

LA “NOUVELLE VAGUE” DI RENAULT

- La Marca Renault entra in una nuova era lanciando la sua “Nouvelle Vague”. Porta una ventata di modernità nell’industria automotive europea diventando una marca sinonimo di tecnologia, servizi ed energia.
- Entro il 2025, Renault lancerà 14 nuovi modelli nella sua gamma, di cui sette saranno 100% elettrici e sette saranno posizionati nei segmenti C e D. Tutti i nuovi modelli della Marca saranno proposti in versione elettrica o ibrida.
- Renault svela Renault 5 Prototype, la Renaultion fatta prodotto.



Boulogne-Billancourt – 14 gennaio 2021. In occasione della presentazione del piano strategico Renaultion del Gruppo Renault, Renault ha svelato la sua strategia per i prossimi cinque anni e non solo. Con Renaultion e la sua “Nouvelle Vague”, la Marca Renault naviga sulle tendenze del mercato per far entrare l’industria automotive nell’era della modernità, diventando una marca sinonimo di tecnologia, servizi ed energia pulita. Renault manterrà lo status di leader nella transizione energetica, grazie alle sue soluzioni elettrificate e a idrogeno, offrendo così la gamma di prodotti più “verde” d’Europa entro il 2025. Da un punto di vista tecnologico, Renault potrà contare sulla “Software Republic”, un ecosistema aperto dedicato a software, dati, cybersecurity e microelettronica. Questa entità fornirà servizi connessi alla gamma Renault. La creazione di valore deriverà dal miglioramento della ripartizione del mix prodotto a vantaggio del segmento C, dallo sviluppo di tecnologie di punta e dalle nuove prospettive commerciali sul ciclo di vita dei veicoli.

Argomenti solidi

L'innovazione, protagonista della Marca Renault da 120 anni. La Marca vanta forti vantaggi che giustificano l'ambizione di identificarsi con la "Nouvelle Vague". Renault è leader del mercato europeo dei veicoli elettrici con un'esperienza più che decennale nella mobilità e nei servizi elettrici e con oltre 300.000 veicoli venduti. Renault offre anche E-TECH, una tecnologia ibrida che vanta oltre 150 brevetti e può contare sull'esperienza della Marca nei veicoli elettrici e in Formula 1. Il Software Lab riunisce più di 1.000 ingegneri specializzati in software, dati e servizi cloud, a cui, tra breve, se ne aggiungeranno molti altri. Un sito industriale unico, la Re-Factory di Flins, primo stabilimento in Europa specializzato nell'economia circolare per la mobilità, è un altro esempio della modernità di Renault. Ma questo è solo l'inizio ...

«Noi di Renault accogliamo con favore tutte le evoluzioni del settore per creare la nostra "Nouvelle Vague". Si tratta di far entrare l'industria automotive nell'era della modernità. Diventeremo una marca del settore dell'energia consolidando la nostra posizione di leader dei veicoli elettrici con il progetto Electro Pole ed investendo nell'idrogeno, per proporre il mix più verde che ci sia in Europa entro il 2025. Diventeremo anche una marca tecnologica, grazie alle attività di innovazione interna e alla 'Software Republic', un ecosistema aperto dedicato allo sviluppo di un know-how tutto europeo in settori chiave come quelli dei dati e della cybersecurity. Questo ci darà un vantaggio competitivo come marca di servizi, con servizi connessi high-tech, dentro e fuori dalle auto. Inoltre, diamo solide radici a questa visione della modernità in Francia. Perché come Marca, è nelle nostre radici che risiede la nostra anima ed è da lì che attingiamo la nostra forza. La nuova R5 incarna la "Nouvelle Vague": è strettamente legata alla nostra storia, ma simboleggia il futuro, rendendo i veicoli elettrici popolari ed accessibili a tutti. »

Luca de Meo, CEO del Gruppo Renault

Tre settori di competitività

Renault evolverà per diventare:

- una **marca tecnologica**, con un approccio ecosistemico per far emergere la prossima generazione di OEM e fornitori di mobilità. Questo ecosistema, chiamato "Software Republic", consentirà a Renault, ad altri membri fondatori e ai futuri partner, di sviluppare competenze comuni, incrementare il know-how europeo e tutelare la nostra sovranità nelle tecnologie chiave, dal Big Data all'elettronica. Inoltre, permetterà a Renault di equipaggiare i suoi veicoli con i migliori sistemi di intelligenza artificiale e cybersecurity.

- una **marca di servizi**, per offrire la migliore connettività e i migliori servizi high-tech integrati nativamente nei veicoli. Nel 2022, Renault svelerà My Link, un nuovo sistema di infotainment basato sulla tecnologia Google Built-in. Renault sarà il primo costruttore automobilistico a proporre i servizi Google su veicoli destinati al grande pubblico.

