

# RENAULT ACTU

LE MAGAZINE DES ACTIONNAIRES - N° 67 HIVER 2015



© BERNIER Anthony / PRODIGIOUS Production.

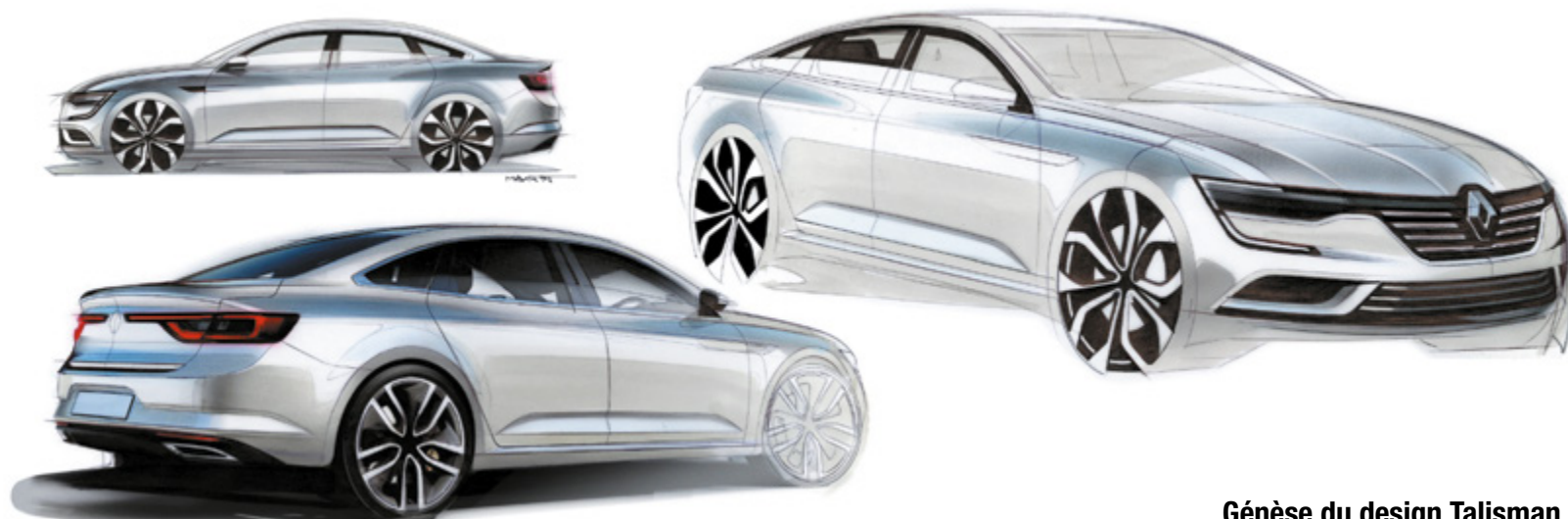


**GROUPE RENAULT**

# Une nouvelle gamme offensive

En 2015, l'actualité de Renault n'aura jamais été aussi intense avec 6 nouveaux modèles. Cette offensive produit se traduit aussi bien par le renouvellement des véhicules emblématiques de la marque que par la commercialisation de nouvelles voitures.





Génèse du design Talisman.

## Édito

Chers actionnaires,

Je suis ravi de partager avec vous, une nouvelle fois, l'actualité de notre Groupe, une actualité riche en nouveautés avec notamment Nouvelle Mégane, Talisman et sa version Estate, ainsi que Dacia Duster Edition 2016, modèles présentés au salon de Francfort.

Avant que l'exercice 2015 n'arrive à son terme, je souhaitais également revenir sur la publication des résultats semestriels du Groupe et les objectifs que nous nous étions fixés.

Aujourd'hui, le Groupe Renault poursuit sa croissance. Nous bénéficions du dynamisme des marchés européens et du bon accueil de nos nouveaux modèles. Nous nous réjouissons du succès du Nouvel Espace et de Kadjar.

Le Groupe Renault se trouve donc dans de bonnes conditions pour atteindre les objectifs du plan « Drive the Change ».

Je vous souhaite une bonne lecture de ce nouveau numéro de « Renault Actu » et j'espère qu'il vous apportera les informations claires et transparentes que vous attendiez.



**Dominique Thormann,**  
Directeur Financier de Renault

# AU SOMMAIRE

**01**  
ACTUALITÉS

**02**  
RÉSULTATS FINANCIERS

**03**  
STRATÉGIE

**04**  
ALLIANCE

**05**  
RESPONSABILITÉ SOCIALE  
DE L'ENTREPRISE

**06**  
HISTOIRE

**07**  
CARNET DE L'ACTIONNAIRE

CLIQUEZ SUR LES RUBRIQUES  
POUR ACCÉDER AU CONTENU

# Les pouvoirs de TALISMAN

La nouvelle grande berline Talisman, révélée en juillet dernier au château de Chantilly, relance l'offensive de Renault sur le haut de gamme.



© HECKMANN UJI.

## DESIGN

**Extérieur** : un style affirmé, avec une silhouette élancée et élégante.

**Intérieur** : convivialité, sobriété et souci du détail. Cette berline tricorps, dessinée avec l'ADN chaleureux de Renault, répond aux canons universellement appréciés sur les berlines familiales.

