

RENAULT GROUP LANCE *futuREady* ET OUVRE UNE NOUVELLE ÈRE STRATÉGIQUE

- Renault Group passe à la vitesse supérieure pour transformer la *success story* du plan précédent *Renaulution* en un véritable *success system* durable et mondial.
- Avec *futuREady*, son nouveau plan stratégique, le Groupe entend poursuivre sa dynamique de croissance et devenir le constructeur européen de référence.
- *futuREady* s'articule autour du produit et de l'expérience client, de l'innovation technologique et de l'excellence opérationnelle, tout en reposant sur un engagement fort envers les salariés, les fournisseurs, les réseaux de distribution et les partenaires.
- Le produit demeure au cœur de cette stratégie : Renault Group lancera 36 nouveaux modèles d'ici 2030 en accélérant son électrification et sa gamme internationale.
- À moyen terme, l'entreprise vise à générer durablement des résultats financiers robustes et résilients : une marge opérationnelle Groupe entre 5 % et 7 % du chiffre d'affaires et un free cash-flow de l'Automobile supérieur ou égal à 1,5 milliard d'euros par an en moyenne.

Boulogne-Billancourt, le 10 mars 2026

«futuREady, notre nouveau plan stratégique, marque une étape cruciale pour l'avenir de Renault Group. Dans un environnement devenu plus compétitif que jamais, nous pouvons nous appuyer sur des fondamentaux solides : nos marques, nos produits et nos résultats financiers.

Dès ma nomination en tant que Directeur Général, en juillet dernier, nous avons travaillé avec l'ensemble des équipes dans le monde pour bâtir un plan qui permette au Groupe d'être performant de façon durable et robuste, quels que soient les défis à venir. Neuf mois plus tard, je suis très fier de ce que nous avons construit tous ensemble et qui constitue notre vision futuREady.

Ce plan s'appuie sur quatre piliers. D'abord, la croissance et le produit. Nous allons lancer 36 nouveaux modèles d'ici 2030 et transformer en profondeur l'expérience client pendant la vie de nos véhicules. Ensuite, nous accélérerons nos roadmaps technologiques, sur toutes les technologies clés. Nous allons également nous fixer des objectifs très ambitieux de performance opérationnelle, en massifiant le recours à l'IA.

Enfin, nous allons réussir ce plan collectivement, comme nous le faisons depuis plus de 127 ans. Je fais référence à nos équipes tout d'abord, mais aussi à nos concessionnaires, nos partenaires et fournisseurs.

Ensemble, grâce à futuREady, nous allons prouver qu'un constructeur européen peut durer et devenir la référence automobile européenne sur la scène mondiale. »

François Provost, CEO de Renault Group

De la *success story* au *success system*

Dans un contexte mondial marqué par une volatilité croissante et une intensification de la concurrence, Renault Group aborde le cycle qui s'ouvre avec des fondations solides.

En effet, *Renaulution*, le plan stratégique lancé en 2021, a replacé le Groupe dans le peloton de tête des constructeurs européens grâce à :

- un positionnement clair et complémentaire de ses marques ;
- une stratégie orientée vers la valeur, portée par un programme de renouvellement ambitieux avec 32 lancements en cinq ans et des modèles avec un fort pouvoir de désirabilité.

Avec *futuREady*, Renault Group vise à devenir le **constructeur automobile européen de référence au niveau mondial** en s'appuyant sur 4 piliers structurants : ***growth-ready***, ***tech-ready***, ***excellence-ready*** et ***trust-ready***¹.

Pour cela, le Groupe conserve un **ancrage fort en Europe**. Il s'appuiera sur ses plateformes pour renforcer sa compétitivité et proposer des produits toujours plus alignés avec les attentes clients.

Au-delà, il accélère **via une approche ciblée dans ses 'hubs' de croissance** – Inde, Amérique du Sud et Corée du Sud – qui constituent autant de relais pour soutenir sa trajectoire d'expansion.

« Devenir le constructeur européen de référence, c'est se fixer l'ambition de développer et produire en Europe des produits au meilleur niveau en termes de désirabilité, de technologies et de compétitivité.

Dans un environnement plus compétitif que jamais, cela suppose de savoir conjuguer performance et innovation avec résilience et robustesse. C'est toute l'ambition de futuREady.

