**STRATEŠKI NAČRT SKUPINE RENAULT »RENAULUTION«**

Načrt »*Renaulution*« vključuje poglavitne elemente, ki so opisani v nadaljevanju.

1. **Pospešitev učinkovitosti funkcij**, ki bodo odgovorne za konkurenčnost, stroške, roke razvoja in uvedbe na trg.
* **Povečanje učinkovitosti, hitrosti in zmogljivosti inženiringa in proizvodnje, pospešeno tudi s pomočjo Zveze**:
	+ racionalizacija konstrukcijskih osnov s šestih na tri (z 80 odstotki prodajnih količin Skupine na treh konstrukcijskih osnovah Zveze) in pogonskih sklopov (z osmih na štiri družine),
	+ vsi modeli, ki bodo nastali na obstoječih konstrukcijskih osnovah, bodo na trg uvedeni v manj kot 3 letih,
	+ nova umeritev industrijskih zmogljivosti s štirih milijonov enot v letu 2019 na 3,1 milijona enot v letu 2025 (standard Harbour),
	+ povečanje učinkovitosti z dobavitelji.
* **Usmerjanje mednarodne navzočnosti Skupine k trgom z znatnimi maržami**: zlasti v Latinski Ameriki, Indiji in Južni Koreji z izkoriščanjem konkurenčnosti Skupine v Španiji, Maroku, Romuniji, Turčiji in več izkoriščanja sinergij z Rusijo.
* **Stroga disciplina pri stroških**
	+ Zmanjšanje fiksnih stroškov: načrt 2022 bo izpolnjen predčasno in razširjen, da bo do leta 2023 dosegel prihranek 2,5 milijarde evrov, nov cilj pa je prihranek 3 milijarde evrov do leta 2025 (vključujoč uvedbo spremenljivosti fiksnih stroškov).
	+ Variabilni stroški: izboljšanje za 600 evrov na vozilo[[1]](#footnote-1) do leta 2023.
	+ Zmanjšanje naložb ter stroškov raziskav in razvoja s približno 10 odstotkov prihodkov na manj kot 8 odstotkov do leta 2025.

Vsa ta prizadevanja bodo okrepila odpornost Skupine in prag donosnosti znižala za 30 odstotkov do leta 2023.

1. **Štiri poslovne enote z močno istovetnostjo in tržno umestitvijo**. Ta nov model bo omogočil tvorjenje bolj uravnotežene in bolj donosne palete izdelkov s 24 predstavitvami do leta 2025 – od tega jih bo pol v segmentih C in D – in najmanj 10 povsem električnih vozil.

Ta nova organiziranost, osredotočena na vrednost, in ta ofenziva izdelkov bosta omogočili izboljšanje cen in mešanice izdelkov.

**Renault, »*La nouvelle Vague«***

Znamka bo utelešala modernost in inovativnost v okviru in onstran avtomobilske industrije, na primer pri storitvah na področjih energije, tehnologije in mobilnosti.

V okviru te strategije bo znamka dvignila svojo prodajno mešanico z ofenzivo v segmentu C in okrepila svoj položaj v Evropi, hkrati pa se osredotočila na donosne segmente in prodajne kanale na ključnih trgih, kot sta Latinska Amerika in Rusija.

Znamka se bo naslonila na izrazite prednosti.

* **Vodilna v elektrifikaciji do leta 2025 z**:
	+ »*Electro pole*«, verjetno na severu Francije, ki bo pomenil največjo proizvodno zmogljivost Skupine za izdelavo električnih vozil na svetu,
	+ mešanim podjetjem (*joint-venture*) na področju vodika za vozila na gorivno celico,
	+ najbolj »zeleno« ponudbo modelov v Evropi,
	+ polovica predstavljenih novih modelov v Evropi bo povsem električno gnanih, ki bodo prispevala več k marži iz poslovanja kot vozila z motorji z notranjim zgorevanjem (v evrih),
	+ izzivalec na trgu hibridnih pogonov, ki bodo imeli v ponudbi 35-odstoten delež.
* **Zbirnik visoko tehnoloških ekosistemov**: postala naj bi pomemben akter na področju ključnih tehnologij, od množičnih podatkov, do kibernetske varnosti – s »*Software République*«.
* **Vodilna v krožnem gospodarstvu** s storitvami namenjenimi električnim vozilom in energiji zahvaljujoč obratu »*Re-Factory*« v Flinsu v Franciji.

