

UNA STRATEGIA INDUSTRIALE, PILASTRO DELLA COMPETITIVITÀ E DELLO SVILUPPO DI RENAULT

- **Per crescere, Renault ha bisogno di siti produttivi competitivi e adatti al mercato nel quale opera.**
- **All'interno del suo nuovo piano strategico, Renault fa sviluppare il proprio sistema industriale in due direzioni:**

- adattando le capacità, continuando a migliorare la performance e concentrando le attività delle proprie fabbriche in Europa Occidentale su produzioni a forte valore aggiunto, tra cui, principalmente, l'alto ed il medio di gamma europeo, i veicoli commerciali, i veicoli ed i motori elettrici, così come le batterie;

- accrescendo le capacità ed allineando la performance delle proprie fabbriche al di fuori dell'Europa Occidentale, affinché Renault possa apportare un forte contributo alla crescita dei mercati emergenti. Produrre localmente è indispensabile per essere competitivi, reattivi e poter vendere ad un buon prezzo i nostri prodotti.

- **Renault annuncia per i suoi siti produttivi francesi:**

- la produzione del motore elettrico nella fabbrica di Cléon a partire dal 2013;

- la produzione di un furgone nella fabbrica di Sandouville nel 2013. La produzione dovrebbe raggiungere le 100.000 unità annue, quando tutte le versioni saranno lanciate.

- la produzione del suo futuro alto di gamma europeo presso la fabbrica di Douai a partire dal 2014.

- **L'Alleanza con Nissan e la cooperazione strategica con Daimler, vettori di produzione supplementari, contribuiscono direttamente all'attività degli stabilimenti industriali in Europa.**

Secondo Carlos Ghosn, Presidente - Direttore Generale di Renault: «La performance e la competitività delle nostre fabbriche sono dei fattori chiave di successo per il nostro prossimo piano strategico. La mobilitazione degli uomini e delle donne che si occupano della fabbricazione dei nostri veicoli e dei nostri organi meccanici è molto importante. Il nostro piano strategico consente di adattare le nostre capacità di produzione industriale alla domanda mondiale, senza chiusura di siti, senza un piano sociale, né licenziamenti collettivi ».

Le fabbricazioni a forte valore aggiunto in Europa Occidentale

Ovunque nel mondo, Renault ambisce ad uno standard industriale che permetta di assicurare una stabilità economica e dunque la vitalità di ciascun sito. Per rendere stabili i suoi siti industriali in Europa, in un contesto di costante calo del mercato (nel 2010, si è venduto circa il 20% in meno di automobili e veicoli commerciali rispetto al 2007), Renault investe in Europa, ed in particolare in Francia, su delle produzioni a forte valore aggiunto. Infine la sua Alleanza con Nissan e le sue partnership generano delle produzioni supplementari nella regione.

La Francia, nel cuore del sistema industriale del veicolo elettrico.

Con la produzione di Renault ZOE a Flins (Francia) e di Renault Kangoo Z.E. a Maubeuge (Francia), nel 2015 l'80% dei

veicoli elettrici venduti nel mondo da Renault sarà prodotto in Francia.

A questa produzione di veicoli si aggiunge quella delle batterie presso la fabbrica di Flins (con in programma una capacità produttiva di 100.000 batterie l'anno) e quella del motore elettrico di terza generazione a Cléon a partire dal 2013.

La produzione locale di un furgone presso la fabbrica di Sandouville (Francia) nel 2013

Grazie ad un buono sviluppo dei veicoli commerciali di Renault in Europa ed alla crescita delle esportazioni, questa nuova produzione in Francia dovrebbe raggiungere i 100.000 furgoni l'anno secondo le nostre previsioni. La produzione dei veicoli commerciali è per la maggior parte francese con questo nuovo furgone a Sandouville, che si aggiunge alle produzioni di Master a Batilly (Francia), Kangoo Express e Kangoo Z.E. a Maubeuge (Francia).

Douai, il medio e l'alto di gamma per l'Europa

I futuri veicoli alto di gamma della marca Renault (che prenderanno il posto di Espace e Laguna) saranno prodotti a partire dal 2014 presso la fabbrica di Douai (Francia) sulla base di una piattaforma comune con Nissan. Questa nuova piattaforma permetterà alle due aziende di accedere a delle economie di scala molto importanti.

Un' eccellenza di fabbricazione meccanica che si esporta

Due nuovi progetti partiranno presso la fabbrica di Cléon (Francia): il nuovo motore 1.6 dci 130 a partire dal 2011 e successivamente il motore elettrico nel 2013.

Ad oggi, l'eccellenza dei nostri motori e dei nostri cambi prodotti in Francia viene esportata presso i nostri partner (Nissan) ed altre marche (Opel, Cherry...).

A testimonianza di ciò, nel 2010:

- 1/4 dei cambi prodotti a Ruitz et Cléon è stato esportato in Cina, tra l'altro per Nissan,
- il 60% dei motori fabbricati a Cléon sono destinati ad altri mercati al di fuori della Francia.

E questa tendenza si rafforzerà in futuro con Daimler.