Chez Renault Group, nous savons d'où nous venons, et nous savons où nous voulons aller, comment et avec qui. Dans un seul but : servir au mieux nos clients et in fine leur garantir une mobilité propre, accessible et adaptée à leurs besoins, grâce à la force de nos marques et de nos produits ».

François Provost, CEO de Renault Group

¹ Prêts pour la croissance - Prêts sur la tech - Prêts pour l'excellence - Prêts grâce à la confiance

Le plan *futuREady*, quatre convictions pour croître durablement

- ✓ **Growth-ready**: poursuivre l'offensive produits tout en plaçant l'expérience client au cœur de notre activité

La volonté de Renault Group est de **réussir sa deuxième offensive produits**, composée de 22 nouveaux modèles en Europe, dont 16 électriques, et 14 modèles à l'international.

RENAULT

- La marque **Renault** va accélérer sa dynamique de croissance autour de trois leviers clés :
 - renforcer le potentiel de la marque en Europe grâce à 12 lancements produits ;
 - généraliser l'électrification de la gamme avec d'une part le maintien de la technologie hybride après 2030 en Europe et son développement à l'international, et d'autre part, l'extension de son offre 100 % électrique avec une nouvelle plateforme ;
 - accélérer son offensive à l'international avec 14 lancements produits.
- D'ici 2030, la marque vise :
 - plus de 2 millions de véhicules vendus par an, dont 50 % hors d'Europe ;
 - 100 % de ventes électrifiées en Europe et 50 % hors d'Europe.

DACIA

- **Dacia** poursuivra sa montée en puissance avec les mêmes fondamentaux et la même philosophie :
 - proposer l'offre la plus compétitive en alliant prix, coût et valeur pour le client ;
 - accélérer son électrification en visant 2/3 de ses ventes en 2030 ;
 - poursuivre l'offensive sur le segment C, soit 1/3 de ses ventes en 2030² ;
 - capitaliser sur son expertise reconnue en 4x4, sur l'hybride E-Tech du Groupe et sur le leadership de son offre GPL.
- D'ici 2030, la marque aura pris le virage de la mobilité électrique en passant de 1 à 4 véhicules électriques dans sa gamme.

ALPINE

- **Alpine** va continuer sa stratégie de croissance en :
 - lançant la prochaine génération de son modèle iconique, la A110 basée sur l'Alpine Performance Platform – APP ;
 - capitalisant sur les modèles Alpine A290 et A390 pour attirer de nouveaux clients ;
 - proposant toujours plus d'exclusivité et de personnalisation via des séries limitées telles que l'Alpine A110 R Ultime.

L'expérience client sera un des atouts clés de la stratégie des trois marques **dans le cadre de leur offensive produits et ce à chaque moment de la vie du véhicule**. Elle deviendra un axe majeur de différenciation et de fidélisation. Véhicule neuf, après-vente, véhicule d'occasion, financement grâce à sa captive « MFS » - Mobilize Financial Services - mais aussi énergie : chaque étape de la vie

² 1/5^{ème} aujourd'hui

des voitures commercialisées doit apporter à la fois une vraie valeur perçue pour les clients mais aussi devenir une source de revenus pour le Groupe et son réseau de distribution.

L'ambition est de tirer pleinement parti du potentiel offert par les deuxième et troisième vies des véhicules, en visant un **taux de fidélisation client de 80 % sur un cycle de dix ans** à l'horizon 2030 et un positionnement de nos marques parmi les trois premières en matière de satisfaction client.

La transformation technologique associée à cette démarche vise également à moderniser notre système de distribution. Elle inclura notamment la mise en place d'un programme nommé *software defined retail*, s'appuyant sur la digitalisation des processus commerciaux et sur le jumeau numérique véhicule, qui doit permettre d'accroître son efficacité et viser 20 % de réduction de ses coûts.

✓ **Tech-ready** : faire de la technologie un moteur de croissance et de compétitivité technique et économique

L'électrification, le software, le digital et les plateformes constituent les leviers technologiques clés pour permettre au Groupe **de rivaliser avec les meilleurs constructeurs**.

L'ingénierie est en première ligne pour développer ces technologies en mobilisant pleinement le savoir-faire des équipes internes et de nos fournisseurs.

