



DRIVE THE CHANGE

STORY

13 décembre 2013

## RENAULT FÊTE SES 15 ANS DE PRODUCTION AU BRÉSIL

En décembre 2013, Renault fête ses 15 ans d'implantation au Brésil, fort de ses 1,8 million de véhicules fabriqués. Sa relation avec le pays remonte aux années 1960, lorsque les premiers modèles Gordini et Interlagos empruntaient les rues et les routes du pays, fabriqués sous licence de Willis Overland. À partir de l'inauguration de sa première usine, le 4 décembre 1998, Renault commence à se frayer un chemin vers le succès, figurant dès lors parmi les principaux constructeurs automobiles au Brésil.

L'État du Paraná a accueilli et encouragé l'implantation de Renault au Brésil. La commune de São José dos Pinhais, dans la région métropolitaine de Curitiba, a été choisie pour accueillir le nouveau site de production. En mars 1996, la première pierre y a été posée, symbolisant le début des travaux de construction. Une cérémonie officielle a marqué l'événement en présence de Louis Schweitzer (alors PDG de Renault), Pierre Poupel (PDG de Renault Brésil), ainsi que Viviane Senna, sœur du pilote Ayrton Senna, qui a donné son nom au complexe industriel.

Deux ans et demi plus tard, l'usine fabriquait les premiers modèles qui allaient surprendre le marché brésilien par leur innovation et leur modernité. Scénic, premier modèle Renault fabriqué au Brésil, a inauguré le segment des monospaces et, tout comme la Clio lancée ensuite, avait comme points forts un design innovant et la préoccupation de la sécurité – c'étaient les premiers véhicules avec un airbag offert de série au Brésil.

Après l'usine de véhicules particuliers, le Complexe Ayrton Senna (CAS), localisé à São José dos Pinhais, dans la région métropolitaine de Curitiba, s'est élargi avec une usine de moteurs en 1999 et une usine de véhicules utilitaires légers en 2011 (la première de l'Alliance Renault-Nissan au monde à fabriquer des véhicules des deux marques). En 15 ans, les trois usines ont déjà produit près d'1,8 million de véhicules et 2,9 millions de moteurs.

Avec la consolidation des installations de production, de nombreuses conquêtes ont été réalisées. Depuis la sortie de la première Scénic de la chaîne de montage, 127 véhicules ont été lancés et Renault est devenu le cinquième constructeur local (7% en moyenne de part de marché lors des dernières années) ; Aujourd'hui le CAS compte 6 500 emplois directs et 25 000 postes indirects ont été créés dans l'État du Paraná. En outre, depuis 2011, le Brésil est devenu le deuxième marché de la marque dans le monde, juste derrière la France.

«Aujourd'hui, Renault est une entreprise brésilienne et nos produits sont une référence dans leurs segments respectifs » souligne Olivier Murguet, le PDG de Renault Brésil.

### **Plan stratégique de croissance**

Renault a réalisé d'importantes conquêtes sur le marché brésilien au cours des 15 dernières années, en se plaçant dans le top 5 des principaux constructeurs du pays. La part de marché de Renault a progressé significativement lors des dernières années, avec une croissance moyenne supérieure à celle du marché. En 2012, l'entreprise a atteint une croissance de 24%, quatre fois plus que le MTM qui n'a progressé que de 6%. Dans les derniers mois, la part de marché moyenne a été de 7% (la cible étant de 8% à l'horizon 2016). Par ailleurs, la Sandero est parmi les 8 véhicules les plus vendus du pays et les modèles Duster et Logan ont beaucoup de succès dans leurs segments.

Ce succès est le résultat d'une stratégie de croissance fondée sur trois piliers : le développement du réseau de concessionnaires, l'élargissement et le renouvellement de la gamme de produits et l'augmentation de la capacité de production. Le réseau de concessionnaires, levier de croissance fondamental pour le développement commercial, s'est doté de 100 nouveaux points de vente au fil des 3 dernières années uniquement. Les plans d'expansion se poursuivent, l'année 2013 devant terminer avec 40 nouvelles concessions, soit 17% de plus qu'en 2012, pour un total de 275 affaires (une couverture du territoire de 83%).

Quant à l'élargissement et au renouvellement de la gamme, plus de 20 nouveautés ont été lancées depuis 2011. En 2013, Renault a présenté deux nouveaux produits : le Nouveau Master, tout à fait remodelé – à l'identique du modèle commercialisé en Europe, capable de recevoir plus de 70 configurations différentes – et la Nouvelle Logan. Il s'agit d'une offre de produits abordable, avec beaucoup d'innovations et des lignes modernes, tout en étant fidèle à des caractéristiques qui ont été largement plébiscitées, telles que la robustesse, les faibles coûts d'entretien, l'espace intérieur et les trois ans de garantie.

## **Plus de 6 milliards de réaux d'investissement**

Ces 15 dernières années, le Complexe Ayrton Senna s'est adapté au rythme de croissance du marché et de la marque. L'activité brésilienne a reçu un montant de 6 milliards de réaux d'investissement depuis son implantation. Les apports les plus récents, destinés à l'augmentation de la capacité de production, représentent un total de R\$ 500 millions (faisant partie d'un plan d'investissements de R\$ 1,5 milliard pour la période 2010-2015).

Achevés en un temps record – 2 mois uniquement – les travaux d'extension ont permis l'augmentation de la capacité de production au Complexe Ayrton Senna de 280 000 à 380 mille véhicules par an, y compris les capacités de l'usine de véhicules particuliers, dont la capacité passe de 220 000 à 320 000 unités par an, et l'usine de véhicules utilitaires légers, qui est capable de fabriquer 60 000 unités annuelles.

