

TISKOVÁ ZPRÁVA 14/01/2021

SKUPINA RENAULT PŘEDSTAVUJE SVŮJ STRATEGICKÝ PLÁN „RENAULUTION“

Boulogne-Billancourt, dne 14. ledna 2020 **–** Po schválení představenstvem dnes Luca de Meo, generální ředitel skupiny Renault, představuje „Renaulution", nový strategický plán, jehož cílem je **změnit strategii Skupiny Renault a přesměrovat její dosavadní zaměření se na zvyšování objemů výroby na vytváření hodnot.**

Tento strategický plán je rozdělen na **3 fáze**, které budou zahájeny paralelně:

* Fáze „Oživení“, která bude trvat až do roku 2023, se zaměří na zvýšení marže a na vytvoření likvidit,
* Fáze „Obnovy“, která bude trvat až do roku 2025, bude obsahovat obnovu a obohacení sortimentu produktů přispívajících k rentabilitě značek,
* Fáze „Revoluce“, která začne v roce 2025, převrátí ekonomický model skupiny směrem k technologiím, energii a mobilitě a udělá ze skupiny Renault průkopníka v hodnotovém řetězci nových mobilit.

# Plán Renaulution umožní obnovit konkurenceschopnost skupiny Renault tím, že:

* překračuje časový rámec plánu 2o221, zlepší efektivnost inženýrství a výroby s cílem snížit fixní náklady a zlepšit variabilní náklady ve světě,
* využije současné průmyslové výhody skupiny a její prvenství v elektromobilech v Evropě,
* opírá se o Alianci s cílem zvýšit naši údernou sílu v oblasti produktů, aktivit a technologií,
* urychlí služby mobility, služby věnující se energii a služby věnující se datům,
* zlepší rentabilitu prostřednictvím 4 rozdílných podnikatelských jednotek založených na plně odpovědných značkách zaměřených na zákazníky a trhy.

Tento **plán bude realizovat nová organizace**: funkční útvary jsou společně s inženýrstvím odpovědné za konkurenceschopnost, náklady a lhůty pro uvedení na trh. Plně odpovědné značky řídí svou rentabilitu.

Společně s touto organizací zaměřenou na hodnoty již nebude podnik posuzovat svou výkonnost na základě podílů na trhu a prodejů, ale na základě rentability, vytváření likvidit a efektivnosti investic.

Skupina si stanovuje **nové finanční cíle**:

* Do roku 2023 hodlá skupina dosáhnout více než 3 % provozní marže skupiny, přibližně 3 miliard eur *volného* kumulovaného (2021-23) provozního *cash flow2* automobilky a snížení investic a výdajů na výzkum a vývoj na přibližně 8 % obratu,
* Do roku 2025, hodlá skupina dosáhnout provozní marže skupiny nejméně 5 %, přibližně 6 miliard eur *volného* kumulovaného (2021-25) provozního *cash flow*2 automobilky a navýšení ROCE3 o nejméně 15 bodů oproti roku 2019.

Plán Renaulution zajistí trvalou rentabilitu skupiny při dodržení uhlíkové neutrality v Evropě do roku 2050.

*„Plán Renaulution spočívá ve změně zaměření celého podniku od objemů k hodnotám. Nejedná se pouze o oživení, ale o hlubokou transformaci našeho modelu podniku. Položili jsme pevné a zdravé základy pro naši výkonnost. Zracionalizovali jsme naše činnosti, přičemž jsme začali inženýrstvím, upravili jsme naši velikost, když to bylo nutné, přesměrovali jsme naše zdroje na výrobky a technologie s velkým potenciálem. Tato*

1. *Plán 2o22 na snížení fixních nákladů o více než 2 miliardy eur v období 3 let byl představen dne 29. května 2020.*
2. *Volné provozní cash-flow v automobilovém průmyslu: peněžní toky po úrocích a daních (kromě dividend ze společností kótovaných na burze) minus čisté hmotné a nehmotné investice z prodejů +/- změna potřeby provozního kapitálu.*
3. *ROCE= Auto Operating Profit (včetně AVTOVAZ) \* (1- průměrná míra zdanění) / (PP&E + nehmotná aktiva + finanční aktiva – investice do RCI/Nissan/*

