

Nissan définit sa nouvelle orientation à long terme avec la vision 'Mobility Intelligence for Everyday Life'

- Les véhicules conçus avec l'aide de l'intelligence artificielle vont transformer l'expérience client, avec pour objectif l'adoption de la technologie « Nissan AI Drive » dans 90 % des futurs modèles
- Une gamme de produits rationalisée à 45 modèles, avec davantage d'options de motorisations pour donner plus de choix au client
- La stratégie globale s'articule autour des marchés phares que sont le Japon, les États-Unis et la Chine, afin de renforcer notre présence à l'échelle mondiale et notre compétitivité
- Le tout nouveau Nissan X-Trail/Rogue hybride e-POWER et le tout nouveau JUKE électrique incarnent le design, les performances et l'expérience de demain

YOKOHAMA, Japon (14 avril 2026) : Nissan Motor Co., Ltd. a annoncé aujourd'hui sa vision à long terme, intitulée « Mobility Intelligence for Everyday Life », qui définit une orientation stratégique centrée sur le client. Cette vision intègre la mobilité intelligente dans la vie quotidienne grâce à l'accent mis par Nissan sur les véhicules conçus avec l'aide de l'IA, offrant ainsi un choix de technologies d'électrification pour répondre aux divers besoins des clients et du marché.

Ivan Espinosa, President and CEO de Nissan, a déclaré : « Le moment est venu d'exposer la vision à long terme de Nissan, qui va au-delà du plan Re:Nissan et trace une voie claire pour l'avenir. Cette vision définit la direction que prend Nissan, avec l'expérience client comme priorité absolue. En développant la mobilité intelligente, nous proposerons des produits et des technologies plus sûrs, plus intuitifs et plus accessibles, offrant une valeur exceptionnelle et une expérience globale plus enrichissante. »

Alors que Nissan se tourne vers l'avenir, le plan Re:Nissan reste sur la bonne voie dans sa dernière année d'exécution, permettant d'atteindre une structure de coûts compétitive, d'améliorer le taux d'utilisation des capacités et de créer une dynamique solide autour des nouveaux produits, qui jette les bases de la croissance future.

La nouvelle orientation à long terme de Nissan, guidée par sa vision, vise à générer un avantage concurrentiel durable grâce aux technologies de nouvelle génération, à un portefeuille de produits rationalisé, à une

approche redéfinie du marché mondial et à un modèle industriel organisé autour de familles de véhicules clairement définies.

Technologies de nouvelle génération : intelligence artificielle et électrification

L'intelligence artificielle est au cœur de la stratégie de Nissan en matière d'innovations technologiques. Elle est à la base du concept Nissan AIDV (AI-Defined Vehicles), qui associera les technologies Nissan AI Drive et Nissan AI Partner afin d'améliorer la mobilité et d'optimiser le temps passé dans les déplacements.

S'appuyant sur le déploiement concret de technologies avancées d'aide à la conduite, Nissan intègre l'IA aux systèmes de contrôle et de sécurité du véhicule.

Nissan ambitionne de déployer la technologie Nissan AI Drive sur 90 % de sa gamme à long terme.

Le nouveau Nissan Elgrand, dont le lancement est prévu pour l'été 2026, sera équipé du système ProPILOT de nouvelle génération, offrant une conduite entièrement autonome d'ici la fin de l'exercice 2027.

Parallèlement à l'introduction de la technologie Nissan AI Drive, axée sur le développement de la conduite autonome, l'entreprise améliorera l'expérience client grâce à la technologie Nissan AI Partner. Cette dernière se connecte intuitivement pour faciliter les activités quotidiennes et intégrer naturellement le véhicule à la vie de tous les jours.

L'expérience axée sur l'intelligence artificielle de Nissan ainsi que la prochaine étape de la mobilité autonome seront rendues possibles par une électrification croissante. La technologie hybride e-POWER révolutionnaire de Nissan favorise l'adoption de l'électrification, en offrant une expérience de conduite similaire à celle d'un véhicule électrique et en créant une transition naturelle vers les véhicules entièrement électriques.

