

# Dossier de Presse

Septembre 2015



## Renault révèle **ALASKAN Concept** et affiche ses ambitions dans le véhicule utilitaire

Leader sur le marché des véhicules utilitaires (VU) en Europe depuis 17 ans, avec des positions fortes en Amérique latine et en Afrique, le groupe Renault passe à la vitesse supérieure à l'international avec une ambition claire : faire de Renault, marque européenne et acteur régional sur le marché du VU, un acteur global de premier plan.

Pour atteindre cet objectif, le Groupe fait son entrée sur le segment des pick-ups, qui représente plus d'un tiers du marché mondial des VU. La marque lance deux modèles distincts : le pick-up sud-américain Renault Duster Oroch, présenté en juin 2015 à Buenos Aires (Argentine), et ALASKAN Concept, révélé aujourd'hui, un show truck(\*) pick-up d'une tonne de charge utile, qui préfigure un véhicule aux ambitions mondiales.

Outre son offensive avec de nouveaux modèles et sur de nouveaux marchés, Renault lance Renault Pro+, une marque expert mondiale dédiée aux acheteurs et utilisateurs de véhicules utilitaires. Proposant des produits et des services sur-mesure dans un réseau spécialisé, Renault Pro+ va renouveler l'expérience des clients, avant, pendant et après la vente. La marque expert Renault Pro+ incarne ainsi la promesse client de Renault et ses ambitions sur le marché mondial du véhicule utilitaire.

*"Nous sommes désormais prêts à mettre en action notre plan de croissance mondiale, afin de répondre aux aspirations des clients professionnels et particuliers, avec une gamme de produits enrichie, une nouvelle offre de services et une expérience client renouvelée sur le marché mondial des véhicules utilitaires."*

**Ashwani Gupta - Directeur Monde du Business Véhicules Utilitaires**

(\*) show truck : show car VU

# Sommaire

*Focus sur Renault, un acteur clé dans le VU*

**03**

## 01

### Renault dévoile ALASKAN Concept, show truck pick-up

ALASKAN Concept : un design robuste, athlétique et moderne

**04**

ALASKAN Concept : conçu pour profiter de la vie en trois dimensions

**06**

*Focus sur Hasselblad et ALASKAN Concept*

**07**

## 02

### Renault affiche ses ambitions dans le véhicule utilitaire

Une offensive sur tous les fronts : produits, marchés et partenariats

**08**

*Focus sur Renault Duster Oroch, conçu par et pour l'Amérique latine*

**10**

Renault lance Renault Pro+, une marque expert mondiale

**11**

# RENAULT, UN ACTEUR CLÉ DANS LE VU

## UN ACTEUR MONDIAL, AVEC UNE FORTE PRÉSENCE INDUSTRIELLE

- Des véhicules vendus dans 112 pays. Hors d'Europe, ses principaux marchés sont le Brésil, l'Argentine, la Turquie, le Maroc et l'Algérie.
- Une présence industrielle sur 3 continents : Europe (France), Amérique latine (Argentine, Brésil) et Afrique (Maroc).

## UN LEADER RÉGIONAL (\*)

- Leader en Europe depuis 1998.
- Leader au Maghreb depuis 2010.
- Dans le top 3 en Amérique latine depuis 2008.

## DES POSITIONS FORTES DANS DE NOMBREUX PAYS (\*)

- Brésil : Kangoo n° 1 et Master n° 1.
- Argentine : Kangoo n° 1 et Master n° 2.
- Colombie : Kangoo n° 1 et Master n° 3.
- Algérie : Kangoo n°1 et Master n° 1.
- Maroc : Master n°1 et Kangoo n° 3.
- Australie : Kangoo n° 2 et Master n° 3.

## LEADERSHIP DANS LE VÉHICULE UTILITAIRE ÉLECTRIQUE

- Premier constructeur généraliste à proposer une offre de VU électriques.
- Kangoo Z.E. vendu dans 45 pays.
- Une offre électrique complétée avec Twizy Cargo.

