

TISKOVÁ ZPRÁVA
14/01/2021

SKUPINA RENAULT PŘEDSTAVUJE SVŮJ STRATEGICKÝ PLÁN „RENAULTION“

Boulogne-Billancourt, dne 14. ledna 2020 – Po schválení představenstvem dnes Luca de Meo, generální ředitel skupiny Renault, představuje „Renaultion“, nový strategický plán, jehož cílem je **změnit strategii Skupiny Renault a přeměřovat 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 Renaultion umožní obnovit konkurenceschopnost skupiny Renault tím, že:

- překračuje časový rámec plánu 2o22¹, zlepšit 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,
- zlepšit 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 flow*² 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 Renaultion zajistí trvalou rentabilitu skupiny při dodržení uhlíkové neutrality v Evropě do roku 2050. *„Plán Renaultion 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. Zrationalizovali jsme naše činnosti, přičemž jsme začali inženýrstvím, upravili jsme naši velikost, když to bylo nutné, přeměřovali 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. Renaultion je strategický plán 'vytvořený doma', který se bude rozvíjet a realizovat stejným způsobem: společně“, vysvětluje **Luca de Meo, generální ředitel skupiny Renault.**

Plán Renaultion 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 Alianci:**
 - o Racionalizace platform z 6 na 3 (s 80 % objemů skupina na platformách Aliance) a pohonných jednotek (z 8 na 4 typy)
 - o Všechny modely, které budou na stávajících platformách, budou uvedeny na trh maximálně do 3 let
 - o Předimenzování výrobní kapacity ze 4 milionů kusů v roce 2019 na 3,1 milionu kusů v roce 2025 (Harbour reference)
 - o 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:**
 - o Snížení fixních nákladů: plán 2022, 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)
 - o Variabilní náklady: zlepšení o 600 € na vozidlo⁴ do roku 2023
 - o 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.

- 2. 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 výrobní ofenzíva umožní zlepšit ceny a výrobní 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 strategie 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:**
 - o „Elektro centrum“, potenciálně na severu Francie, největší výrobní kapacita elektromobilů skupiny na světě
 - o Vodíkový joint-venture pro vozidla s palivovými články
 - o „Nejekologičtější“ výrobní mix v Evropě

⁴ 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 platform 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 konkureschopného 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 konkureschopnost 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:**
 - 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. 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 Skalíčková, Renault Česká republika, a.s., jitka.skalickova@renault.cz, tel.: +420602275168