Parallèlement à la technologie e-POWER, Nissan proposera une gamme plus étendue de motorisations électrifiées afin de répondre aux divers besoins de ses clients sur les marchés mondiaux. Cette gamme diversifiée de groupes motopropulseurs comprend un nouveau système de véhicule hybride électrique (HEV) pour les futurs modèles à châssis séparé afin de satisfaire les clients qui recherchent des performances accrues et une autonomie plus longue. Nissan complétera son offre en proposant des solutions hybrides rechargeables et hybrides à prolongateur d'autonomie grâce à des partenariats.

Gamme de produits rationalisée : Clarification du rôle de chaque modèle

La stratégie produit de Nissan repose sur une définition claire des rôles et

un développement plus rapide. L'entreprise va rationaliser sa gamme mondiale, passant de 56 à 45 modèles, en abandonnant les modèles peu performants et en réorientant les investissements vers les secteurs en croissance. Parallèlement, Nissan élargira l'éventail des motorisations disponibles pour chaque modèle, offrant ainsi davantage de choix aux clients, augmentant le volume de ventes par modèle et renforçant les fondements de son activité.

Modèles classés par rôle

Dans le cadre de sa nouvelle approche de portefeuille, Nissan axe sa stratégie de modèles sur quatre catégories :

- **Les modèles emblématiques** qui incarnent l'identité, les valeurs émotionnelles et l'innovation de Nissan
- **Les modèles essentiels** qui assurent la pérennité de l'activité mondiale grâce à leur envergure et leur stabilité
- **Les modèles de croissance** qui ciblent l'expansion là où la demande est émergente
- **Les modèles partenaires** qui étendent la couverture du marché grâce à une collaboration rigoureuse.

L'entreprise a présenté aujourd'hui des modèles qui incarnent les prochaines étapes de cette orientation stratégique.

- **Le nouveau X-Trail/Rogue e-POWER** : un modèle essentiel global doté de la motorisation hybride exclusive de Nissan qui offre l'efficacité d'un hybride et le caractère dynamique des moteurs électriques, sans avoir besoin de recharger
- **Le tout nouveau Juke EV**: un modèle essentiel pour l'Europe qui allie un design audacieux et distinctif à une électrification complète ainsi qu'à des fonctionnalités intelligentes
- **Le Xterra** : un modèle emblématique pour les États-Unis, offrant esprit d'aventure, robustesse et fonctionnalité
- **La Skyline** : un modèle emblématique pour le Japon, offrant performance, précision et un caractère axé sur le conducteur.

Dans le haut de gamme, INFINITI demeure un élément essentiel de la stratégie produit de Nissan. La marque va être revitalisée grâce à des modèles inédits et restylés, à commencer par le tout nouveau SUV QX65 ce printemps. Suivront quatre autres modèles : un nouveau SUV hybride de taille moyenne, une berline V6 haute performance et deux SUV hybrides à châssis séparé.

Modèle industriel

Dans le cadre de sa vision, Nissan transforme son modèle industriel grâce à

la stratégie de famille de produits Nissan.

Cela permettra à l'entreprise de passer d'une optimisation modèle par modèle à un développement axé sur l'architecture, reposant sur des plateformes de véhicules, des groupes motopropulseurs et une plateforme logicielle communs.

Nissan concentrera ses efforts de développement sur trois familles de produits qui représenteront plus de 80 % de son volume mondial, augmentera le volume par modèle de plus de 30 %, tout en accélérant le rythme de développement et le déploiement des technologies.

En harmonisant dès le départ la conception des produits et leur mise en œuvre industrielle, Nissan renforce la qualité, améliore la maîtrise des coûts et permet des lancements de produits plus rapides et plus compétitifs à grande échelle.

Approche de marché redéfinie

Nissan fait évoluer sa stratégie commerciale mondiale en redéfinissant le rôle de ses trois principaux marchés : le Japon, les États-Unis et la Chine.

Ces trois marchés joueront un double rôle dans la stratégie globale de l'entreprise : ils constitueront les piliers de sa performance tout en agissant comme moteurs mondiaux de sa compétitivité et de ses capacités industrielles. Ensemble, ces marchés constituent le fondement de la capacité de Nissan à déployer ses innovations à grande échelle, à adapter ses volumes à la demande et à établir des normes en matière de compétitivité mondiale en termes de rapidité, de coûts et d'adéquation aux besoins des consommateurs.

