

## UNE STRATÉGIE INDUSTRIELLE, PILIER DE LA COMPÉTITIVITÉ ET DU DÉVELOPPEMENT DE RENAULT

- **Pour croître, Renault a besoin d'usines compétitives et adaptées aux marchés sur lesquels il opère.**
- **Dans le cadre de son nouveau plan stratégique, Renault fait évoluer son outil industriel dans deux directions :**
  - **en adaptant les capacités, en continuant d'améliorer la performance et en concentrant l'activité des usines d'Europe Occidentale sur les productions à forte valeur ajoutée soit, principalement, le haut et le moyen de gamme européens, les véhicules utilitaires, les véhicules et moteurs électriques ainsi que les batteries,**
  - **en accroissant les capacités et en alignant la performance des usines à l'international pour que Renault puisse apporter une forte contribution à la croissance des marchés émergents. Produire localement est indispensable pour être compétitif, réactif et pouvoir vendre au bon prix nos produits.**
- **Renault annonce pour ses sites français :**
  - **la production du moteur électrique à l'usine de Cléon à partir de 2013,**
  - **la localisation d'un fourgon à l'usine de Sandouville en 2013. La production devrait atteindre 100 000 unités par an quand toutes les versions seront lancées.**
  - **la production de son futur haut de gamme européen dans l'usine de Douai à partir de 2014.**
- **L'Alliance avec Nissan et la coopération stratégique avec Daimler, vecteurs de productions supplémentaires, contribuent directement à l'activité des sites industriels en Europe.**

**Selon Carlos Ghosn, Président-Directeur Général de Renault : «La performance et la compétitivité de nos usines sont des facteurs clés de succès de notre prochain plan stratégique. La mobilisation des hommes et des femmes en charge de la fabrication de nos véhicules et de nos organes mécaniques est primordiale. Notre plan stratégique permet d'ajuster nos capacités de production industrielle à la demande mondiale sans fermeture de site, sans plan social ni plan de départs collectifs. »**

Les fabrications à forte valeur ajoutée en Europe Occidentale

Partout dans le monde, Renault vise un standard industriel qui permette d'assurer une pérennité économique et donc la viabilité de chaque site. Pour pérenniser ses sites industriels en Europe, dans un contexte de baisse constante du

marché (en 2010, il s'y est vendu près de 20 % de moins de véhicules VP + VU qu'en 2007), Renault investit en Europe, et en France en particulier, sur des productions à forte valeur ajoutée. Enfin, son Alliance avec Nissan et ses partenariats génèrent des productions supplémentaires dans la région.

La France, au cœur du dispositif industriel du véhicule électrique

Avec la production de Renault ZOE à Flins (France) et de Renault Kangoo Z.E. à Maubeuge (France), 80 % des véhicules électriques vendus dans le monde par Renault seront produits en France en 2015.

À cette production de véhicules s'ajoute celle des batteries à l'usine de Flins (avec à terme une capacité de 100 000 batteries / an) et celle du moteur électrique de troisième génération à Cléon à partir de 2013.

La localisation d'un fourgon à l'usine de Sandouville (France) en 2013

Grâce au bon développement des VU de Renault en Europe et à la croissance des exportations, cette nouvelle production en France devrait atteindre 100 000 fourgons par an selon nos prévisions. La production du VU est ainsi majoritairement française avec ce nouveau fourgon à Sandouville, qui s'ajoute aux productions de Master à Batilly (France), Kangoo Express et Kangoo Z.E. à Maubeuge (France).

Douai, le milieu et le haut de gamme pour l'Europe.

Les futurs véhicules haut de gamme de la marque Renault (remplaçants d'Espace et de Laguna) seront produits à partir de 2014 dans l'usine de Douai (France) sur la base d'une plateforme commune avec Nissan. Cette nouvelle plateforme permettra aux deux entreprises d'accéder à des économies d'échelle très significatives.

Une excellence de fabrication mécanique qui s'exporte

Deux nouveaux projets vont entrer dans l'usine de Cléon (France) : le nouveau moteur 1.6 dci 130 dès 2011 puis le moteur électrique en 2013.

Aujourd'hui, l'excellence de nos moteurs et de nos boîtes produites en France s'exporte auprès de nos partenaires (Nissan) et d'autres marques (Opel, Cherry...).

Pour preuve, en 2010 :

- 1/4 des boîtes de vitesses produites à Ruitz et Cléon est exporté en Chine, entre autre pour Nissan,
- 60 % des moteurs fabriqués à Cléon sont destinés à d'autres marchés que la France.

Et cette tendance va se renforcer dans l'avenir avec Daimler.