## UNE SOLUTION POUR CHAQUE CLIENT

- De l'artisan aux grandes flottes, à travers le monde.
- Un réseau de 360 carrossiers agréés dans 27 pays, afin de s'adapter aux besoins des clients.

(\*) Hors marché du pick-up.

# 01

## Renault dévoile ALASKAN Concept, show truck pick-up

Après Duster Oroch, Renault présente ALASKAN Concept, une nouvelle étape dans sa conquête du marché des pick-ups. Plus d'un VU sur trois, vendu dans le monde, est un pick-up : c'est sur ce marché en croissance constante que Renault lance son offensive.

Show truck racé préfigurant un véhicule aux ambitions mondiales, ALASKAN Concept est un pick-up avec une charge utile d'une tonne et un design moderne et athlétique. Il est adapté aux exigences des particuliers et des professionnels.

### ALASKAN Concept : un design robuste, athlétique et moderne

ALASKAN Concept est un véhicule robuste et statuaire, en ligne avec les codes esthétiques du marché du pick-up et avec l'identité design de la marque Renault.

#### ALASKAN Concept est un pick-up impressionnant :

- Ses dimensions en font un véhicule statuaire qui dégage force et puissance.
- Sur les côtés, à la fois musclés et sculptés, se détachent des passages de roues bien marqués et des jantes 21 pouces.
- Il s'inscrit dans l'univers de la robustesse et de la technicité.

#### À l'avant, ALASKAN Concept reprend l'ADN du design Renault et fait souffler un vent de modernité sur le monde des pick-ups :

- un logo plus grand et plus valorisant ;
- un capot imposant, qui souligne l'impression de robustesse avec ses quatre nervures sculptées ;
- des teintes métalliques associant gris satiné, brossé ou poli ;
- des touches de bleu et de jaune sur les rétroviseurs, les étriers de frein, le centre des jantes et le crochet d'arrimage avant, qui dynamisent l'allure du véhicule ;
- des feux « boomerang » (en forme de C) ;
- une signature lumineuse Full LED.



*“En terme de style, ALASKAN Concept respecte tous les codes du segment des pick-ups : il affiche des dimensions imposantes et dégage une impression de puissance et de robustesse. Et nous lui avons apporté une touche Renault, avec notamment une face avant toute en élégance.”*

**Laurens van den Acker - Directeur du Design Industriel**

**ALASKAN Concept est équipé d'un moteur Renault aux qualités éprouvées : un diesel Twin Turbo quatre cylindres déjà proposé sur d'autres véhicules, dont Master.**

- La technologie Twin Turbo associe un petit turbo à bas régime, pour une accélération fluide sans utiliser la pédale, et un turbo plus puissant, qui prend le relais à haut régime.
- Avec un positionnement longitudinal, le moteur Twin Turbo est plus léger que la moyenne.
- Outre des performances d'accélération de haut niveau, il permet de réaliser des économies de carburant et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>.



# ALASKAN Concept : conçu pour profiter de la vie en trois dimensions

ALASKAN Concept est conçu pour répondre aux exigences de trois univers différents : le monde professionnel, les loisirs et la vie de tous les jours.

## Parfaitement adapté aux besoins professionnels, ALASKAN Concept bénéficie :

- d'un châssis haute résistance pour une parfaite tenue de route, une garde au sol généreuse et un confort de conduite inédit ;
- d'une charge utile de plus d'une tonne avec passagers, avec un espace de chargement généreux, aussi bien en longueur qu'en profondeur ;
- d'une benne dotée de trois rails de fixation permettant de fixer du matériel ;
- de coffres de rangement situés de part et d'autre de la benne pour une protection parfaite du matériel ;
- d'une consommation de carburant exceptionnellement basse, qui ne l'empêche pas d'afficher une puissance et une accélération remarquables.