- **Première priorité** : préparer les **futures générations de véhicules électriques du segment C** avec la meilleure efficacité, et donc le meilleur ratio autonomie/coût. Pour cela, Renault Group s'appuiera **sur sa nouvelle plateforme électrique RGEV Medium 2.0**.
 - Dotée d'une architecture électrique de 800 volts avec une charge rapide jusqu'à 10 minutes en 2030, cette plateforme modulaire pourra aller du segment B+ au D. Sa polyvalence lui permettra d'accueillir toutes les silhouettes : berline, SUV et monospace.
 - L'intégration de l'énergie de la batterie atteindra un taux de remplissage maximal de 70 %, grâce à une conception *cell-to-body*, 20 % de pièces en moins et une compatibilité avec les cellules de type « pouch », « prismatiques » et « blades ». Elle offrira une autonomie au meilleur niveau du marché, jusqu'à 750 km WLTP en version EV et jusqu'à 1 400 km en version *Range Extender EV*, avec des émissions à moins de 25 g de CO₂/km.
 - Grâce à son architecture électronique centralisée de type *Software Defined Vehicle* (SDV)³, 90 % des fonctionnalités seront mises à jour en FOTA 4 : (*Firmware Over The Air*) en réduisant par deux leur délai d'introduction. Ce sera aussi le premier carOS, système d'exploitation du véhicule, codéveloppé avec le partenaire Google, sur base Android. L'étape suivante consistera à faire évoluer le SDV vers une architecture dite *Artificial Intelligence Defined Vehicle* (AIDV), capable de piloter l'info-divertissement, les ADAS et le châssis, ouvrant la voie à la voiture intelligente.

Cette nouvelle plateforme RGEV Medium 2.0 sera développée principalement en France. Elle permettra d'atteindre une baisse de coûts de 40 % par rapport à la génération de véhicules électriques actuelle.

³ Renault Group sera le premier constructeur européen à lancer un SDV en Europe.

- Si les futurs véhicules du segment C, basés sur cette plateforme, ainsi que le nouveau Trafic Van E-Tech électrique, disposeront de cette architecture centralisée SDV, Renault Group continuera d'exploiter son architecture électrique & électronique classique, dite « Domain Control », - où les fonctions du véhicule sont regroupées par domaines fonctionnels (ADAS, cockpit, etc.).

La compétitivité de cette architecture, déjà largement éprouvée et avec un excellent rapport coût/prestations client, continuera d'être optimisée ces prochaines années.

- En parallèle, le Groupe **s'appuiera sur sa double expertise électrique et hybride.**

Pour les motorisations électriques, deux typologies de chimies de batterie seront proposées pour répondre aux différentes attentes des clients :

- Chimies dites à « haute densité d'énergie », destinées aux modèles à forte puissance et/ou à très grande autonomie. Les véhicules utilisant ces chimies passeront progressivement à l'architecture 800 volts dès 2028, pour atteindre, en fonction des capacités prévues du réseau européen en 2030, jusqu'à 10 minutes de charge rapide.
- Chimies dites « abordables », pour les petites voitures et les versions à autonomie standard. Les véhicules des segments A-B resteront en 400 volts, avec un temps de recharge de 20 minutes en 2030. La conception de la plateforme RGEV medium 2.0 permettra également d'atteindre une très grande autonomie avec l'utilisation de ce type de chimie « abordable », sans sacrifier le temps de charge grâce à son architecture native 800 volts à savoir jusqu'à 10 minutes.
- Autre élément clé de la chaîne de traction électrique : le moteur. Le Groupe développera sa troisième génération (EESM)⁴ à rotor bobiné et sans terre rare. Avec un rendement de 93 % sur autoroute et une puissance accrue de 25 %, ce moteur de 275 ch, développé et produit en interne, sera proposé en versions traction et propulsion. Couplé à une électronique de puissance innovante et évolutive, dite « 7-en-1 », il offrira un gain économique de 20 % par rapport à la génération précédente.
- L'ensemble de ces technologies seront développées en Europe pour les marchés européens.

Pour les hybrides (HEV), Renault Group poursuivra l'extension de sa technologie E-Tech au-delà de 2030 avec de nouvelles versions inférieures à 150 ch et un déploiement hors d'Europe et ce, avec une réduction de coût significative.

- **Pour préparer l'avenir**, le Groupe intensifiera **l'intégration de technologies nouvelles dans les domaines clés**, comme le cockpit et les châssis intelligents, les nouvelles chimies de batteries, les moteurs-roues, l'électronique de puissance, le software et l'architecture électronique.

Cette dynamique capitalisera sur l'expertise interne et sur des partenariats stratégiques. Pour capter les innovations et en faire de véritables éléments de rupture, Renault Group utilisera son réseau international de centres de R&D.