Europe hors France

L'Espagne constitue le deuxième pôle de production en Europe avec quatre usines dont l'avenir est assuré. Valladolid accueille dès cette année Twizy, le 3<sup>e</sup> des véhicules électriques de la marque ; l'usine de mécanique Valladolid Motores bénéficie des coopérations de Nissan et de Daimler, Séville demeure la plus grosse usine de boîte de vitesses du groupe et Palencia produit Mégane.

Enfin, la Slovaquie (usine de Novo mesto) produit les petits véhicules de la marque, à destination de l'Europe : Twingo, Wind et Clio Campus. En 2013, elle fabriquera également le modèle 4 places de la Smart de Daimler.

Des fabrications locales pour contribuer à la croissance des marchés émergents

L'implantation de sites industriels dans les marchés émergents est essentielle pour contribuer à leur forte croissance et compenser la baisse du marché européen. En 10 ans, Renault a su gagner des positions sur ces marchés et accroître son internationalisation : ses ventes hors d'Europe représentent actuellement 37 % du total contre 17 % en 2000. En 2011, elles devraient atteindre 43 %. Renault va continuer d'y investir, en particulier au Brésil, en Inde et en Russie.

Au Maroc, l'usine de Tanger et sa 1<sup>ère</sup> ligne de production à 30 veh/heure entreront en activité en 2012. En 2013, Renault lancera comme prévu une 2<sup>ème</sup> ligne à 30 veh/heure, ligne nécessaire compte tenu de nos prévisions de volumes pour la gamme Entry non seulement en Europe, mais aussi en Afrique, au Mexique ou au Moyen Orient.

Deux outils majeurs au service de la performance industrielle

Le « GTC » de Flins, le savoir-faire de nos bases historiques pour la performance de nos usines partout dans le monde

Le « Global Training Center » (GTC), inauguré 25 mai 2010 à Flins (France), est un dispositif clé dans la quête permanente d'amélioration de la performance qualité-coûts-délais des usines. Il fait de Flins une plaque tournante des compétences nécessaires en fabrication. Sa mission : organiser au niveau mondial les formations aux métiers de la

fabrication pour accompagner les perpétuelles évolutions du métier et les démarrages industriels (23 usines du Groupe sont en démarrage sur la période 2010-2012).

Le GTC s'appuie sur l'expérience et le savoir-faire des hommes et des femmes de la fabrication Renault : les formateurs sont des collaborateurs du groupe, experts dans leur métier. Le GTC représente un investissement important : au total 4 millions d'euros en 4 ans. Dès 2010, le GTC aura réalisé 100 000 heures de formation pour 250 stagiaires.

**Le Monozukuri : un grand chantier pour gagner en compétitivité**

Utilisé par Nissan depuis quelques années, le Monozukuri va faire partie du quotidien des équipes du Groupe dans le monde. Son objectif : réduire le coût complet de la voiture tout en optimisant la qualité. La méthode : travailler sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur depuis la conception de la voiture jusqu'à la livraison au client final en passant par le dessin de détail de chaque pièce, la coopération avec nos fournisseurs, le conditionnement des composants, leur transport, leur approvisionnement au bord de la chaîne d'assemblage puis leur montage sur la voiture etc.

**Investissements industriels Renault.**

Entre 2010 et 2013, Renault va investir 5,7 milliards d'euros dans ses sites industriels dont 40 % en France.

**Marché automobile : deux tendances fortes**

Un marché européen en baisse de façon durable, selon les prévisions de Renault

- En 2010, il s'y est vendu près de 20 % de moins de véhicules qu'en 2007 (15,3 millions en 2010),
- Baisse année par année : - 7,2 % en 2008, - 4,5 % en 2009, - 3,6 % en 2010.
- En 2016, le marché automobile européen ne devrait pas avoir retrouvé son niveau de 2007, avant la crise.

Un marché hors Europe qui tire la croissance de l'automobile

- Les ventes au Brésil, en Russie, en Inde et en Chine (BRIC) ont été multipliées par 4 en 10 ans et représentent 1/3 des ventes de voitures dans le monde.
- En 1990, 82 % des ventes de voitures neuves se vendaient aux Etats-Unis, en Europe ou en Japon ; en 2007, elles étaient 62 % et sont aujourd'hui inférieures à 50 %.
- Entre 2010 et 2016, hors d'Europe, le marché devrait progresser de près de 50 %.

**GROUPE RENAULT  
SERVICE DE PRESSE**

Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36  
[renault.media@renault.com](mailto:renault.media@renault.com)

Sites web: [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) - [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com)

Follow us on Twitter : [@Groupe\\_Renault](https://twitter.com/Groupe_Renault)