## CONFORT

**Conduite** : technologie Multi-Sense pour s'adapter aux envies du conducteur. Seule berline du segment D à associer le système quatre roues directrices 4Control® avec l'amortissement piloté.

**Vie à bord** : excellente habitabilité (262 mm de rayon aux genoux aux places arrière), volume important pour

les rangements (coffre de 608 litres, plus de 25 litres de rangements dans l'habitacle).

Le système Multi-Sense, associé à la technologie 4Control® et à l'amortissement piloté, fait la différence en matière de plaisir de conduite.

## INNOVATION

**Connectivité** : R-Link2, écran de 8,7" et centre de contrôle high-tech, personnalisable.

**Équipements** : vision tête haute, sièges chauffants et ventilés, volant chauffant, rangement réfrigéré sous l'accoudoir pour les versions à boîte automatique.

Une expérience multimédia inédite dans une voiture astucieuse ultra-connectée et intuitive.

## Une fabrication française à Douai

Talisman a bénéficié de **420 millions d'euros investis à l'usine de Douai**. Cela a notamment permis de mettre en place la technologie d'emboutissage à chaud, le tunnel de lumière à l'atelier de peinture et le processus d'optimisation de la qualité. L'usine a également lancé **un programme de formation complet** comprenant une formation diplômante « Passeport usine haut de gamme ». Entre 2014 et 2015, **200 000 heures de formation** auront ainsi été dispensées aux collaborateurs de Renault Douai.

# R-Link 2, le centre de contrôle connecté de TALISMAN

**La tablette connectée R-Link 2, avec ses fonctionnalités et son ergonomie développée pour l'automobile, est disponible en 7 pouces (format paysage) ou en 8,7 pouces (format portrait), ce qui est une première dans la catégorie.**

## ÉMOTIONS HIGH-TECH

- Un écran capacitif totalement intégré, sensible et réactif.
- Des graphismes épurés et intuitifs, pensés pour l'automobile.

## INTUITIF

- R-Link 2 fonctionne comme une tablette domestique, avec la même qualité tactile : zoom à deux doigts, défilement des pages, glisser et déposer...
- La navigation affiche un rendu réaliste (représentation en 3D des bâtiments pour la version 8,7 pouces).
- R-Link 2 est pensé automobile : reconnaissance vocale (navigation, téléphone, apps et media), affichage des SMS et lecture des e-mails via une app.
- La connexion Bluetooth® permet les appels mains-libres et l'écoute sans fil de la musique.
- De nombreuses possibilités de branchement et de connexion sont également proposées pour tous les occupants.

## SOUS CONTRÔLE

- R-Link 2 pilote les aides à la conduite en plus des fonctions classiques telles que navigation, audio et climatisation. Les boutons de raccourcis, la molette rotative sur la console centrale et les commandes additionnelles au volant complètent l'écran tactile.

## PERSONNALISABLE

- Les fonctions favorites et les plus utilisées sont toujours à portée de main grâce aux pages d'accueil



personnalisables faisant appel à des widgets (icônes).

- Il est aussi facile de retrouver en un clic ses réglages de conduite et de vie à bord favoris. Il suffit de les mémoriser dans un profil personnel intégrant ses préférences en matière de : langue, position du siège (y compris vitesse et intensité des massages) et des rétroviseurs extérieurs, affichage tête haute (hauteur, intensité, atténuation), stations radio, destinations dans la navigation, ambiance lumineuse (couleur, intensité, atténuation), personnalisation des modes Multi-Sense.

- Six profils distincts sont mémorisables et il est possible de privatiser son profil : un confort d'usage appréciable en cas de partage du volant avec d'autres utilisateurs.

## CONNECTÉ

- Avec R-Link Store, Renault propose un riche catalogue d'applications spécifiquement conçues pour un usage automobile avec entre autres : alertes Coyote®, trois applications Michelin (Hôtels, Restaurants et Voyage), prix des carburants, lecture des emails.

# Les nouveautés du Salon de Francfort 2015



## Nouvelle Mégane, un design dynamique et un concentré de technologies

**20 ans après le lancement de Renault Mégane, vendue à plus de 6,5 millions d'unités à travers le monde, Renault renouvelle son cœur de gamme avec Nouvelle Mégane, quatrième du nom.**

### UN DESIGN DYNAMIQUE, DISTINCTIF ET SOIGNÉ

Nouvelle Mégane reprend les gènes du design de la marque avec de larges épaules sculptées et une face avant identitaire intégrant un grand logo vertical. Dans la lignée de Renault Talisman, Nouvelle Mégane propose une identité lumineuse spécifique à l'avant avec des guides de lumière en forme de « C » qui se prolongent dans le bouclier. À l'arrière, cette signature lumineuse traversante, visible de jour comme de nuit, augmente la largeur perçue du véhicule. De plus, le design intérieur « façon cockpit » contribue au plaisir de vie à bord.

Nouvelle Mégane bénéficie de l'architecture modulaire CMF C/D (Common Module Family) et dispose ainsi de nombreuses prestations du segment supérieur, héritées de Nouvel Espace et de Talisman : affichage tête haute en couleurs, compteur avec écran TFT – Thin Film Transistor – couleur 7 pouces, deux formats de tablette multimédia R-Link 2 – 7 pouces horizontal et 8,7 pouces vertical, Multi-Sense, 4Control. Cette offre complète de technologies est unique sur le segment.