⁴ EESM: *Electrically Excited Synchronous Motor*

✓ **Excellence-ready**: renforcer la résilience et l'excellence opérationnelle

Dans un environnement de plus en plus volatile, Renault Group a pour ambition de rivaliser avec les constructeurs automobiles chinois en termes d'innovation, de coûts et de vitesse. Cela implique un **développement produit plus rapide, sur un cycle de 2 ans. Tous les nouveaux projets du Groupe sont désormais développés avec cet objectif.**

- **Côté production**, l'entreprise renforcera son modèle opérationnel déjà parmi les plus performants au monde.
 - Renault Group maximisera l'exploitation des données de son **métaverse industriel, véritable jumeau numérique de l'ensemble de ses usines, lui permettant de suivre en temps réel l'ensemble des étapes de production** et potentiels incidents sur le terrain, et ce partout dans le monde.
 - Avec l'utilisation de 30 % de pièces en moins en moyenne par véhicule et l'intégration de 350 robots humanoïdes de nouvelle génération pour les tâches pénibles ou à moindre valeur ajoutée. Grâce à l'IA, Renault Group veut diviser par **deux le temps d'interruption dans ses usines, diminuer de 25 % leur consommation d'énergie. Globalement, une réduction des coûts de production de 20 %.**
- **Côté qualité**, avec 100 % des étapes clés de fabrication supervisées par IA - soit plus de 1 000 points de contrôle - une traçabilité sans faille, une réactivité fortement accrue face aux alertes remontées par le réseau commercial et une capacité quasi-généralisée de mise à jour à distance de ses véhicules, Renault Group se donne une nouvelle fois⁵ les moyens de **réduire de moitié les incidents dès la première année d'utilisation** et de diviser par trois les réclamations clients sur cinq ans.
- Autre domaine d'excellence du Groupe : la **supply chain**. Forte de **ses trois control towers⁶ digitales**, elle pourra surveiller en temps réel les potentiels risques sur l'ensemble des flux - vers ses usines, chez ses fournisseurs dans toute la chaîne de valeur ou vers le réseau commercial et les clients - pour garantir la continuité des opérations et **optimiser ses flux globaux avec pour objectif de réduire ses coûts logistiques de 30 %.**

Agile, résilient et plus efficace que jamais, Renault Group fait de l'excellence opérationnelle une réalité quotidienne dans toute l'entreprise, et un engagement durable envers ses clients. Le Groupe se concentrera sur la performance dans la gestion des coûts variables et une discipline stricte sur les coûts fixes avec une attention forte sur la productivité.

Cette rigueur opérationnelle à tous les niveaux permettra de **réduire les coûts variables (COGS) par véhicule d'environ 400 euros par an en moyenne, les tickets d'entrée des nouveaux projets jusqu'à 40 % par rapport à la génération précédente**, tout en maintenant les dépenses de frais généraux stables sur le moyen terme.

⁵ Le plan Renaulution a permis de réduire de 50 % une première fois.

⁶ *Inbound control tower* (avant usine), *outbound control tower* (en sortie usine) et *business continuity plan*

Ainsi, Renault Group maintiendra une base de coûts fixes cash stable sur le moyen terme, permettant une gestion prudente du seuil de rentabilité.

Les dépenses de R&D Capex et tickets d'entrée des fournisseurs resteront inférieures à 8 % du chiffre d'affaires du Groupe.