*Daimler + potřeba provozního kapitálu*

*zvýšená efektivita bude základem pro náš budoucí sortiment výrobků: technologických, elektrifikovaných a konkurenceschopných. A to bude základ pro sílu našich značek, přičemž každá z nich bude mít svá vlastní, jasná a rozdílná teritoria a všechny značky budou odpovědné za svou rentabilitu a spokojenost svých zákazníků. Přejdeme od automobilky používající technologie k technologickému podniku používajícímu vozidla, kde bude v roce 2030 aspoň 20 % příjmů pocházet ze služeb týkajících se údajů a z obchodu s energií. Dosáhneme toho postupně a budeme přitom vycházet z předností tohoto velkého podniku, z kompetencí a zainteresovanosti našich pracovníků. Renaulution je strategický plán ‘vytvořený doma’, který se bude rozvíjet a realizovat stejným způsobem: společně“,* vysvětluje **Luca de Meo, generální ředitel skupiny Renault.**

Plán Renaulution obsahuje tyto nejdůležitější části:

1. **Zvýšit efektivnost funkčních útvarů**, které budou odpovědné za konkurenceschopnost, náklady, lhůty pro vývoj a uvedení na trh.

# Zvýšit efektivnost, rychlost a výkonnost inženýrství a výroby, zlepšené Aliancí:

* + - Racionalizace platforem z 6 na 3 (s 80 % objemů skupina na platformách Aliance) a pohonných jednotek (z 8 na 4 typy)
    - Všechny modely, které budou na stávajících platformách, budou uvedeny na trh maximálně do 3 let
    - Předimenzování výrobní kapacity ze 4 milionů kusů v roce 2019 na 3,1 milionu kusů v roce 2025 (Harbour reference)
    - Větší efektivnost ve vztazích s dodavateli
  + **Zaměřit mezinárodní přítomnost skupiny na trhy s velkou marží**: zejména v Latinské Americe, v Indii a v Koreji, při využití naší konkurenceschopnosti ve Španělsku, Maroku, Rumunsku a Turecku a vytvoření větší součinnosti s Ruskem.

# Prosadit přísnou disciplínu v oblasti nákladů:

* + - Snížení fixních nákladů: plán 2o22, dokončení před fází, která sahá až do roku 2023, s cílem dostat se na -2,5 miliard eur a cíl -3 miliardy eur v roce 2025 (včetně změny fixních nákladů)
    - Variabilní náklady: zlepšení o 600 € na vozidlo4 do roku 2023
    - Snížení investic a výdajů na výzkum a vývoj z přibližně 10% obratu na méně než 8 % v roce 2025

Všechno toto úsilí zvýší pružnost skupiny a sníží její mrtvý bod o 30 % do roku 2023.

1. **Poskytnout čtyřem podnikatelským jednotkám silnou identitu a postavení.** Tato nová organizace umožní vytvořit znovu rovnovážné a rentabilnější portfolio výrobků s uvedením 24 nových produktů na trh do roku 2025 – z nichž bude polovina v segmentech C/D – a aspoň 10 elektromobilů.

Tato nová organizace zaměřená na hodnoty a tato výrobková ofenzíva umožní zlepšit ceny a výrobkový mix.

**Renault, *Nová vlna***

Značka ztělesňuje modernost a inovaci v rámci a nad rámec automobilového průmyslu, například v energetických a technologických službách a službách zaměřených na mobilitu.

Značka v rámci své strategii změní svůj segmentový mix díky ofenzivě v segmentu C a posílí své postavení v Evropě, přičemž se soustředí na rentabilní segmenty a kanály na klíčových trzích, jako jsou Latinská Amerika a Rusko.

Značka se bude opírat o naše pevné přednosti:

# Jednička v elektrifikaci v roce 2025 a:

* + „Elektro centrum“, potenciálně na severu Francie, největší výrobní kapacita elektromobilů skupiny na světě
  + Vodíkový joint-venture pro vozidla s palivovými články
  + „Nejekologičtější“ výrobkový mix v Evropě

1. *A iso mix.*
   * Polovinu výrobků uváděných na trh v Evropě budou tvořit elektromobily, které mají větší marži než vozidla se spalovacím motorem (v eurech)
   * Pokusit se prosadit na trhu s hybridy s 35 % mixu

* **Centrum high-tech** ekosystémů: stát se aktérem v oblasti klíčových technologií od big data po kybernetickou bezpečnost se „Softwarem République“
* **Jednička v cirkulární ekonomice** se službami zaměřenými na elektromobily a energii díky Re- Factory ve Flins (Francie)

**Dacia-Lada, *Vše. Jednoduše***

Dacia, která zůstává Dacií s dotykem svěžesti, a Lada, stále robustní a pevná, budou i nadále nabízet výrobky za přijatelné ceny založené na vyzkoušených technologiích a určené pro kupující hledající chytrý nákup, a to vše se směřováním do segmentu C.