### UNE VERSION GT EXCLUSIVE, DISPONIBLE DÈS LE LANCEMENT

Nouvelle Mégane GT offre un bouclier avant redessiné pour exprimer davantage de sportivité. Il intègre une entrée d'air élargie et des grilles de calandres retravaillées en forme de nids d'abeille.

À l'arrière, le design de Nouvelle Mégane GT est renforcé par deux canules d'échappement chromées qui font écho aux écopés à l'avant et encadrent un diffuseur issu de l'univers de la F1. Nouvelle Mégane GT est badgée « Renault Sport » à l'arrière, sur les ailes, ainsi qu'à l'avant.

Cette version sportive propose une teinte inédite « Bleu Iron » associée à des éléments en « Dark Metal » à l'avant et sur les coques de rétroviseurs de couleur, pour renforcer l'appartenance à l'univers GT.

Dès sa commercialisation début 2016, Nouvelle Mégane disposera d'une large gamme de motorisations pour couvrir tous les besoins : 4 essence, 4 Diesel, 4 EDC, de 90 à 205 chevaux, à partir de 86 g CO<sub>2</sub>/km au lancement, 76 g CO<sub>2</sub>/km début 2017 (Hybrid Assist).

## Les nouveautés du Salon de Francfort 2015



### Talisman Estate, le nouveau grand break

Talisman Estate offre tous les atouts de la berline révélée en juillet dernier, auxquels s'ajoutent le style et les aspects pratiques d'un break :

→ Un **design affirmé** à la silhouette élancée et aux

proportions dynamiques qui s'inscrit dans les codes statutaires du segment.

→ Un **plaisir de conduite** inédit combinant le châssis 4Control avec l'amortissement piloté via la technologie Multi-Sense pour une conduite personnalisée.

→ Un **espace habitable généreux** et un confort hors pair avec des sièges avant à ventilation intégrée.

→ Un **volume de chargement** approchant les

1 700 dm<sup>3</sup> VDA facile à moduler avec la fonctionnalité Easy Break et pratique grâce au hayon motorisé.

→ La **tablette multimédia R-Link2**, le son Surround BOSE® et une palette complète d'équipements et d'aides à la conduite qui rendent la vie à bord plus agréable.

Renault Talisman Estate sera commercialisée en Europe au premier semestre 2016.

## Les nouveautés du Salon de Francfort 2015



## Dacia présente Duster Édition 2016 : de nouveaux équipements et des évolutions design

Deux ans seulement après la précédente évolution de Duster, Duster Édition 2016 adopte de nouvelles jantes alliage 16 pouces noires diamantées qui viennent renforcer son style. Afin de réaffirmer son tempérament baroudeur, Duster Édition 2016 se pare d'une nouvelle teinte vert Altaï en remplacement du gris olive. À l'intérieur, deux nouvelles selleries avec de discrètes surpiqûres grises confèrent plus de caractère à Duster Édition 2016.

Jusqu'alors proposé sur la Série Limitée Anniversaire, le système multimédia de navigation MEDIA-NAV Evolution est désormais disponible sur Duster Édition 2016 (selon versions). Grâce à ce système multimédia complet, Dacia offre ainsi la possibilité de rester connecté en toute simplicité.

En outre, la caméra de recul est désormais disponible en option sur Duster Édition 2016 pour plus de sérénité et de sécurité.

## Dacia propose une boîte de vitesses pilotée Easy-R sur son cœur de gamme

Pour la première fois, Dacia intègre dans son offre une boîte de vitesses pilotée, nommée Easy-R. Associée à la motorisation TCe 90 avec Stop & Start, cette boîte de vitesses à 5 rapports offre au conducteur plus de facilité d'utilisation grâce à la commodité d'une boîte de vitesses sans pédale d'embrayage. Easy-R sera disponible sur Logan, Logan MCV, Sandero et Sandero Stepway d'ici la fin de l'année 2015 (selon les pays).

## Dacia, 10 ans de succès commercial et de lien entre la marque et ses clients

**Depuis son renouveau en 2004, la marque Dacia s'est imposée dans le paysage automobile avec près de 3,5 millions de véhicules vendus en Europe et dans le bassin méditerranéen.**

Dacia dispose d'une gamme parmi les plus jeunes d'Europe, intégralement renouvelée en 2 ans. Pour fêter les dix ans de la marque, plusieurs événements ont eu lieu en Europe et au Maroc rassemblant des milliers de personnes. Ces manifestations sont à l'image de la marque : simples, généreuses et empreintes de liberté d'esprit. Sur les réseaux sociaux, la présence de Dacia reste importante avec près de 2,5 millions de fans sur Facebook. En 1 an, le nombre de fans a augmenté de plus d'un million.



# 1<sup>er</sup> semestre 2015

Le Groupe Renault poursuit sa croissance et améliore sa rentabilité



Au premier semestre 2015, **le chiffre d'affaires du Groupe** s'établit à 22 197 millions d'euros, en hausse de 12,0 % par rapport au premier semestre 2014.

