

COMUNICATO STAMPA

2019-10-09

CS- IL GRUPPO RENAULT CREA RENAULT M.A.I. (MOBILITY AS AN INDUSTRY) PER ACCELERARE LO SVILUPPO DELLE NUOVE MOBILITÀ E AVVIARE PARTNERSHIP STRATEGICHE

Boulogne-Billancourt – Per anticipare ed accompagnare le profonde trasformazioni dei modi di vivere e consumare, il Gruppo Renault è impegnato da quattro anni nello sviluppo di nuovi servizi di mobilità condivisa, con o senza conducente (Renault MOBILITY, Zity a Madrid, Moov'in.Paris, Marcel), anche attraverso acquisizioni e partecipazioni molto mirate in diverse start-up specializzate in questo settore (Karhoo, Yuso, Como, iCabbi, Glide).

Oggi il Gruppo Renault accelera e crea RENAULT M.A.I. (*Mobility As an Industry*), ramo d'azienda appositamente dedicato alle nuove mobilità. Riunire tutte le attività legate alla mobilità del Gruppo in un'unica Società permetterà di creare sinergie, semplificare il processo decisionale, chiarire le offerte esistenti e crearne di nuove.

RENAULT M.A.I. consentirà, inoltre, di coinvolgere altri attori su queste tematiche attraverso partnership strategiche ed ambiziose. RENAULT M.A.I. intende porsi come il partner privilegiato delle città, degli enti regolatori e degli operatori del settore dei trasporti, ma anche delle imprese di altri settori, per favorire la mobilità condivisa al servizio dei consumatori e rispondere alle sfide ambientali.

L'ambizione consiste nell'inventare nuove mobilità, non solo in città ma su tutto il territorio, a vantaggio delle aree periurbane e per permettere alle zone rurali della Francia e di tutto il mondo di uscire dall'isolamento.

Entro il 2050, circa il 70% della popolazione mondiale vivrà in un contesto urbano rispetto al 55% odierno, con un aumento di 2,5 miliardi di persone che abiteranno nelle città. Questa prospettiva dà la misura delle sfide immense che si presentano in materia di qualità di vita, habitat, trasporti e salute nelle città, nonché di accessibilità alle nuove mobilità fuori dal contesto urbano.

Nel campo della mobilità si diffondono nuove modalità di fruizione che mettono in discussione il ruolo e lo status dell'automobile. Il mercato si struttura sempre più in base agli utilizzi dei consumatori, meno attratti dal veicolo di proprietà e alla ricerca ormai di un'offerta multimodale, innovativa, connessa, più ecologica e adatta ad esigenze variegate.

In tale contesto, e mentre il termine mobilità è spesso abusato e tende a perdere il suo significato, scegliere di chiamarsi RENAULT M.A.I. significa voler ancorare la mobilità alla vita e all'economia reali. Questo approccio è in linea con la cultura industriale del Gruppo Renault, che da sempre dimostra di saper innovare e di essere un passo avanti rispetto agli altri. Implica, inoltre, la necessità di sviluppare nuovi business ed investire in segmenti di mercato inesplorati e redditizi.

Thierry Bolloré, Direttore Generale del Gruppo Renault e Presidente di RENAULT M.A.I.:

Dopo una fase di “test and learn”, il Gruppo ha conseguito una tappa fondamentale del suo sviluppo. Abbiamo l’ambizione di essere uno dei primi operatori mondiali delle nuove mobilità condivise, accessibili e sostenibili, fedeli al nostro DNA di innovazione tecnologica e di attenzione al consumatore finale. Arnaud Molinié, Direttore Generale di RENAULT M.A.I., avrà la missione di sviluppare gli asset esistenti, accelerare la conquista di nuovi mercati e contribuire alla loro organizzazione attraverso nuove partnership con tutti gli attori privati e pubblici coinvolti in questa nuova rivoluzione industriale.

Biografia: nato nel 1973, **Arnaud Molinié** si è laureato presso l'ESJ (Scuola Superiore di Giornalismo) e l'HEPS (École des Hautes Études Politiques et Sociales) di Parigi.

Ha avviato la sua carriera in qualità di giornalista alla testata *Nouvelles de Versailles* e poi come ricercatore al S.I.G (Service d'Information du Gouvernement) prima di entrare a far parte della Direzione Generale di Lyonnaise des Eaux.

Nel 1998, è diventato Direttore della Comunicazione di Genopole (programma di genetica del governo francese) che ha lasciato nel 2000 per entrare a far parte del gruppo Lagardère, dove per 11 anni ha occupato nell'ordine la posizione di Direttore della Comunicazione, Direttore della Strategia e dello Sviluppo, Direttore Generale delle Attività e Amministratore Delegato di diverse controllate, tra cui Lagardère Entertainment, da lui creata nel 2007.

Nel 2015 è entrato in Deloitte, dapprima come senior advisor e successivamente in qualità di Associate fino a dicembre 2018.

Arnaud Molinié è entrato a far parte del Gruppo Renault a Gennaio 2019 in qualità di Direttore Mobilità Mondo. È membro del Comitato Direttivo del Gruppo Renault.

Cenni sul Gruppo Renault

Costruttore automobilistico dal 1898, il Gruppo Renault è un gruppo internazionale presente in 134 Paesi, che ha venduto circa 3,9 milioni di veicoli nel 2018. Riunisce oggi oltre 180.000 collaboratori e dispone di 36 siti di produzione e di 12.700 punti vendita nel mondo.

Per far fronte alle principali sfide tecnologiche del futuro e continuare a realizzare la sua strategia di crescita della redditività, il Gruppo fa leva sullo sviluppo internazionale, la complementarità delle sue cinque marche (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine e LADA), il veicolo elettrico e l'alleanza, unica nel suo genere, con Nissan e Mitsubishi. Con una scuderia al 100% Renault schierata dal 2016 nel campionato del mondo di Formula 1, la Marca si impegna nel Motorsport, autentico vettore d'innovazione e di notorietà.

Per Maggiori Informazioni:

Paola Repaci
Electric Vehicles & Corporate Communication Manager
+39 06 4156965
paola.repaci@renault.it

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