✓ **Trust-ready**: consolider nos engagements envers nos parties prenantes

- **Pour ses près de 100 000 collaborateurs**, Renault Group fait le choix d'investir **durablement dans les compétences et l'accompagnement pour renforcer leur employabilité** dans un monde en constant changement. Pierre angulaire de cette stratégie, les 9 000 managers du Groupe seront accompagnés pour gérer leurs responsabilités dans un monde complexe.
- **Avec ses fournisseurs, le Groupe souhaite instaurer un esprit partenarial**. Ce nouveau mode de fonctionnement permettra de travailler sur les composants et technologies stratégiques dans une relation de confiance, de transparence sur le long terme. Ils seront associés en amont dans les projets afin de favoriser innovation, vitesse de développement et réduction des coûts.
- Avec 9 000 sites dans le monde et 30 millions de transactions par an, le **réseau de distribution est pour Renault Group l'acteur majeur de l'interaction et de la satisfaction client**. Il est au cœur de la transformation pour créer de la 'valeur' tout au long du cycle de vie du véhicule. Les technologies digitales et l'Intelligence Artificielle transformeront l'expérience client et permettront au réseau de distribution de se concentrer sur le service clients.
- Enfin, **Renault Group continue de renforcer son savoir-faire reconnu en matière de partenariats acquis grâce à son alliance stratégique avec Nissan et Mitsubishi Motors**. En Europe, le Groupe conservera une pleine autonomie industrielle et technologique, et reste ouvert à produire des véhicules pour d'autres constructeurs grâce à son savoir-faire et à ses capacités. A l'international, il privilégiera comme il le fait déjà, des accords ciblés pour accélérer sa croissance.
 - En Europe, les technologies compétitives et les capacités industrielles du Groupe attirent déjà Nissan, Mitsubishi Motors, Volvo Group (Renault Trucks) et désormais Ford.
 - À l'international, l'Inde va se transformer en un véritable centre de production et d'approvisionnement pour servir à la fois les marchés locaux et mondiaux, en fabriquant notamment une gamme complète de modèles Nissan. En Corée du Sud et en Amérique du Sud, le Groupe continuera de s'appuyer sur son partenariat avec Geely.
 - Au global, le Groupe produira plus de 300 000 véhicules par an pour ces 5 constructeurs d'ici 2030 sur trois continents.

ANNEXES

Annexe 1 – Les plateformes Renault Group

RGMP small	Plateforme modulaire, segments B & C
RGEV small	Plateforme électrique , segments A & B
RGEV medium 1.0	Plateforme électrique , segment C 1 ^{ère} génération
RGEV medium 2.0	Plateforme électrique , segments C & D 2 ^{ème} génération
RGMP medium	Plateforme modulaire, segments C & D
RGMP pick-up	Plateforme modulaire, pick-up
RGEV medium van	Plateforme électrique , VUL medium
APP	Plateforme Alpine
RGEA	Adaptation de la plateforme GEA Geely
RGEP	Plateforme multi-énergie, entry

Annexe 2 – Synthèse *futuREady*

<i>Growth-ready</i> - Produit et expérience client - Être présent sur 55 % du marché mondial (hors USA, Canada, et Chine) soit ~ 50 millions d'unités - Réussir un deuxième cycle produit : 36ancements, dont 16 électriques et 14 à l'international, sur 5 ans - Atteindre 80 % de fidélité clients sur 10 ans dès 2030
<i>Tech-ready</i> - Technologie et innovation - Réduire de 40 % le coût des EV - Préparer l'offensive EV sur le segment C : nouvelle plateforme RGEV Medium 2.0 avec une autonomie jusqu'à 750 km en EV et 1400 km grâce au range extender - Étendre l'offre hydrure E-Tech : au-delà de 2030, à l'international et en versions < 150 ch - Être le 1^{er} constructeur européen à lancer le SDV en Europe en 2026
<i>Excellence-ready</i> - Excellence opérationnelle Développer en 2 ans tous les véhicules - Réduire une nouvelle fois de 50 % les incidents qualité - Diminuer le coût variable (COGS) par véhicule d'environ 400 € par an en moyenne et le ticket d'entrée des nouveaux projets jusqu'à 40 % par rapport à la génération précédente
<i>Trust-ready</i> - Engager les parties prenantes Augmenter la productivité et réduire le point mort du réseau d'au moins 20 % - Produire plus 300 000 voitures par an pour d'autres constructeurs d'ici 2030 (Nissan, Mitsubishi Motors, Volvo Group (Renault Trucks) Geely et Ford) d'ici 2030

À propos de Renault Group

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Le Groupe s'appuie sur la complémentarité de ses trois marques automobiles – Renault, Dacia, Alpine – et sur sa captive financière – Mobilize Financial Services – pour proposer des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 100 pays, Renault Group a vendu 2,337 millions de véhicules en 2025. Il réunit près de 100 000 collaborateurs qui incarnent au quotidien sa Raison d'Être, pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres.

Prêt à relever des défis sur route comme en compétition, le Groupe est engagé dans une transformation ambitieuse et génératrice de valeur centrée sur le développement de technologies et de services inédits, et d'une nouvelle gamme de véhicules encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. En phase avec les enjeux environnementaux, Renault Group a l'ambition d'atteindre la neutralité carbone en Europe d'ici à 2040 et dans le monde d'ici à 2050.

Davantage d'information : <https://www.renaultgroup.com/fr/>