## ALASKAN Concept est également le parfait allié des loisirs :

- idéal pour les road trips, l'aventure et le sport, avec un espace de chargement capable d'accueillir VTT, tentes, planches de surf ou matériel de camping (doublure de caisse, couvre-benne etc.) ;
- confort optimum à bord avec des équipements et une connectivité de qualité ;
- caméra intégrée dans chacun des rétroviseurs afin de filmer le panorama extérieur pour vivre ou revivre l'aventure.

## Mais ALASKAN Concept sait aussi s'adapter à la vie de tous les jours :

- une voiture de standing, avec d'imposantes jantes 21 pouces, un style urbain moderne qui détonne dans le monde des pick-ups et offre une excellente habitabilité ;
- une ligne sportive :
  - de larges feux arrière « LED PURE VISION » en aluminium brossé et poli, encadrés par la signature lumineuse des clignotants en forme de C ;
  - une sortie d'échappement centrale en aluminium qui rappelle avec élégance le design sophistiqué des feux arrière.



## HASSELBLAD ET ALASKAN CONCEPT

Afin de valoriser la polyvalence d'ALASKAN Concept en termes d'usage, Renault a signé un partenariat design avec Hasselblad, fabricant suédois d'appareils photographiques, célèbre pour avoir fourni l'équipement de la mission Apollo qui a vu l'homme faire ses premiers pas sur la lune.

À travers ce partenariat, les deux entreprises ont mis en scène un personnage dénommé Paul, reporter photographe, pour qui ALASKAN Concept est le véhicule idéal.

ALASKAN Concept, c'est le monde de l'aventure connectée. Reporter photographe pour plusieurs magazines internationaux, Paul transporte son matériel professionnel Hasselblad dans son véhicule. Son métier peut le conduire dans toutes sortes d'environnement, sur la glace comme dans le désert. Grâce à ALASKAN Concept, Paul peut aussi profiter de son temps libre. ALASKAN Concept est l'allié idéal pour transporter tout le matériel de loisirs pour toute la famille. Et quand vient l'heure de rejoindre des amis, le temps de passer un coup de chiffon sur le capot et Paul est prêt à garer avec fierté son imposant véhicule.

→ [Video disponible sur le site media.renault.com](http://media.renault.com)



### À venir : un pick-up qui sera proche du show truck ALASKAN Concept

- Il sera conçu dans le même esprit qu'ALASKAN Concept, avec les mêmes dimensions.
- Il sera proposé en plusieurs versions et motorisations.
- Fort de l'expérience de Renault dans l'univers des crossovers (Captur et Kadjar), ce sera un pick-up haut de gamme destiné aux professionnels, mais également adapté à la vie de tous les jours et aux loisirs.

### Présentation de ce pick-up d'une tonne de charge utile au premier semestre 2016

# 02

## Renault affiche ses ambitions dans le véhicule utilitaire

Leader des véhicules utilitaires en Europe depuis 17 ans, avec des positions fortes en Amérique latine et en Afrique, Renault, marque européenne et acteur régional dans le VU, a l'ambition de devenir un acteur global de premier plan. Le marché mondial du véhicule utilitaire est majeur et stratégique avec plus de 14 millions de véhicules en 2014.

Pour devenir un acteur global de premier plan, Renault lance une offensive sur tous les fronts : produits, marchés, partenariats et création d'une nouvelle marque expert mondiale : Renault Pro+.

### Une offensive sur tous les fronts : produits, marchés et partenariats

Renault VU lance une offensive produit ambitieuse, incarnée entre autres par ALASKAN Concept, qui préfigure un pick-up d'une tonne. Mais citons également :

■ **Une gamme VU renouvelée :**

- Nouveau Trafic et Nouveau Master en 2014 ;
- Nouveau Kangoo mi-2013.