Europa eccetto Francia

La Spagna costituisce il secondo polo di produzione in Europa con quattro fabbriche il cui futuro è assicurato. Valladolid a partire da quest'anno accoglierà Twizy, il 3° dei veicoli elettrici della marca; la fabbrica di meccanica Valladolid Motores trae vantaggio dalle cooperazioni di Nissan e di Daimler, Siviglia ospita la più grande fabbrica di cambi del gruppo e Palencia produce Mégane.

Infine, la Slovenia (fabbrica di Novo mesto) produce i piccoli veicoli della marca, destinati all'Europa: Twingo, Wind e Clio Storia. Nel 2013, fabbricherà anche il modello a quattro posti della Smart di Daimler.

Delle produzioni locali per contribuire alla crescita dei mercati emergenti.

L'impianto dei siti industriali nei mercati emergenti è essenziale per contribuire alla loro forte crescita e compensare il calo del mercato europeo. In 10 anni, Renault è riuscita a guadagnare delle posizioni su questi mercati e accrescere la sua internazionalizzazione: le sue vendite al di fuori dell'Europa rappresentano attualmente il 37% del totale rispetto al 17% nel 2000. Nel 2011, dovrebbero raggiungere il 43%. Renault continuerà ad investire, in particolare in Brasile, in India ed in Russia.

In Marocco la fabbrica di Tangeri e la prima linea di produzione a 30 veicoli l'ora inizierà l'attività nel 2012.

Nel 2013, Renault lancerà come previsto una seconda linea a 30 veicoli l'ora, linea necessaria, tenuto conto delle nostre previsioni di volumi per la gamma Entry non solo in Europa, ma anche in Africa, in Messico, o nel Medio Oriente.

Peraltro, la produzione nei paesi fortemente competitivi fornisce dei benefici alla Francia. Per esempio, il bilancio economico della produzione di Logan e Sandero in Romania è positiva per la Francia: nel 2010 il valore aggiunto « esportato » dalla Francia – che corrisponde ad una parte importante della Ricerca e Sviluppo, una gran parte degli studi dei fornitori, così come una parte sempre significativa dei componenti provenienti dalla Francia – è superiore al valore aggiunto « importato » in Francia (i veicoli fabbricati a Pitesti e venduti attraverso la rete francese).

Due strumenti importanti al servizio della performance industriale

Il « GTC » di Flins, il know-how delle nostre basi storiche per la performance delle nostre fabbriche ovunque nel mondo.

Il « Global Training Center » (GTC), inaugurato il 25 maggio 2010 a Flins (Francia), è un dispositivo chiave all'interno della volontà permanente di miglioramento della performance qualità-costi-tempi delle fabbriche. Questo rende Flins un perno delle competenze necessarie per la fabbricazione.

La sua missione: organizzare a livello mondiale le formazioni ai lavori inerenti la fabbricazione, per accompagnare le continue evoluzioni del mestiere e i lanci industriali (23 fabbriche del Gruppo sono in fase di avviamento nel periodo 2010-2012).

Il GTC si poggia sull'esperienza ed il know-how degli uomini e delle donne della produzione di Renault: i formatori sono dei collaboratori del gruppo, esperti nel loro lavoro. Il GTC rappresenta un investimento importante: in totale 4 milioni di euro in 4 anni. Dal 2010, il GTC ha realizzato 100.000 ore di formazione per 250 stagisti.

Il Monozukuri: un grande cantiere per guadagnare in competitività

Utilizzato da qualche anno da Nissan, il Monozukuri farà parte del quotidiano delle équipes del Gruppo nel mondo. Il suo obiettivo: ridurre il costo totale dell'automobile, ottimizzando la qualità. Il metodo: lavorare sull'insieme della catena di creazione del valore a partire dall'ideazione della vettura fino alla consegna al cliente finale, passando per il design del dettaglio di ciascun pezzo, la cooperazione con i nostri fornitori, il condizionamento dei componenti, il loro trasporto, il loro approvvigionamento nella catena d'assemblaggio, infine il loro montaggio sul veicolo, ecc...

Investimenti industriali Renault

Tra il 2010 ed il 2013, Renault investirà 5,7 miliardi di euro nei suoi siti industriali, di cui il 40% in Francia.

Mercato automobilistico: due forti tendenze

Un mercato europeo in calo costante, secondo le previsioni di Renault

- Nel 2010, si è venduto circa il 20% in meno dei veicoli rispetto al 2007 (15,3 milioni nel 2010)
- Calo anno dopo anno: - 7,2% nel 2008, - 4,5% nel 2009, - 3,6% nel 2010.
- Nel 2016, il mercato automobilistico europeo non dovrebbe ancora aver recuperato il suo livello del 2007, prima della crisi.

Un mercato fuori dall'Europa che spinge la crescita dell'automobile

- Le vendite in Brasile, in Russia, in India ed in Cina (BRIC), si sono moltiplicate per 4 in 10 anni e costituiscono 1/3 delle vendite di veicoli nel mondo.
- Nel 1990, l'82% delle vendite di veicoli nuovi si vendevano negli Stati Uniti, in Europa ed in Giappone; nel 2007 sono state del 62% e sono ad oggi inferiori al 50%.
- Tra il 2010 ed il 2016, fuori dall'Europa, il mercato dovrebbe progredire di circa il 50%.

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