**Dacia-Lada, »*Tout. Simplement*«** (Vse. Preprosto.)

Dacia, ki ostaja Dacia s kancem svežine, in Lada, še naprej trdna in čvrsta, bosta tudi v prihodnje ponujali dosegljiva vozila, zasnovana na preverjeni tehniki in namenjena kupcem, ki iščejo dobro kupčijo, ob tem pa bosta posegli tudi v segment C.

* **Gospodarni in zelo učinkoviti modeli**:
	+ zasnovani po načelu »*design to cost*«,
	+ z izboljšano učinkovitostjo – od štirih konstrukcijskih osnov na eno samo, od 18 tipov karoserije na 11, kar bo prineslo povečanje povprečne proizvodnje 1,1 milijona enot na eni konstrukcijski osnovi s sedanjih 0,3 milijona enot na osnovo.
* **Prenovljena ponudba konkurenčnih izdelkov in vstop v segment C**:
	+ 7 modelov uvedenih do leta 2025, od tega dva v segmentu C,
	+ oživitev ikoničnih modelov,
	+ učinkovitost pri izpustih CO2 – izkoriščanje tehnoloških rešitev Skupine (avtoplin za obe znamki, E-Tech za Dacio).

**Alpine**

Znamka Alpine bo združila avtomobile Alpine, Renault Sport Cars in Renault Sport Racing v novo samostojno poslovno enoto, ki se bo posvečala razvoju ekskluzivnih in inovativnih športnih avtomobilov.

* **Povsem električna znamka z načrtom izdelkov, ki bodo podprli razmah znamke**.
	+ Naslanjajoč se na obseg in zmožnosti Skupine Renault in Zveze z izrabo konstrukcijskih osnov CMF-B in CMF-EV, svetovne industrijske mreže, učinkovite nabavne službe, globalne distribucijske mreže in finančnih storitev RCI Bank and Services, kar bo skupaj zagotovilo optimalne pogoje za stroškovno konkurenčnost.
	+ Umestitev formule 1 v jedro projekta s prenovljeno zavezanostjo svetovnemu prvenstvu.
	+ Razvoj električen športni avtomobil naslednje generacije v sodelovanju z Lotusom.
* **S ciljem doseči donosnost do leta 2025, v kar so vključene naložbe v avtomobilski šport**.

**Mobilize, *Onstran avtomobila***

Ta nova poslovna enota ima za cilj razvoj novih virov donosnosti iz podatkovnih storitev ter storitev na področju mobilnosti in energije v prid uporabnikom vozil, do leta 2030 pa naj bi ustvarila več kot 20 odstotkov prihodkov Skupine.

Mobilize bo Skupini Renault omogočil hitrejši prehod v novi svet mobilnosti s ponujanjem rešitev in storitev mobilnosti tudi drugim znamkam in zunanjim partnerjem.

* **Tri poslanstva**:
	+ povečanje deleža rabe vozil, ki so zdaj izven rabe 90 odstotkov časa,
	+ boljše upravljanje ohranjanja vrednosti vozil,
	+ ambicija je ogljična nevtralnost.
* **Edinstvena, dosegljiva in uporabna ponudba**:
	+ 4 namensko zasnovana vozila, dve za souporabo, eno za prevoze z voznikom in eno za dostavo do vrat, oziroma »na zadnjem kilometru«,
	+ inovativne rešitve financiranja (naročnina, zakup, plačilo glede na rabo),
	+ namenska platforma za podatke, storitve in programje,
	+ nove storitve vzdrževanja in obnavljanja (Re-Factory).

---

Ta načrt bo predstavljen predstavnikom zaposlenih skladno z veljavnimi predpisi.

*Predstavitev je na voljo na spletni strani* [*www.groupe.renault.com*](http://www.groupe.renault.com)*. Za več o načrtu obiščite posebno spletno stran* [*www.renaulution.com*](http://www.renaulution.com)*.*

1. *Ob enaki mešanici izdelkov.* [↑](#footnote-ref-1)