**Le chiffre d'affaires de l'Automobile** s'établit à 21 065 millions d'euros en progression de +12,4 %, grâce à la hausse des volumes des marques du Groupe et des ventes aux partenaires. La baisse de l'Euro face à un panier de devises (Won coréen, Livre sterling,

etc.) a eu un impact favorable. L'effet prix contribue positivement, en raison principalement des hausses de prix réalisées fin 2014 dans les pays émergents pour compenser la chute des devises (notamment en Russie et au Brésil).

**La marge opérationnelle du Groupe** s'élève à 1 069 millions d'euros (+47 %), contre 729 millions d'euros au premier semestre 2014 et représente 4,8 %

du chiffre d'affaires (3,7 % au premier semestre 2014).

**La marge opérationnelle de l'Automobile** est en hausse de 308 millions d'euros (+89 %) à 656 millions d'euros et atteint 3,1 % du chiffre d'affaires. Cette performance s'explique par la croissance de l'activité et la réduction des coûts. L'impact des devises est favorable ce semestre. En revanche, l'effet mix/prix/enrichissement est négatif.

(1) *Free cash flow opérationnel* : capacité d'autofinancement (hors dividendes reçus des sociétés cotées) diminuée des investissements corporels et incorporels nets des cessions +/- variation du besoin en fonds de roulement.



“ Les résultats du premier semestre du Groupe Renault montrent une nouvelle avancée vers les objectifs du plan « Drive the Change ». Le succès du renouvellement et de l'extension de la gamme, la dynamique européenne et la rigueur de gestion permettent au Groupe d'être favorablement positionné pour l'atteinte de ses objectifs de croissance du chiffre d'affaires et de marge opérationnelle. ”

a déclaré **Carlos Ghosn**,  
Président-Directeur Général de Renault.

La contribution du **Financement des ventes** à la marge opérationnelle du Groupe atteint 413 millions d'euros, contre 381 millions d'euros au premier semestre 2014. Cette progression s'explique notamment par la contribution croissante des services. Le coût du risque s'améliore à 0,31 % de l'encours productif moyen contre 0,47 % au premier semestre 2014.

**Les autres produits et charges d'exploitation** sont négatifs à hauteur de 116 millions d'euros (-265 millions d'euros au premier semestre 2014), en raison, principalement, de charges liées à l'accord de compétitivité en France.

**Le résultat d'exploitation** du Groupe s'établit à 953 millions d'euros (+105 %) contre 464 millions

d'euros au premier semestre 2014. Cette amélioration s'explique par la progression de la marge opérationnelle et la réduction des autres charges d'exploitation pour 149 millions d'euros.

**La contribution des entreprises associées**, essentiellement Nissan, s'élève à 912 millions d'euros, contre 725 millions d'euros au premier semestre 2014, après prise en compte d'une contribution négative d'AVTOVAZ de 70 millions d'euros.

**Le résultat net** s'établit à 1 469 millions d'euros (+83 %) et le résultat net, part du Groupe, à 1 396 millions d'euros (5,12 euros par action par rapport à 2,75 euros par action au premier semestre 2014 en hausse de 86 %).

**Le free cash-flow<sup>(1)</sup> opérationnel de l'Automobile** est proche de l'équilibre à -95 millions d'euros, en dépit de l'impact négatif de la variation du besoin en fonds de roulement à hauteur de 369 millions d'euros. Au 30 juin 2015, les stocks totaux (y compris le réseau indépendant) représentent 64 jours de vente contre 62 jours à fin juin 2014.

(1) *Free cash flow opérationnel*: capacité d'autofinancement (hors dividendes reçus des sociétés cotées) diminuée des investissements corporels et incorporels nets des cessions +/- variation du besoin en fonds de roulement.

**1<sup>er</sup> semestre 2015**, le Groupe Renault poursuit sa croissance et améliore sa rentabilité

## Résultats consolidés de Renault

EN MILLIONS D'EUROS	S1 2015	S1 2014	VARIATION
Chiffre d'affaires Groupe	22 197	19 820	+ 2 377
Marge opérationnelle	1 069	729	+ 340
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	4,8 %	3,7 %	+ 1,1 %
Autres produits et charges d'exploitation	-116	- 265	+ 149
Résultat d'exploitation	953	464	+ 489
Résultat financier	- 161	- 124	- 37
Part dans le résultat des SME	912	725	+ 187
<i>Dont : NISSAN</i>	979	789	+ 190
<i>AVTOVAZ</i>	- 70	- 55	- 15
Impôts courants et différés	- 235	- 264	+ 29
Résultat net	1 469	801	+ 668
Résultat net, part du Groupe	1 396	749	+ 647
Free Cash-Flow opérationnel de l'Automobile	- 95	- 360	+ 265

## Perspectives 2015

La demande automobile mondiale devrait connaître une croissance en 2015 de l'ordre de 1 % malgré le fort ralentissement des marchés émergents. En revanche, le marché européen devrait progresser de plus de 5 %.

Dans ce contexte, le Groupe Renault vise à :

- augmenter de nouveau ses immatriculations et son chiffre d'affaires (à taux de change constants),
- poursuivre l'amélioration de la marge opérationnelle du Groupe et de l'Automobile,
- générer un free cash-flow opérationnel de l'Automobile positif.

# Renault affiche ses ambitions dans le véhicule utilitaire



Photos © BROSSARD Yannick.

