

RENAULT TALK #1 : NOUVELLE VAGUE, LA MARQUE RENAULT REAFFIRME SES AMBITIONS



- **Renault Talk, un format d'événement 100% digital et 100% Renault**
- **Luca de Meo et l'équipe Renault ont présenté leur vision de la marque, dans le cadre du plan stratégique Renaultion :**
 - **La Nouvelle Vague pour une marque Renault plus moderne, verte, tech et durable**
 - **Un nouveau logo et une nouvelle expression**
 - **Une offensive produit**
 - **Une stratégie commerciale axée sur la valeur**

Boulogne-Billancourt – jeudi 6 mai 2021 Luca de Meo, entouré de l'équipe Renault a présenté la vision de la marque : leader de la transition énergétique, à la pointe de la technologie et des services, dans le cadre d'un modèle plus durable et plus responsable.

NOUVELLE VAGUE : UNE MOBILITE ELECTRIQUE, TECH ET DURABLE

Marque chaleureuse et humaine, Renault entre dans une nouvelle ère, soufflant un vent de modernité sur l'industrie automobile européenne.

La Nouvelle Vague vise à transformer Renault en une marque de technologie, de services et d'énergie propre, en proposant des voitures à vivre plus connectées, et des solutions de mobilité plus durables. Cela s'inscrit dans l'ADN de la marque, qui a traversé le 20^{ème} siècle en évoluant avec chaque époque, proposant des véhicules innovants, profondément modernes. En 2021, plus que jamais, Renault répond aux attentes d'une mobilité responsable, décarbonée, sûre et évolutive, en phase avec les besoins de ses usagers.

Lors du Renault Talk #1, Luca de Meo a réaffirmé le cap fixé pour la marque, au cœur du plan stratégique du groupe Renaultion :

- **Leader de la transition énergétique, la marque Renault** sera dès 2030 la marque la plus « verte » d'Europe avec 9 voitures vendues sur 10 électrifiées.
- **A la pointe de la technologie et des services, la marque Renault dessine le futur de la mobilité** dans nos villes grâce notamment à la « **Software République** ». Plus de 2 000 ingénieurs de 5 entreprises leaders de leurs secteurs apporteront leur expertise en matière de cybersécurité, d'intelligence artificielle, de traitement des données, de logiciels ou encore de microélectronique pour proposer des solutions de mobilité clef-en-main pour les villes et les territoires.
- Avec la **Re-Factory**, premier hub européen d'économie circulaire, **Renault passe à un modèle plus durable et plus responsable, en rénovant et recyclant** jusqu'à 120 000 véhicules par an (y compris les VE). Près de 80% des matériaux stratégiques recyclés seront réutilisés dans de nouvelles batteries. **D'ici à 2030, Renault sera le constructeur automobile ayant le plus haut pourcentage de matériaux recyclés dans les nouveaux véhicules**, au niveau mondial.
- **Renault repositionne son offre de voitures à vivre sur les segments supérieurs** : 7 modèles seront lancés sur les segments C/D d'ici 2025 qui, tous, seront électrifiés. Arkana marque le début de cette offensive. Très prochainement, arrivera la future Megane E-TECH Electric, qui incarne pleinement notre prochaine génération de voitures connectées et 100% électriques. Enfin, la technologie hybride E-TECH continuera d'évoluer afin d'offrir le maximum d'efficacité et de « *fun to drive* » sur les prochaines générations de véhicules des segments C&D.

NOUVEL R , NOUVEAU LOGO

Au cours de son histoire, la marque Renault a plusieurs fois fait évoluer son identité visuelle. Mais une chose n'a pas changé depuis 1925 : le losange immédiatement reconnaissable, emblématique de la marque.

Créée en 1992, bien que remaniée en 2015, la dernière version de l'emblème Renault commençait à dater. Pour répondre aux enjeux d'une marque internationale moderne mais aussi à la multiplicité de ses terrains d'expression, le logo récemment révélé, plus moderne, plus vibrant, a pour ambition de faire de Renault une marque plus relationnelle et créatrice de valeurs humaines. Epuré, sans signature ni typogramme, ce logo n'est pas fermé, symbolisant l'ouverture et la transparence de la marque.

Le nouveau logo, conjointement développé avec l'agence Landor&Fitch, sera progressivement appliqué sur les véhicules de la marque Renault ainsi qu'au réseau Renault à partir de l'année prochaine. A l'horizon 2024, la gamme Renault portera ce nouveau logo.

Gilles Vidal, Directeur du Design de la marque Renault, a révélé une image du logo tel qu'il figurera sur l'arrière de la future nouvelle Megane E-TECH Electric, commercialisée en 2022.

Gilles Vidal a également présenté deux visuels d'intérieur qui annoncent une expérience à bord revisitée, augmentée, avec notamment :

- de la haute technologie embarquée et des écrans de très grande qualité
- un espace accru avec davantage de rangements, alliant confort et praticité
- des lignes, volumes et matériaux redessinés incarnant une nouvelle ère.

Pour en savoir plus sur le logo Renault, rendez-vous [ICI](#)

NOUVELLE EXPRESSION DE LA MARQUE

Selon Arnaud Belloni, Directeur global marketing de la marque Renault, la Nouvelle Vague se traduit également dans les publicités de la marque. Empreintes de créativité et de modernité, elles sont ponctuées de quelques « madeleines de Proust » emblématiques de la marque : la Renault Fuego, quelques chansons culte revisitées comme « Johnny & Mary », ou encore le maillot cycliste Renault Gitane des années 70 dans la nouvelle Pub du Captur E-TECH Hybrid.

La nouvelle identité de marque signe d'ores et déjà les campagnes publicitaires et communications de Renault. L'identité sera déployée dès le mois prochain sur les sites internet de la marque.