Diventando sempre più intelligenti, giorno dopo giorno, i nostri veicoli incrementeranno il loro valore con il passare del tempo. Saranno anche più longevi. Renault si adopererà per rompere il ciclo del consumismo e generare valore fino a fine vita dei veicoli grazie alla Re-Factory di Flins (Francia). Questo stabilimento rimetterà in funzione oltre 100.000 auto usate all'anno e convertirà i veicoli commerciali Diesel in veicoli al 100% elettrici o a biogas. Renault vanta anche un chiaro vantaggio nelle attività di ricondizionamento e riciclo delle batterie. Controllare questi elementi della catena del valore fornisce il potenziale per aprire nuove prospettive commerciali e creare valore.

- una **marca di energia pulita**, diventando leader della transizione energetica. Pur sfidando i leader dei veicoli ibridi grazie alla sua tecnologia rivoluzionaria E-TECH, Renault manterrà la leadership sul mercato dei veicoli elettrici, grazie a nuove famiglie di prodotti basati sulle sue due piattaforme elettriche CMF-EV e CMF-B EV. La Marca proporrà anche soluzioni a idrogeno pronte per essere vendute sul mercato dei veicoli commerciali. L'obiettivo è quello di proporre il mix di prodotti più verde che ci sia sul mercato europeo.

Nella sua gamma, Renault cercherà, al tempo stesso, di elettrificare ed ottimizzare il mix prodotto. Riposizionandosi la Marca potrà ritrovare un posto di primo piano nel segmento C, consolidando nel contempo la sua posizione di leader del segmento B. Entro il 2025, saranno lanciati 14 nuovi modelli (di cui sette elettrici e sette nei segmenti C e D). L'obiettivo è ambizioso: fare in modo che questi segmenti superiori possano rappresentare il 45% delle vendite entro il 2025.

Renault 5 Prototype: la rinascita di un modello cult, più moderno che mai

L'anima di una marca è ancorata alle sue radici. Senza sprofondare nel passato, deve rimanervi attaccata e trarne ispirazione per ritrovare lo spirito dei tempi gloriosi. Questo è il ruolo di Renault 5 Prototype: dimostrare che Renault riuscirà a democratizzare i veicoli elettrici in Europa con un approccio moderno dell'auto popolare ed essenziale. Renault 5 Prototype è un'affascinante city car compatta, che proietta nel futuro una delle icone senza tempo di Renault, con un tocco di modernità al 100% elettrico. Renault 5 Prototype ha mantenuto un'aria divertente e sbarazzina, con una carrozzeria gialla molto "pop". Il team design di Gilles Vidal si è ispirato ad un modello emblematico del patrimonio Renault, conosciuto e riconosciuto in tutto il mondo, la R5. Renault 5 Prototype riprende le grandi linee del design originale. L'approccio moderno traspare anche dalla scelta delle finiture e dei materiali che traggono ispirazione dal mondo dell'elettronica, dell'arredamento e dello sport.

« Il design di Renault 5 Prototype si ispira a un modello cult del nostro patrimonio. Questo modello incarna semplicemente la modernità, un veicolo radicato nel suo tempo: urbano, elettrico, affascinante. »

Gilles Vidal, Direttore del Design Renault

La R5 è immediatamente riconoscibile, ma grazie al trattamento moderno delle linee e delle superfici con dettagli futuristici (fari, frontale, ecc.), il risultato è un design assolutamente contemporaneo. Gli elementi stilistici ispirati alla R5 originale, ma modernizzati, celano funzioni moderne: la presa d'aria del cofano nasconde lo sportellino di ricarica, nei fari posteriori sono integrati i deflettori aerodinamici mentre i fendinebbia presenti nei paraurti sono diventati luci diurne. La griglia laterale, le ruote e il logo posteriore riprendono il "5" originale. La parte anteriore e il tetto in tessuto rimandano al mondo dell'arredamento per conferire un tocco di fascino "tutto francese" al veicolo, un pizzico di malizia e personalità che gioca sulla nostalgia. All'anteriore e al posteriore, i logo si illuminano per dar vita all'auto. Infine, la bandiera francese presente sui retrovisori esterni sottolinea il "French touch" del veicolo, quando le luci dei poggiatesta e le informazioni visualizzate sul piccolo display trasparente del cruscotto invitano a salire a bordo e mettersi in viaggio.

Cenni su Renault

Marca storica della mobilità e leader dei veicoli elettrici in Europa, Renault sviluppa da sempre veicoli innovativi. Con il piano strategico “Renaulution”, la Marca delinea una trasformazione ambiziosa e generatrice di valore. Renault evolve, pertanto, verso una gamma sempre più competitiva, equilibrata ed elettrificata, con l’intenzione di incarnare la modernità e l’innovazione nei servizi tecnologici, energetici e della mobilità – nell’industria automotive e non solo.

Contatto stampa Gruppo Renault Italia:

Paola Rèpaci– Renault/Alpine Product & Corporate Communication Manager

paola.repaci@renault.it Cell: +39 335 1254592

Tel.+39 06 4156965

Siti web: it.media.groupe.renault.com/; www.renault.it

Seguici su Twitter: @renaultitalia