

Renault Group et Karidea ensemble pour relever le défi de la distribution automobile

- Le Think Tank Karidea a invité pour la première fois 37 groupes européens de distribution multimarques, à participer à une session d'échange inédite chez un constructeur, au cœur du design de Renault Group (Technocentre de Guyancourt).
- En ouvrant ses portes, Renault Group a réaffirmé auprès de distributeurs partenaires et non partenaires, sa confiance dans le rôle clé du réseau pour participer activement aux nouveaux défis de l'automobile et les intégrer aux nouvelles chaînes de valeurs dans une approche « gagnant-gagnant ».

Boulogne-Billancourt, le 24 janvier 2025 – Ce jeudi 23 janvier, le Think Tank Karidea dédié au retail automobile, a convié 37 groupes de distribution multimarques à une session d'échange exclusive avec Luca de Meo, CEO de Renault Group, accompagné de membres de la Leadership Team. Pour l'occasion, le Groupe a ouvert les portes de son centre de design, au cœur du Technocentre : présentation des nouveautés de ses 4 marques Renault, Dacia, Alpine et Mobilize, avec un zoom sur des véhicules reflétant les innovations qui répondent au besoin croissant d'une mobilité décarbonée et efficace.

Le Think Tank s'est ainsi tenu pour la première fois chez un constructeur afin d'aborder les principaux enjeux de la distribution et la transformation indispensable du réseau pour relever les nouveaux défis de l'industrie automobile.

Luca de Meo, CEO de Renault Group a souligné : « L'industrie automobile est confrontée à une transformation sans précédent. Face à ces défis, nous considérons plus que jamais notre réseau et nos partenaires comme un atout stratégique pour le Groupe et pour le succès de nos marques. Rien ne remplace la présence physique auprès de nos clients, sur le terrain. Début 2024 nous avons réaffirmé notre solide partenariat avec le réseau, fidèles à notre approche gagnant-gagnant et alors que la stratégie Renaulution a démontré tout son potentiel pour nos concessionnaires. Cet événement avec Karidea a été l'occasion de réaffirmer notre volonté d'embarquer pleinement avec nous nos partenaires pour saisir les opportunités ouvertes par les mutations de la chaîne de valeur automobile ».

« Un grand merci à Luca de Meo d'avoir ouvert les portes de son centre de design et surtout pour cette grande première consistant à échanger avec les 37 groupes européens réunis par Karidea autour des grands enjeux de la distribution. Ce fût un échange d'une densité et d'une richesse unique, comme le montrent les réactions unanimement enthousiastes des Groupes participants à l'issue de la réunion. Comprendre les axes de transformation de la distribution, passer des grandes tendances à des sujets très concrets, identifier les challenges mais également les opportunités pour les distributeurs à moyen terme, l'exercice s'est révélé totalement passionnant », **Jean Triomphe, fondateur du Think Tank Karidea.**

Le produit au cœur de la stratégie

La stratégie « Renaulution » a contribué à la forte croissance du chiffre d'affaires et de la rentabilité de notre réseau de distribution. Renault Group a remis le produit au cœur de sa stratégie en travaillant sur la complémentarité de ses quatre

marques et en privilégiant une politique commerciale axée sur la valeur. Le Groupe a ainsi lancé plus de voiture que l'entreprise ne l'avait jamais fait en 125 ans : 22 lancements en 3 ans. Cette nouvelle gamme moderne se positionne au cœur du marché européen, avec plus d'un lancement sur deux sur le segment C ou supérieur.

L'approche horizontale du Groupe permet de capitaliser sur les forces traditionnelles d'un constructeur automobile tout en allant chercher des innovations pour mieux répondre aux nouveaux besoins de nos clients avec des partenaires au meilleur niveau du domaine. Au-delà des produits à venir en 2025, le Groupe a présenté des projets d'avenir comme les véhicules utilitaires 100 % électrique sur une base inédite, plus modulable et connectée que jamais, permettant de mieux répondre aux besoins du transport du dernier kilomètre ainsi que Renault Emblème, demo car familial éco-conçu – tous deux incarnant le défi de la décarbonation.

Un réseau pleinement intégré dans les nouvelles chaînes de valeur

Renault Group bénéficie d'une longue tradition d'échange avec son réseau commercial, et partage ainsi régulièrement sa vision sur l'évolution de sa stratégie dont celle de la distribution afin de l'intégrer pleinement.

- **L'innovation technologique et l'intelligence artificielle** : avec plus de 20 cas d'usage, l'IA est déjà une réalité au sein de l'ensemble du Groupe lui conférant vitesse et agilité dans un secteur en pleine transition, mais aussi dans les véhicules, notamment dans les aides à la conduite. L'IA se déploie aussi dans le réseau (relation clients, outils de vente et d'après-vente) pour améliorer la satisfaction des clients et développer les activités commerciales.
- **La transition vers l'électrique** : Ampere, pure player du véhicule électrique et du software réinvente la marque Renault et la positionne à l'avant-garde de la nouvelle ère du zéro émission. Mobilize est un véritable levier pour le réseau qui accompagne les clients vers cette transition de l'électrique en facilitant l'expérience de charge (vente de borne de recharge la distribution de Charge Pass ou l'installation de station de recharge rapide)
- **L'économie circulaire** : les pièces d'occasion et de réemploi représentent une véritable opportunité pour répondre à une attente sociétale croissante. The Future Is NEUTRAL est une plateforme idéale pour accompagner le réseau à ces changements.

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 4 marques - Renault – Dacia – Alpine et Mobilize – et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 130 pays, Renault Group a vendu 2,264 millions de véhicules en 2024. Il réunit près de 105 000 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.

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