L'OFFENSIVE E-TECH HYBRIDE DE RENAULT

La marque Renault est leader sur le marché européen de l'électrique et s'appuie sur une expérience de plus de 10 ans, avec à ce jour près de 400 000 véhicules vendus. Fort de cette expertise dans le 100% électrique, la marque Renault a complété sa gamme avec une offre hybride et hybride rechargeable sur ses véhicules cœur de marché.

Objet de plus de 150 brevets et s'appuyant sur l'expérience de la marque en Formule 1, la technologie E-TECH hybride est inédite et modulaire. En hybride ou en hybride rechargeable, elle procure un maximum d'efficacité énergétique et de plaisir de conduite tout en réduisant les émissions de CO2 et la consommation.

En 2020, cette technologie révolutionnaire était proposée sur les 3 véhicules cœur de gamme afin de démocratiser l'expérience de la conduite électrique :

- Clio E-TECH Hybrid,
- Captur E-TECH Plug-in hybrid
- Mégane Estate E-TECH Plug-in Hybrid.

En 2021, avec les derniers lancements d'Arkana et de Captur en version E-TECH hybride et de Mégane E-TECH hybride rechargeable dans sa version berline, la marque Renault propose désormais une gamme de six véhicules E-TECH hybrides ou hybrides rechargeables.

Gilles le Borgne, EVP, Directeur de l'ingénierie Renault Group, confirme que la marque prépare l'avenir en élargissant le champ d'application de la technologie E-TECH hybride aux prochaines générations. Les segments supérieurs, et notamment le segment C-SUV, verront l'arrivée d'un tout nouveau moteur 3 cylindres de 1,2 litre associé à un moteur électrique. Il proposera une puissance de 200 ch en hybride en 2022 et de 280 ch en hybride rechargeable, 4 roues motrices, en 2024.

Pour en savoir plus sur la technologie hybride E-TECH, rendez-vous [ICI](#).

NOUVEAU ARKANA : SPORTIF, HYBRIDE ET SPACIEUX

Bousculant les codes traditionnels avec son concept unique et totalement hybride, Arkana est un véhicule à vocation internationale qui part à la conquête d'un segment C en pleine expansion. Premier SUV-coupé d'un constructeur généraliste, il allie plaisir de conduite, confort, et habitabilité.

Doté d'une personnalité forte, avec son style distinctif, il est totalement hybride jusque dans ses motorisations, avec une offre inédite sur son segment :

- des motorisations Tce 140 et Tce 160 à micro-hybridation 12 volts d'un côté, synonymes d'économie, de souplesse et d'agrément de conduite.

- la motorisation E-TECH Hybrid 145 ch de l'autre, lui permettant de passer jusqu'à 80% du temps en électrique en ville, réalisant ainsi jusqu'à 40% de consommation en moins par rapport à une motorisation essence équivalente.

Fort d'un accueil enthousiaste des clients – avec déjà plus de 6 000 commandes en mai en Europe –, Nouveau Renault Arkana arrive dans sa version E-TECH hybride en juin.

Pour en savoir plus sur Arkana, rendez-vous [ICI](#).

NOUVEAU KANGOO : LE COMBISPACE ÉLÉGANT ET SPACIEUX

Véritable icône depuis ses débuts en 1997, Kangoo est de retour. Nouveau Kangoo allie l'élégance, l'espace et la technologie. Avec un design fluide et robuste, le combispaces offre la meilleure habitabilité avec 3 vraies places à l'arrière et plus de 49 litres de rangements accessibles. Un coffre généreux propose 775 litres, extensible à 3 500 litres avec son grand plancher plat. 14 nouvelles aides à la conduite sont de série pour une sécurité optimale.

Nouveau Kangoo sera disponible en version 5 et 7 places.

En 2022, Nouveau Kangoo sera également disponible en version E-TECH 100% électrique.

Pour en savoir plus sur Kangoo, rendez-vous [ICI](#)

LA VALEUR D'ABORD

Fabrice Cambolive, Directeur Ventes et Opérations de la marque, a réaffirmé les priorités commerciales de la marque Renault :

- **L'offensive « verte »**, pour proposer de plus en plus de véhicules électrifiés, en poursuivant l'offensive E-TECH : en Europe, 1 vente sur 4 est un véhicule électrifié pour Renault et 30% des ventes Clio en France sont déjà hybrides ;
- **Les produits** : accélérant le renouvellement de notre gamme de produits, en Europe comme à l'international, avec notamment la reconquête du segment C qui commence avec Nouveau Renault Arkana ;
- **Priorité à la valeur**, les volumes suivront : concentrant les efforts sur la qualité des ventes et le positionnement prix. Par exemple, le chiffre d'affaires moyen sur Arkana sera supérieur à 30 000 EUR, alors que la moyenne de la gamme est actuellement de 15 000 EUR.

Fière de ses racines françaises, la marque Renault est aussi une marque globale. Modèle par modèle, marché par marché, la marque Renault a revisité son business-model. Objectif : accroître la rentabilité de ses véhicules tout en préparant une nouvelle génération de produits pour conquérir de nouveaux marchés.

A l'international, la marque Renault investit dans ses marchés historiques à fort potentiel et haut niveau de localisation : le Brésil, la Russie, la Turquie et l'Inde, tout en maîtrisant ses risques.

En Europe, Renault s'appuie sur ses marchés principaux - France, Espagne, Italie, Allemagne et Royaume-Uni -, avec une gamme plus lisible, et une feuille de route claire : développer son leadership

en matière de mobilité électrique avec E-TECH et accélérer l'offensive sur le segment C et le marché des véhicules utilitaires.

Portée par la Nouvelle Vague, Renault accélère, améliore ses performances et va de l'avant.