**Leader sur le marché des véhicules utilitaires (VU) en Europe depuis 1998, 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.**

**Le Groupe a fait son entrée sur le segment des pick-ups** qui représentait 5 millions de véhicules en 2014, soit près d'un tiers du marché mondial des VU. Renault a dévoilé deux véhicules distincts : le **Duster Oroch**, un pick-up régional présenté en juin 2015, et **Alaskan**, en septembre dernier, un show truck une tonne, qui préfigure un véhicule aux ambitions mondiales.

Pour rappel, le marché des pick-ups se divise en trois catégories, en fonction de la charge utile :

1. **Pick-ups une demi-tonne** : 3 % du marché mondial, avec une prévision de croissance de 35 % entre 2014 et 2019.
2. **Pick-ups une tonne** : 17 % du marché mondial, avec une prévision de croissance de 19 % entre 2014 et 2019.
3. **Grands pick-ups** : 18 % du marché mondial (dont 90 % aux États-Unis / Canada).

L'offensive stratégique de Renault sur le marché des pick-ups se déroule en quatre étapes :

1. **Duster Oroch Concept**, révélé à São Paulo (Brésil) en octobre 2014.
2. **Duster Oroch**, révélé à Buenos Aires (Argentine) en juin 2015.
3. **Alaskan Concept**, à Paris (France) en septembre 2015.
4. Un **pick-up une tonne**, qui sera présenté au premier semestre 2016, avec des ambitions mondiales. Au-delà de ces pick-ups, Renault propose **une gamme VU renouvelée** avec Nouveau Trafic et Nouveau Master en 2014, ainsi que Nouveau Kangoo mi-2013.

### Un 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).

### Un 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.

C'est aussi grâce à **des partenariats clefs** que Renault assure son plan de croissance mondiale pour la Division Véhicules Utilitaires :

- Nissan et Renault développent le pick-up 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.

- Renault a également conclu un partenariat avec Fiat pour produire à l'usine de Sandouville un utilitaire Fiat à partir de mi-2016 sur la base de la plateforme de Trafic.

Enfin, 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, accompagne les clients VU tout au long de leur parcours, avant, pendant et après la vente. Renault Pro+ incarne ainsi l'engagement de Renault en termes de promesse client ainsi que son ambition mondiale sur le marché des véhicules utilitaires.



**RENAULT  
PRO+**

## 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.



## ALASKAN : un design robuste, athlétique et moderne



Show-truck\* racé préfigurant un véhicule aux ambitions mondiales, ALASKAN est un pick-up avec une charge utile d'une tonne et un design moderne et athlétique. ALASKAN est conçu pour répondre aux exigences de trois univers différents : le monde professionnel, les loisirs et la vie de tous les jours.

En ligne avec les codes esthétiques du marché du pick-up et avec l'identité design de la marque Renault, ALASKAN est impressionnant : ses dimensions en font un véhicule statutaire 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.

\* Show-car Véhicules Utilitaires.

# L'Alliance Renault-Nissan et Daimler intensifient leur coopération



**Lors du lancement de la collaboration entre Daimler et l'Alliance en avril 2010, l'ampleur de celle-ci se limitait à trois projets essentiellement centrés en Europe. Depuis, ce chiffre a plus que quadruplé pour atteindre 13 opérations en Europe, en Asie et en Amérique du Nord et du Sud.**

Le partenariat entre l'Alliance Renault-Nissan et Daimler AG poursuit sa progression en 2015 avec plusieurs avancées majeures :

## **LA CONSTRUCTION D'UNE USINE COMMUNE D'ASSEMBLAGE À AGUASCALIENTES AU MEXIQUE**

Nissan et Daimler ont récemment posé la première pierre de l'usine d'Aguascalientes, investissement d'un milliard de dollars, qui produira la nouvelle génération de véhicules compacts haut de gamme de la marque Infiniti à partir de 2017 suivie par les

modèles Mercedes-Benz en 2018. Nissan et Daimler vont développer les véhicules ensemble. Cette usine devrait assembler plus de 230 000 véhicules par an d'ici à 2020. Cette gamme sera aussi fabriquée dans d'autres sites Daimler et Nissan, en Europe et en Chine. Le site commun d'assemblage est situé à Aguascalientes, à proximité de l'usine Nissan.

## **LE DÉVELOPPEMENT DU PICK-UP D'UNE TONNE POUR LE COMPTE DE MERCEDES-BENZ**

Daimler et Nissan ont annoncé au début de l'année l'entrée de la marque dans ce segment. Le pick-up partagera une partie de son architecture avec le tout nouveau Nissan NP300 mais l'ingénierie et le design seront assurés par Daimler afin de répondre aux besoins spécifiques de ses clients en Europe, en Australie, en Afrique du Sud et en Amérique latine. Ce véhicule intégrera toutes les caractéristiques et composants spécifiques de Mercedes-Benz. Le pick-up sera fabriqué par Nissan au sein de l'usine Renault de Cordoba, en Argentine, avec le Nissan NP300 et le pick-up une tonne de charge utile de Renault pour le marché de l'Amérique latine. Les trois pick-ups seront également assemblés sur le site de Nissan à Barcelone, en Espagne. La production des pick-ups Mercedes débutera d'ici 2020 dans les deux usines.