Le Japon est le marché domestique de Nissan et sert de terrain d'expérimentation pour ses technologies de pointe. Cela inclut le lancement de la nouvelle génération de ProPILOT et de services de mobilité, tout en renforçant l'offre de modèles essentiels de Nissan. À partir de l'exercice 2028, Nissan lancera une gamme de voitures compactes afin d'enrichir son offre et d'atteindre un volume de ventes annuel total de 550 000 unités d'ici l'exercice 2030. Parallèlement, un engagement plus profond auprès des jeunes clients contribuera à renforcer la notoriété de la marque et sa pertinence à long terme.

Les États-Unis offriront des rendements stables et constitueront un socle pour une croissance durable, avec pour objectif de revenir à un million de ventes annuelles d'ici l'exercice 2030. La stratégie de marché repose sur le leadership dans le segment des gros véhicules et sur une forte présence industrielle, soutenue par un niveau élevé de localisation. La compétitivité des produits sera renforcée grâce au Rogue Hybrid e-POWER de nouvelle génération ; à une nouvelle gamme de véhicules à châssis séparé, emmenée par le retour du Xterra, qui proposera à la fois des motorisations

V6 et de nouvelles motorisations hybrides V6 ; et à la poursuite de l'utilisation de moteurs V6 dans les SUV du segment D, là où la demande des clients l'exige. Les investissements dans les véhicules électriques resteront rigoureux et adaptés aux tendances de consommation et à l'évolution des politiques. INFINITI sera revitalisée grâce à une nouvelle gamme de modèles, soutenant à la fois la croissance de la marque et celle des marges.

La Chine sera un moteur de développement rapide, de maîtrise des coûts et d'exportations mondiales. En renforçant sa gamme de véhicules à énergies nouvelles (NEV), Nissan augmentera ses ventes sur le marché intérieur tout en faisant des exportations un pilier stratégique. Notre objectif est d'atteindre un million d'unités vendues d'ici l'exercice 2030. Dans cette optique, la N7 sera exportée vers l'Amérique latine et l'ASEAN, tandis que le Frontier Pro sera distribué en Amérique latine, en ASEAN et au Moyen-Orient, offrant ainsi des perspectives de croissance grâce à une gamme élargie de véhicules électrifiés. Ce double rôle permet à la Chine de contribuer simultanément à la croissance locale et au renforcement de notre portefeuille mondial.

Par ailleurs, la présence historique et la notoriété de la marque Nissan au Mexique et au Moyen-Orient continuent de générer une forte valeur ajoutée au sein du portefeuille mondial de l'entreprise. Le Mexique constitue un pilier industriel et de rentabilité essentiel, stimulant l'expansion et les bénéfices sur le continent américain et au-delà grâce à une base industrielle solide et à la plus importante part de marché mondiale de Nissan. Le Moyen-Orient demeure un marché prioritaire pour la croissance et la rentabilité, porté par les exportations en provenance des principaux marchés et une offre axée sur les grands SUV et les segments haut de gamme où l'expertise de Nissan correspond parfaitement à la demande des clients.

Au-delà des principaux marchés, d'autres marchés, notamment l'Europe, l'Inde et l'Afrique, contribueront à l'expansion de Nissan et au soutien de sa croissance globale. Ensemble, ils formeront une stratégie de marché cohérente, en phase avec l'approche de Nissan en matière de portefeuille de produits.

En résumé, Ivan Espinosa a conclu : « Alors que nous poursuivons notre redressement, il est essentiel que Nissan démontre son engagement sans faille envers le client, en saisissant les opportunités offertes par les technologies d'intelligence artificielle, en développant l'électrification et en intégrant l'innovation dans nos véhicules afin d'assurer une croissance durable du marché ».

Nissan fera le point sur l'avancement de son programme Re:Nissan lors de la publication de ses résultats annuels en mai et annoncera d'autres éléments de sa stratégie plus tard dans l'année.