■ **Nouveau Trafic (270 versions) :**

- un véhicule entièrement renouvelé et un véritable bureau mobile ;
- un grand succès commercial : 40 000 véhicules vendus à fin juin 2015 (soit + 12,5 % vs fin juin 2014) ;
- de nombreuses récompenses à travers le monde (*Trophée de l'Argus 2015* en France, *What Van ?* et le prix de l'innovation pour le miroir « *wide view* » au Royaume Uni, *Van of the Year* en Finlande, *Best LCV* en Allemagne et en Croatie, et de nombreux autres prix).

*“Nouveau Trafic a remplacé l'ancien modèle vendu à plus de 1,6 million d'unités. Nouveau Trafic a reçu de nombreuses récompenses à travers le monde. Il propose en effet de nombreuses innovations comme le miroir « wide view » ou le bureau mobile.”*

**Pascal Schmitt - Directeur Commercial Monde de la Division Véhicules Utilitaires**



■ **Nouveau Master (350 versions) :**

- nouveau design, nouvelles motorisations, dernières technologies (comme l'ESC, l'Extended Grip, le miroir « wide view » etc) pour le renouvellement d'un leader.

■ **Une offre électrique VU :**

- première marque à proposer une offre VU électrique (Kangoo Z.E. et Twizy Cargo) ;
- Kangoo Z.E. vendu dans 45 pays.



**Renault part également à la conquête du marché du pick-up, qui compte plus de 5 millions de véhicules en 2014.**

■ La croissance du marché mondial des VU repose principalement sur le dynamisme du marché des pick-ups, qui se divise en trois catégories, en fonction de la charge utile (\*) :

- pick-ups d'une demi-tonne : 3 % du marché mondial, avec une prévision de croissance de 35 % entre 2014 et 2019 ;
- pick-ups d'une tonne : 17 % du marché mondial, avec une prévision de croissance de 19 % entre 2014 et 2019 ;
- grands pick-ups : 18 % du marché mondial (dont 90 % aux Etats-Unis/Canada).

■ L'offensive de Renault sur le marché des pick-ups, une stratégie en 4 étapes :

- Duster Oroch Concept, révélé à Sao Paulo (Brésil) en octobre 2014 ;
- Duster Oroch, révélé à Buenos Aires (Argentine) en juin 2015 ;
- ALASKAN Concept, révélé aujourd'hui à Paris (France) ;
- un pick-up d'une tonne, qui sera présenté au premier semestre 2016, avec des ambitions mondiales.

(\*) Source: Global Insight

## RENAULT DUSTER OROCH, CONÇU PAR ET POUR L'AMÉRIQUE LATINE

Le Renault Duster Oroch est le seul pick-up basé sur un Sport Utility Vehicle (SUV) : Renault Duster.

Agile et fiable, il possède une véritable double cabine, quatre portes, cinq sièges et une benne aux dimensions généreuses. Si son design, ses équipements et ses accessoires en font un héritier du Duster, Duster Oroch est également doté de nouveaux équipements et innovations. Les équipements intérieurs sont dignes du segment C des SUV.

Grâce à une large palette d'accessoires, les clients peuvent personnaliser leur pick-up et l'adapter à leurs besoins et exigences. Succès mondial, Renault Duster est le véhicule le plus vendu dans le monde par le groupe Renault, avec près de 400 000 ventes dans une centaine de pays en 2014.



**Par ailleurs, des partenariats clefs permettent à Renault d'assurer son plan de croissance mondiale pour la Division Véhicules Utilitaires :**

- Nissan et Renault développent le pick-up d'une tonne pour Renault qui partagera certains éléments de l'architecture de Nissan NP300.
- Nissan, Daimler, General Motors Europe et Renault Truck partagent les produits, les composants et l'expertise de Renault dans l'univers des véhicules utilitaires, grâce à des partenariats forts et durables.
- Renault a également conclu un partenariat avec Fiat : sur la base de la plateforme de Trafic, l'usine de Sandouville va produire un utilitaire Fiat à partir de mi-2016.