# Velmi efektivní ekonomické modely:

* + Design-to-cost
  + Efektivnost: ze 4 platforem na 1; z 18 typů karosérií na 11, umožňující dosáhnout v průměru 1,1 m kusů na platformu oproti 0,3 m kusů

# Příchod nového konkurenceschopného sortimentu výrobků a vstup do segmentu C:

* + 7 modelů uvedených na trh do roku 2025, z toho 2 v segmentu C
  + Návrat emblematických modelů
  + Účinnost CO2: využívání technologických aktiv skupiny (GPL pro obě značky, E-Tech pro Dacii)

# Alpine

Značka Alpine spojí vozidla Alpine, Renault Sport Cars a Renault Sport Racing v rámci zcela samostatného nového subjektu, který se bude věnovat vývoji exkluzivních a inovativních sportovních vozidel.

# Značka se 100 % elektrickým pohonem s plánem výrobků pro podporu expanze:

* + bude využívat velikosti a kapacit skupiny Renault a Aliance díky platformám CMF-B a CMF- EV, světového průmyslového věhlasu, organizace Efektivní nákup, celosvětové prodejní sítě a finančních služeb RCI Bank and Services, které zajišťují optimální konkurenceschopnost v oblasti nákladů
  + v centru projektu se bude nacházet F1 prostřednictvím zcela prodloužených závazků v mistrovství
  + bude vyvíjet sportovní elektromobil nové generace s Lotusem.

# - S cílem dosáhnout rentability v roce 2025 při započtení investic do automobilového sportu

**Mobilize, *Nad rámec automobilů***

Cílem tohoto nového obchodního subjektu je vyvíjet nové zdroje zisku pocházející ze služeb zaměřených na údaje, mobilitu a energii určených pro uživatele vozidel a vytvářet více než 20 % příjmů skupiny v roce 2030. Mobilize umožní skupině Renault získat rychleji postavení v novém světě mobility tím, že bude nabízet řešení a služby ostatním značkám a externím partnerům.

# Tři úkoly:

* + Prodloužit dobu užívání vozidel (90 % času se nevyužívají)
  + Lepší management zůstatkové hodnoty
  + Ambice na uhlíkovou neutralitu

# Jedinečná, dostupná a užitečná nabídka:

o 4 uzpůsobená vozidla, dvě pro samostatné sdílení, jedno pro službu s řidičem a jedno pro

„dodání na stanovenou adresu“

* + Inovativní řešení financování (předplatné, leasing, pay-as-you-go)
  + Platforma určená pro údaje, služby a počítačové programy
  + Nové služby v oblasti údržby a obnovy (Re-Factory)

---

Tento plán bude představen orgánům zastupujícím zaměstnance podle platných předpisů.

*Prezentace je dostupná na webu* [*www.groupe.renault.com*](http://www.groupe.renault.com/)*. Více informací naleznete na příslušném webu renaulution.com.*

**O skupině Renault**

---

Skupina Renault je předsunutou hlídkou mobility, která se znovu vytváří.

Skupina Renault, která je silná díky své alianci s Nissanem a Mitsubishi Motors a své jedinečné zkušenosti v oblasti elektrifikace, se opírá o komplementárnost svých 5 značek - Renault – Dacia – LADA- Alpine a Mobilize – a nabízí svým zákazníkům trvale udržitelná a inovativní řešení. Působí ve více než 130 zemích, má více než 180 000 zaměstnanců a v roce 2020 prodala 2,9 milionu vozidel

Skupina, která je připravena čelit výzvám na silnicích i na závodech, vstoupila do ambiciózní transformace vytvářející hodnoty. Tato transformace je zaměřena na vývoj nových technologií a služeb, nového sortimentu ještě více konkurenceschopných, vyvážených a elektrifikovaných vozidel. Skupina Renault je v souladu s požadavky na ochranu životního prostředí a má ambici dosáhnout v roce 2050 uhlíkové neutrality.

**Kontakt**

Jitka Skaličková, Renault Česká republika, a.s., [jitka.skalickova@renault.cz,](mailto:jitka.skalickova@renault.cz) tel.: +420602275168