## **LES VERSIONS ÉLECTRIQUES DES NOUVELLES SMART FORTWO ET FORFOUR**

Ces petites voitures citadines ont fait leur entrée sur le marché depuis près d'un an. Ces deux modèles et la Renault Twingo sont les premiers véhicules construits sur une plate-forme partagée par Daimler et l'Alliance. La réaction des clients aux trois modèles a été très positive. Ainsi que l'ont annoncé les Présidents Directeurs Généraux des deux marques, une version électrique des Smart Fortwo et Forfour sera commercialisée fin 2016. Les deux véhicules seront équipés d'un moteur électrique fabriqué à l'usine Cléon de Renault, en France. Il s'agit du même moteur que celui de la Renault ZOE. La batterie de la nouvelle smart électrique sera fabriquée à Kamenz en Allemagne par une filiale de Daimler « Deutsche ACCUmotive ».

## **LE LANCEMENT DU MODÈLE Q30 D'INFINITI**

S'il utilise des composants fabriqués par l'Alliance, le Q30 est un véhicule « premium active compact » (compact haut de gamme) intégralement conçu, prototypé et développé par Infiniti. Il a été dévoilé en avant-première au Salon de l'Automobile de Francfort. Sa production devrait démarrer dans l'année à l'usine Sunderland de Nissan au Royaume-Uni.

# Véhicules électriques : record de ventes pour l'Alliance !

**L'Alliance Renault-Nissan a vendu son 250 000<sup>e</sup> véhicule électrique. Aujourd'hui, un véhicule électrique sur deux est vendu par l'Alliance dans le monde.**

“ La demande pour nos véhicules électriques continue de croître grâce aux mesures incitatives gouvernementales et au déploiement d'infrastructures de recharge. La réponse positive de nos clients dynamise également la demande. Ces véhicules affichent l'un des taux de satisfaction de notre clientèle le plus élevé dans le monde. ”

a déclaré **Carlos Ghosn**,  
Président-Directeur Général de l'Alliance

## L'ALLIANCE ATTEINT UN SEUIL DE VENTE HISTORIQUE AVEC UNE GAMME COMPLÈTE DE SIX VÉHICULES ÉLECTRIQUES

4 ans et demi après le lancement de la Nissan LEAF, premier véhicule zéro émission grand public au monde.\* De janvier à mai 2015, l'Alliance a vendu environ 31 600 véhicules électriques, soit une augmentation de près de 15 % par rapport à l'an dernier à la même époque. L'Alliance représente aujourd'hui environ la moitié des véhicules électriques vendus dans le monde.

Avec six modèles sur les routes, l'Alliance Renault-Nissan est le seul groupe automobile mondial doté d'une gamme complète de véhicules 100 % électriques. Nissan commercialise également l'utilitaire

e-NV200, qui est vendu en Europe et au Japon depuis l'an dernier, en plus de la LEAF qui reste le véhicule électrique le plus vendu avec plus de 180 000 unités vendues. Renault vend aux côtés de ZOE, le véhicule utilitaire Kangoo Z.E., la berline SM3 Z.E. et Twizy, le véhicule ultra-compact urbain à deux places.

### RENAULT EST LEADER EN EUROPE

Renault a vendu 65 000 véhicules électriques dans le monde depuis le lancement sur le marché de son premier modèle, le Kangoo Z.E., en octobre 2011. Le Kangoo Z.E. a été élu Véhicule Utilitaire de l'année 2012.

Avec une part de marché de 26 %, Renault est la première marque de véhicules électriques en Europe sur les deux derniers mois. Les principaux marchés de Renault sont la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Norvège. En France, où la ZOE est le véhicule le plus populaire, représentant près de la moitié du marché, le bonus écologique du gouvernement permet aux conducteurs de louer ce véhicule, batterie incluse, pour un montant de 99 € par mois.

### NISSAN EST LEADER AUX ÉTATS-UNIS ET AU JAPON

Les ventes totales de Nissan, basé à Yokohama au



Japon, ont atteint 185 000 unités dans le monde, depuis décembre 2010, date de la mise sur le marché de Nissan LEAF. Récompensée à plusieurs reprises par le secteur, sacrée notamment Voiture de l'année 2011, Voiture Européenne de l'année 2011 et Voiture japonaise de l'année 2011-2012, la LEAF est vendue sur 46 marchés. Les principaux marchés pour Nissan sont les États-Unis, avec environ 80 000 ventes depuis le lancement de la LEAF, le Japon avec près de 53 500 unités et l'Europe avec environ 41 500 véhicules électriques vendus.

\* Ni émissions de CO<sub>2</sub>, ni polluants atmosphériques réglementés lors de la conduite conformément au cycle d'homologation NEDC.





## Environnement

# L'Alliance Renault-Nissan **partenaire officiel de la COP21**



© PERENOMI Luc.

**L'Alliance Renault-Nissan a signé un accord avec le Secrétariat Général chargé de la préparation et de l'organisation de la COP21\* pour mettre à disposition une flotte de 200 véhicules électriques en tant que partenaire officiel.**

L'objectif du sommet COP21, qui se déroulera à Paris-Le Bourget du 30 novembre au 11 décembre 2015, est double : obtenir un nouvel accord universel sur le changement climatique pour accompagner la transition vers des économies bas carbone et faire que le Fond Vert, mis en place pour aider les pays en voie de développement à réduire leurs émissions de CO<sub>2</sub> et à s'adapter aux changements climatiques, commence à répartir les fonds.

