

COMUNICATO STAMPA

2014-02-13

RENAULT DRIVE THE CHANGE

RENAULT REALIZZA IL SUO OBIETTIVO DI FREE CASH FLOW E PUNTA AD ACCELERARE LA SUA CRESCITA REDDITIZIA

- Il Gruppo Renault ha superato il proprio obiettivo 2011-2013 con 2,5 miliardi di free cash flow cumulato.
- Il Gruppo si fissa per la fine del piano "Drive the Change" obiettivi ambiziosi e realistici misurati nel 2017:
 - Una cifra d'affari di 50 miliardi¹ di euro
 - Un margine operativo superiore al 5% della cifra d'affari con un free cash flow positivo ogni anno.

"La strategia definita nella prima fase del nostro piano DRIVE THE CHANGE ha dato i suoi frutti. Con questi risultati, il Gruppo Renault ha tutte le risorse necessarie per implementare una seconda fase ambiziosa e realistica", ha dichiarato Carlos Ghosn, Presidente – Direttore Generale di Renault.

Risultati 2011-2013

Successo dei nuovi veicoli Renault e Dacia

Il rinnovamento della gamma Renault è stato avviato con successo: Nuova Clio è n° 1 in Francia e n° 3 in Europa. Captur è il crossover più venduto in Francia e n° 1 nel suo segmento in Europa. Pioniere della mobilità a zero emissioni, Renault ha mantenuto la sua promessa commercializzando una gamma completa di veicoli elettrici.

Un mix geografico più equilibrato

All'internazionale, il Gruppo ha aumentato la propria penetrazione nei suoi principali mercati. Il peso delle vendite al di fuori dell'Europa è passato dal 38% nel 2010 a oltre il 50% nel 2013. Brasile e Russia sono diventati, rispettivamente, il secondo e il terzo mercato del Gruppo. Il posizionamento unico della gamma M0 porta i suoi frutti come dimostra l'attrattività di Duster, il veicolo più venduto del Gruppo nel 2013.

Azioni 2014-2016

Un rinnovamento sostenuto della sua gamma di prodotti

Il Gruppo Renault accelererà il rinnovo della sua gamma a partire dall'autunno 2014, con Nuova Twingo e Nuovo Trafic, quindi con il successore di Espace, un nuovo veicolo del segmento D, così come i successori di Mégane e Scénic. Questi veicoli saranno basati sulla piattaforma comune dell'Alleanza da 3 milioni di veicoli per i segmenti C e D.

Parallelamente, il Gruppo aumenterà la sua copertura del mercato con una gamma completa di crossover, un veicolo entry-level (A-entry) per l'India e l'America Latina, così come nuovi modelli commerciali per l'internazionale (pick-up).

Espansione internazionale e rinnovata ambizione in Europa

Dopo una prima fase di successo, il Gruppo punta ad una quota di mercato superiore all'8% in Brasile e Russia, e al 5% in India.

La Cina è una priorità per gli anni a venire con la costituzione di una nuova fabbrica a Wuhan, con una capacità di 150.000 veicoli all'anno, e una gamma di prodotti derivati dai crossover dei segmenti C e D.

In Europa, la marca Renault punta a riconquistare il proprio posto di 2^a marca generalista con una gamma rinnovata, connessa, facile da vivere e rispettosa dell'ambiente. Al tempo stesso, la marca Dacia rafforzerà la sua posizione di leader della sua categoria.

Un rafforzamento della sua competitività

Il Gruppo Renault punta sugli effetti di scala e sulla competitività derivanti dalla condivisione di piattaforme e architetture (CMF), che riguarderà oltre l'80% dei futuri lanci, da un lato, e dai moduli standardizzati, in secondo luogo, che costituiranno i due terzi del valore dei veicoli futuri.

Una maggiore localizzazione degli approvvigionamenti e un migliore utilizzo delle capacità industriali completeranno la strategia volta a controllare i costi dei veicoli.

Il Gruppo trarrà al tempo stesso vantaggio dai piani di competitività siglati in Francia e in Spagna, così come dai volumi supplementari apportati dai nostri partner.

In totale, il Gruppo dovrebbe raggiungere il 100% di tasso d'utilizzo delle sue capacità in Europa alla fine del piano (in base alla definizione standard: due squadre / giorno).

Sinergie con l'Alleanza

Il rafforzamento delle sinergie nell'ambito dell'Alleanza contribuirà alla redditività del Gruppo Renault. I progetti di convergenza in materia di acquisti, ingegneria, produzione e logistica, nonché risorse umane, dovrebbero generare almeno 4,3 miliardi di euro di sinergie, alla fine del 2016.

Controllo degli investimenti

Questa strategia, realizzata nell'ambito dell'Alleanza e delle sue partnership, permette di aumentare il numero di progetti a monte, mantenendo un rapporto Ricerca e Sviluppo + CAPEX sotto la soglia del 9% della cifra d'affari.

Due obiettivi al termine dello sviluppo delle azioni del piano:

Il Gruppo Renault punta alla fine del piano¹ a:

- Un obiettivo di crescita con una cifra d'affari di 50 miliardi² di euro integrante la vendita di veicoli, i servizi associati e le vendite ai partner, a perimetro costante.

- Un obiettivo di redditività continuativo con un margine operativo superiore al 5% della cifra d'affari, con free cash flow positivo ogni anno.

¹ Misurato nel 2017, primo anno di pieno effetto del piano. Escluso consolidamento di AVTOVAZ.

² Sulla base delle ipotesi di tasso di cambio del consenso bancario ad inizio 2014.

Per Maggiori Informazioni:

Gabriella Favuzza
Corporate Communication Manager
+39 06 4156486
gabriella.favuzza@renault.it

Siti web: www.media.renault.com - www.group.renault.com