# Renault lance Renault Pro+, une marque expert mondiale

Les clients professionnels ont des exigences spécifiques et la marque se doit d'être en phase avec ces aspirations. Proposer une marque expert permet à Renault de s'adresser à ces clients de manière pertinente et lisible, en terme de promesse client et de communication. Par ailleurs, une marque expert est un levier pour consolider le savoir-faire de Renault tout au long du parcours client.

## Renault Pro + : une marque expert pour une ambition globale

- Renault lance Renault Pro+, sa marque expert mondiale dédiée aux acheteurs et utilisateurs de véhicules utilitaires, en leur proposant des produits et services sur-mesure, à travers un réseau spécialiste.
- Jusqu'à présent, Pro+ était le réseau spécialiste de Renault, offrant un service adapté aux clients VU, dans des points de vente dotés d'une forte activité VU.

Aujourd'hui, Renault Pro +, en tant que marque expert mondiale, va désormais accompagner les clients VU tout au long de leur parcours client, avant, pendant et après la vente.

- Renault Pro+ incarne ainsi l'engagement de Renault en terme de promesse client ainsi que son ambition mondiale sur le marché des véhicules utilitaires.



*“Lancer la marque expert mondiale Renault Pro+ est un engagement fort vis-à-vis des clients VU. Nous nous engageons à répondre pleinement à leurs besoins, en capitalisant sur notre savoir-faire en termes de produits et de services.”*

**Fabien Goulmy - Directeur général de la marque expert Renault Pro+, Division Véhicules Utilitaires**

## Renault Pro+ : des produits spécifiques

**Renault Pro+ offre aux clients VU trois caractéristiques produit fortes :**

- une offre sur mesure, comme le démontrent la large gamme de véhicules utilitaires proposée par Renault (plus de 640 versions) et les transformations à la carte, permettant de répondre à la diversité des exigences des clients ;
- des innovations ingénieuses, comme le miroir « *wide view* », qui assure une sécurité maximale au conducteur et aux passagers ;
- une simplicité d'utilisation, incarnée par le « bureau mobile » sur Trafic et Master, qui propose une réelle extension du bureau.

## Renault Pro+ : des services dédiés

**En 2020, 80 % de la population mondiale sera connectée. Internet devient une interface permanente entre le client, son point de vente et le constructeur.**

- Renault Pro+ accompagnera le client tout au long du parcours d'achat, de la recherche sur Internet à l'entretien ou la réparation de son véhicule. L'expérience client sera plus simple et plus fluide.

**L'offre Renault Pro+ sera légèrement différente en fonction des pays.**

- Certains services dédiés aux clients VU, comme le financement des véhicules transformés, disponible en France et en Pologne, seront plus largement déployés au sein de la marque Renault Pro+.
- D'autres services spécifiques seront développés en fonction des besoins des clients, qui varient selon les pays : leasing VU spécifique avec des financements adaptés pour les véhicules transformés, produits d'assurance dédiés aux artisans, programme de VU d'occasion, etc.



## Renault Pro+ : un réseau spécialisé

- Aujourd'hui, 600 concessionnaires dans le monde proposent une offre spécifique dédiée aux clients VU.
- Grâce à une équipe dédiée, ce réseau spécialisé répond pleinement aux besoins des professionnels. Il leur permet notamment de rester mobiles et actifs : horaires d'ouverture élargis, service rapide, diagnostic en direct et véhicules de courtoisie.

→ *Video disponible sur le site [media.renault.com](https://media.renault.com)*

*“Notre nouvelle ambition est de transformer Renault, leader régional sur le marché du VU, en champion international. Nous avons posé les bonnes fondations pour atteindre cet objectif : nouveaux marchés, nouveaux produits, expérience client enrichie et nouveaux partenariats. Aujourd’hui, nous sommes prêts à déployer cette stratégie, pleinement incarnée par Renault Pro+, notre nouvelle marque expert.”*

**Ashwani Gupta - Directeur Monde du Business Véhicules Utilitaires**