Les 200 véhicules entièrement électriques assureront le transport des 20 000 participants provenant

de 195 pays qui sont attendus pour cet événement. C'est la première fois que les Nations Unies utiliseront une flotte zéro émission pour assurer le service de navettes, en complément des transports en commun.

« La flotte de véhicules 100 % électriques de l'Alliance Renault-Nissan contribuera à faire, de la conférence de Paris sur le climat, un événement neutre en carbone », souligne **Laurent Fabius**, Ministre français des Affaires étrangères et du Développement international, Président de COP21.

« La technologie des véhicules 100 % électriques est une solution efficace pour un mode de transport pratique et abordable. Cette solution a un impact positif sur le climat et améliore la qualité de l'air de nos villes. Il s'agit maintenant de passer à grande échelle grâce à un travail en commun avec les parties concernées » commente **Carlos Ghosn**, Président-Directeur Général de l'Alliance Renault-Nissan.

La flotte de véhicules de la COP21 sera composée de la citadine Renault ZOE, de Renault Kangoo Z.E, de la berline Renault Fluence Z.E, de la berline compacte Nissan LEAF et du Nissan e-NV200 en version 7 places. Les véhicules seront à disposition des délégués pour les transporter 24h/24, 7j/7 sur les différents sites de la conférence en complément des transports publics.

L'Alliance Renault-Nissan travaillera auprès d'entreprises en France et prévoit un réseau de plus de 50 bornes de recharge rapide et standard sur des lieux stratégiques et alimentées à 100 % en énergies renouvelables. Les bornes de recharge rapide sont en mesure de recharger les véhicules électriques de 0 à 80 % de leur capacité en moins de 30 minutes.

\* COP21 : Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques.

## Exposition Solutions COP21

L'Alliance Renault-Nissan participera aussi à Solutions COP21, **une exposition internationale qui se tiendra au Grand Palais à Paris** et présentant des solutions pour lutter contre le changement climatique. Cette exposition, qui aura lieu **du 4 au 10 décembre 2015**, mettra en lumière des solutions de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> proposées par des villes, des entreprises et d'autres organisations des quatre coins du monde. L'Alliance exposera des véhicules électriques et en mettra plus d'une dizaine à disposition du public pour réaliser des essais.

## Mécénat

# 6 nouvelles associations soutenues par le Groupe Renault

Dans le cadre de son comité mécénat, le Groupe Renault a choisi de soutenir 6 nouvelles associations : Sikana Éducation, Exploradôme « Savoir Apprendre », Double Z, l'association Sauvegarde de l'enfant, de l'adolescent et de l'adulte en Yvelines, le Foyer de Bougligny de la fondation des Amis de l'Atelier et L'animateur, c'est moi.



## SIKANA ÉDUCATION

Sikana est une organisation à but non-lucratif qui réalise des programmes d'apprentissage sous forme de vidéos afin d'améliorer l'éducation des plus démunis. Le Groupe Renault a décidé de soutenir l'association en développant des vidéos sur des thématiques telles que : la sensibilisation à la Sécurité Routière, l'Eco Driving, le recyclage, l'environnement...

**En savoir plus :** [www.sikana.how/fr/discover](http://www.sikana.how/fr/discover)

## DOUBLE Z

Double Z sensibilise les jeunes et les seniors à la sécurité routière. Pour répondre à cet objectif, l'association met en place une tournée théâtrale ludique dans une vingtaine de villes. Le Groupe Renault participera

financièrement à cette opération qui viendra renforcer son programme Sécurité et Mobilité pour Tous.

**En savoir plus :** [www.double-z.net](http://www.double-z.net)

## FOYER DE BOUGLIGNY DE LA FONDATION DES AMIS DE L'ATELIER

Le Foyer de Bougligny de la fondation des Amis de l'Atelier vient en aide aux personnes atteintes d'un handicap physique ou mental.

Son projet consiste à ouvrir l'activité équitation avec une dimension « sport pour tous ». Le Groupe Renault a décidé d'apporter une aide financière pour permettre à l'association de mettre en place ce projet d'équitation.

**En savoir plus :**

[www.fondation-amisdelatelier.org/etablisements/foyer-de-bougligny](http://www.fondation-amisdelatelier.org/etablisements/foyer-de-bougligny)

## SAUVEGARDE DE L'ENFANT, DE L'ADOLESCENT ET DE L'ADULTE EN YVELINES

L'association Sauvegarde de l'Enfant, de l'Adolescent et de l'Adulte en Yvelines travaille avec le Conseil Général des Yvelines pour mettre en place un projet d'auto-école sociale. Renault s'y associera en fournissant un véhicule auto-école qui permettra à des personnes en difficulté d'obtenir un permis de conduire.

**En savoir plus :**

[www.sauvegarde-yvelines.org/09\\_mentionslegales.html](http://www.sauvegarde-yvelines.org/09_mentionslegales.html)

## L'ANIMATEUR, C'EST MOI

« L'animateur, c'est moi » fédère un réseau de 14 centres accueillants des enfants valides et non valides. Les étudiants fondateurs de l'association ont fait appel au Groupe Renault pour réaliser un film d'animation tourné avec les enfants du réseau pour sensibiliser le grand public à leur situation de handicap. Une manière originale de traiter le problème du handicap qui a retenu l'attention du Groupe.

