

## Renault Group dévoile *futuREady India* pour soutenir sa prochaine phase de croissance à l'international

- Renault Group présente *futuREady India*, la version locale de son plan stratégique destiné à accélérer sa croissance en Inde et à l'international. Ce plan vise également à renforcer ses capacités d'ingénierie et de production afin d'assurer la compétitivité du Groupe sur le long terme à l'échelle mondiale.
- Avec *futuREady India*, Renault vise à faire de l'Inde l'un des trois principaux marchés mondiaux de la marque d'ici 2030. Le Groupe y engage son plus vaste renouvellement de véhicules à ce jour, avec un portefeuille qui s'élargira à sept modèles multi-énergies d'ici 2030, tous conçus spécifiquement pour répondre aux besoins du marché local, basés sur une architecture numérique et électronique de nouvelle génération.
- À travers ce nouveau plan stratégique, Renault Group positionne l'Inde comme un pilier de sa chaîne de valeur mondiale, en faisant du pays un centre d'excellence technologique au service du marché local mais également de l'ensemble de ses opérations dans le monde. L'ambition du Groupe est de générer 2 milliards d'euros d'exportations annuelles d'ici 2030 (véhicules, R&D et composants).

Boulogne-Billancourt, le 16 avril 2026

À l'issue d'une visite d'une semaine en Inde, François Provost, CEO de Renault Group, a présenté *futuREady India*, déclinaison Indienne du plan stratégique *futuREady* dévoilé par le Groupe en mars dernier.

*« Avec notre nouveau plan stratégique, futuREady, Renault Group accélère son développement international en s'appuyant sur des marchés à fort potentiel, en forte croissance, où le Groupe dispose déjà d'une présence solide. L'Inde, où nous sommes implantés depuis quinze ans, incarne pleinement cette ambition. À elle seule, elle représente plus d'un tiers du potentiel de croissance parmi les marchés où la marque Renault est déjà présente.*

*L'Inde a vocation à devenir non seulement un marché de croissance, mais aussi un pôle d'excellence et d'export. Grâce à l'engagement et à l'expertise de nos équipes locales, elle contribuera pleinement au renforcement de la compétitivité internationale du Groupe.*

*Il y a trente ans, Renault Group ouvrait un premier chapitre de son expansion à l'international. Avec futuREady, nous en ouvrons un nouveau, avec l'Inde au cœur de cette dynamique. » François Provost, CEO, Renault Group*

« D'ici 2030, nous proposerons en Inde un portefeuille de sept modèles, couvrant des segments clés allant des voitures compactes aux SUV de plus grande taille, et intégrant l'ensemble des motorisations électrifiées, allant des hybrides aux véhicules 100 % électriques.

En s'appuyant sur une ingénierie de niveau mondial, un outil de production compétitif et une feuille de route produits claire et ambitieuse, l'Inde est appelée à devenir un moteur majeur de création de valeur durable pour Renault Group. » **Stéphane Deblaise, CEO, Renault Group en Inde**

## Renault Group lance sa plus grande offensive produits en Inde

En Inde, Renault Group reste concentré sur une clientèle croissante prête à privilégier des véhicules alliant design attractif, technologies embarquées avancées et motorisations électrifiées avec l'ambition, à terme, de figurer parmi les trois premiers marchés de la marque Renault d'ici 2030.

La marque adopte un positionnement à plus forte valeur ajoutée, porté notamment par l'intégration de plus de technologies aussi bien à bord du véhicule qu'en termes de motorisations.

Quatre véhicules composent actuellement la gamme, qui sera portée à sept modèles d'ici 2030 avec notamment Renault Duster, révélé en janvier dernier, et qui rencontre déjà un fort enthousiasme des clients Indiens. Dans le cadre des annonces *futuREady*, le groupe a également présenté le show-car Bridger Concept qui préfigure un nouveau SUV compact du segment B, véritable véhicule multi-énergie incluant une version électrique

Ces 7 véhicules reposeront sur deux plateformes complémentaires, RGEP<sup>1</sup> et RGMP small<sup>2</sup>, spécifiquement déployées en premier sur le marché Indien et toutes deux avec une approche multi-énergie pour proposer des motorisations thermiques dont hybrides et électriques selon les besoins.

Enfin, la marque entend également se différencier grâce à un engagement renforcé auprès de ses clients Indiens. À travers l'initiative Renault Forever, le Groupe vise à construire une relation durable fondée sur la confiance, la qualité de service et une expérience client simplifiée. Les clients Indiens bénéficieront notamment d'une garantie de 7 ans.

## Un hub technologique et d'exportation

Suite au lancement de *futuREady* le 10 mars 2026, Renault Group dévoile désormais *futuREady India*, afin de faire de ses opérations en Inde, portées par 15 000 collaborateurs, un hub de premier plan au service du marché Indien et du monde.

À Chennai, le Groupe dispose de l'un de ses plus grands centres d'ingénierie au monde, réunissant 6 000 ingénieurs spécialisés dans l'architecture véhicule, le software, la simulation et les évolutions du cycle de vie des véhicules. Ce site est appelé à jouer un rôle accru au sein du Groupe, en développant désormais des plateformes, des architectures véhicule et des technologies pour des projets en Inde comme pour les marchés mondiaux.

<sup>1</sup> RGEP : Plateforme multi-énergie, entry

<sup>2</sup> RGMP small : Plateforme modulaire, segments B & C

Du point de vue industriel, Renault Group possède désormais la totalité de son site de production à Chennai, ce qui accroît sa capacité de localisation de la production, facilite l'intégration avec les fournisseurs, et améliore l'efficacité des chaînes d'approvisionnement sur l'ensemble du cycle de fabrication. En s'appuyant sur le haut niveau de compétitivité de l'Inde, le Groupe souhaite faire de cette implantation un hub stratégique d'exportation de véhicules, de composants et de services associés vers d'autres régions de Renault Group, notamment l'Amérique du Sud.

L'ambition du Groupe est de générer 2 milliards d'euros d'exportations annuelles d'ici 2030, sur les véhicules, la R&D et les composants.

Renault Group confirme ainsi une conviction forte : l'Inde jouera un rôle décisif dans sa croissance et sa compétitivité au cours de la prochaine décennie.

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 plus 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/>