avant et arrière s'allument pour donner vie à la voiture. Enfin, le drapeau français sur les rétroviseurs extérieurs souligne la « French touch » du véhicule, quand les lampes d'appui-tête et les informations affichées sur le petit écran transparent du tableau de bord vous invitent à embarquer et à voyager.

A propos de Renault

Marque historique de la mobilité, leader de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique « Renaultion », la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité - dans l'industrie automobile et au-delà.

Contacts Presse

Vincent Frappeau

vincent.frappeau@renault.com

+33 6 35 41 24 55

Amélie Le Gall

amelie.le-gall@renault.com

+33 6 01 92 12 26