Les investissements comprennent également la construction d'un nouveau Centre de Préparation Logistique (35 000 m<sup>2</sup> et 12 mètres de hauteur sous plafond). Depuis 2011, 1 200 nouveaux postes de travail ont été créés, avec un total de 6 500 emplois directs à ce jour.

## **Ingénierie et design**

En plus d'une structure commerciale et industrielle performante, la progression de la marque suppose également une gamme de produits en constante évolution et adaptée aux préférences et au goût des brésiliens. C'est pour cette raison que Renault investit fortement dans le développement du capital humain, avec la mise en place de structures de pointe dans le cadre de l'ingénierie et du design.

Situé au Complexe Ayrton Senna, le Renault Technologie Amériques (RTA) est un centre d'ingénierie implanté en 2007, accueillant autour de 600 ingénieurs qui œuvrent dans les nouvelles technologies au Brésil, notamment dans la conception de motorisations de plus en plus performantes et sobres en carburant. Grâce au travail du RTA, Renault est en position de force dans le Programme brésilien d'étiquette-énergie automobile, avec six modèles classés avec une note A en termes de consommation de carburant.

Inauguré en 2008, le Renault Design Amérique Latine (RDAL) est implanté à São Paulo. Il s'agit du premier studio de design de la marque sur le continent américain.

## **Plus proche de la société et de l'environnement**

Afin de contribuer à l'amélioration du cadre de vie des brésiliens et à la préservation de la biodiversité, l'Institut Renault a été lancée en 2010 lors du Salon Automobile de São Paulo. Pendant ses 3 ans d'activité, l'Institut a développé un travail centré sur les initiatives d'amélioration de la qualité de vie des personnes, avec des investissements cumulés de l'ordre de 9 millions de R\$ au bénéfice direct ou indirect de plus de 300 000 personnes.

Grâce à son Institut, Renault est de plus en plus proche des communautés où elle est présente, étant capable de planifier des actions axées sur l'amélioration de la qualité de vie des enfants, jeunes et adultes. L'Institut Renault œuvre autour de quatre axes principaux : l'Éducation, la Sécurité Routière, le Développement Social & la Diversité, le Développement Durable & la Mobilité.

Au niveau institutionnel, Renault a signé les droits d'appellation qui concernent d'importantes institutions. À São Paulo, la principale salle de spectacles de la ville s'appelle désormais Théâtre Renault, un haut-lieu du théâtre musical équivalent à celui de Broadway. À Curitiba, la marque donne son nom à l'Expo Renault Barigui, un centre d'expositions situé au cœur du Parc Barigui, le jardin public de prédilection des habitants de la capitale de l'État du Paraná. En 2013 Renault a également sponsorisé le Festival de Théâtre de Curitiba, le plus important dans son genre. Et, en 2014, la marque va parrainer l'école de samba Acadêmicos do Salgueiro lors du Carnaval de Rio, dont le thème sera la création du monde.

## **Environnement**

Renault est soucieux de l'environnement. Il s'agit de l'un des constructeurs détenant l'une des zones protégées les plus vastes dans le pays, dont 60% de ses 2,5 millions de m<sup>2</sup> comprennent une forêt vierge, où cohabitent plus de 140 espèces de mammifères, oiseaux, poissons, amphibiens et reptiles. Aujourd'hui, 100% des déchets industriels de Renault sont redirigés vers des filières spécifiques de traitement : 95% est recyclé et le restant est valorisé. Le Complexe Ayrton Senna détient la certification environnementale ISO 14001 depuis 2003.

## **Pionnier dans la mobilité zéro émission**

Leader mondial dans la commercialisation de véhicules électriques, la diffusion de la technologie zéro émission au Brésil est l'un des atouts de Renault. Jusqu'à présent, 40 voitures électriques ont déjà été commercialisées auprès d'institutions ayant des projets liés à l'utilisation de cette technologie : *CPFL Energia* (2 unités) *Itaipu Binacional* (32 Twizy) et *FedEx* (6 Kangoo Z.E. Maxi).

## FAITS & CHIFFRES

- **Exportation**

Le plus grand exportateur du Paraná, avec R\$ 2,2 milliards en exportations en 2012 dont :

- Plus de 54 000 voitures exportées vers 7 pays

- Plus de 135 000 moteurs exportés

Historique : plus de 350 000 voitures

- **Ressources Humaines**

**Effectifs**

6 500 emplois directs

25 000 emplois indirects dans l'État du Paraná

Presque 600 ingénieurs au Renault Technologie Amériques à Curitiba (1 000 dans les Amériques)

1 200 nouveaux emplois générés dans les 2 dernières années

**Avantages sociaux**

R\$ 55 millions en avantages sociaux au profit des salariés et des personnes à leur charge (assurance maladie et de soins dentaires, assurance vie, transport, restauration, formation).

**Assurance maladie et de soins dentaires**

R\$ 22 millions investis en assurance maladie et de soins dentaires en 2012

Plus de 100 mille visites médicales/an

**Transport des salariés**

R\$ 12,7 millions/an - 200 lignes d'autobus/jour

**Restauration collective**

137 000 repas/mois

**Formation**

R\$ 2,6 millions - 153 mille heures/an

Écoles agréés Renault : *FAMEC / ENSITEC / SENAC / UTFPR*