**En savoir plus :**

[proarti.fr/fr/project/soutenir/681](http://proarti.fr/fr/project/soutenir/681)

## EXPLORADÔME "SAVOIR APPRENDRE"



L'association Exploradôme met en place une démarche pédagogique innovante basée sur l'appréhension expérimentale des sciences

(manipuler et comprendre des phénomènes), avec un format d'activités extra-scolaires. Le Groupe Renault la soutiendra en lui fournissant un véhicule pour transporter son matériel pédagogique dans les écoles.

**En savoir plus :** [www.exploradome.fr](http://www.exploradome.fr)

## Sécurité routière

# Renault innove avec le *Rescue Code*



La politique de sécurité routière de Renault est articulée autour de cinq axes : prévenir, corriger, protéger, sensibiliser et secourir. Pour traduire ces axes en actions, le Groupe s'appuie sur son expertise technique, son réseau international, une politique de sensibilisation à très grande échelle, et sur des technologies réelles. Aider les secours à intervenir sur les véhicules Renault fait ainsi partie de l'axe « secourir ». Et pour aller encore plus loin, Renault, partenaire officiel des sapeurs-pompiers de France, propose un service innovant, le *Rescue Code*, qui a déjà équipé plus de 85 000 véhicules.

Le *Rescue Code* est un QR code collé sur le pare-brise et sur la lunette arrière de la voiture.

En cas d'accident, le QR code équipant la voiture permet aux sapeurs-pompiers, instantanément et en un scan, d'accéder à la FAD (fiche d'aide à la décision) précise et au millésime du véhicule. Plutôt que de pratiquer une intervention « standard » dans les cas où l'identification du véhicule est difficile, le *Rescue Code* aide les secouristes à pratiquer une intervention « ciblée », en parfaite adéquation avec les caractéristiques du véhicule (zones renforcées dans la carrosserie, présence d'airbags, etc.). Les opérations inutiles sont évitées pour plus d'efficacité.

Le déploiement du *Rescue Code* sur les véhicules Renault et Dacia se fait en partenariat avec la société DESINCAR qui met gratuitement à disposition des pompiers l'application permettant l'accès instantané à la FAD.

Renault est le premier constructeur européen à commercialiser ce service en après-vente, ce qui permet d'équiper un grand nombre de véhicules Renault et Dacia, neufs ou non. Le packaging de type pochette de CD intègre les deux QR code autocollants à poser sur le pare-brise et la lunette arrière du véhicule, ainsi que les informations explicatives.

Il est disponible pour l'ensemble des véhicules particuliers et utilitaires des marques Renault et Dacia commercialisés actuellement et le sera pour chaque nouveau modèle.

### En savoir plus :

<https://www.youtube.com/watch?v=n1liTFNParM>

<http://www.renault.fr/services/prolonger-garantie/extension-vn/assistance/rescue-code/>



#### PARE-BRISE

À coller à l'intérieur du véhicule, en bas à droite du pare-brise.



#### LUNETTE ARRIÈRE

À coller à l'intérieur du véhicule, en bas à droite de la lunette arrière, entre les lignes de dégivrage.



## Alpine, 60 ans de passion sportive

**La marque Alpine, fondée par Jean Rédélé en 1955, a fêté son 60<sup>e</sup> anniversaire en dévoilant un show-car inédit baptisé « Alpine Célébration ». Sa première apparition s'est déroulée, en juin, sur le circuit des 24 heures du Mans. Avec un tour de piste en prélude au départ de la fameuse course, l'Alpine Célébration a créé la surprise et l'émotion des 250 000 spectateurs présents. Ce show-car, à la couleur bleue emblématique, rappelle que la compétition est dans les gènes d'Alpine.**

### CLIN D'ŒIL AUX MODÈLES HISTORIQUES

Voiture de sport compacte, l'Alpine Célébration prend les traits d'un coupé deux places aux lignes lisses et épurées, soulignées par le bleu de sa carrosserie. Depuis 2013, ce bleu éclairé de touches orange signe les couleurs du retour victorieux d'Alpine en endurance. Avec modernité, l'Alpine Célébration fait revivre les

attributs intemporels du style Alpine. Silhouette basse, capot plongeant et nervuré, flancs creusés, lunette arrière caractéristique : les références explicites à l'A110 et aux voitures ayant marqué la saga Alpine ne manquent pas.

Les emplacements des doubles optiques masqués et les feux ronds centraux barrés d'une croix évoquent

auprès des passionnés les bandes adhésives jadis apposées sur les phares des véhicules de compétition, une astuce utilisée pour préserver leur intégrité en cas de casse.

Le spoiler encadre une face avant suggestive, et les bas de caisse latéraux proposent un trait rectiligne et acéré. Quant aux rétroviseurs extérieurs, dotés d'un fin miroir flottant au-dessus de son cadre, ils symbolisent le dynamisme, la légèreté et l'efficacité aérodynamique.

Le « A fléché » d'Alpine signe la grille d'entrée d'air, les flancs, les ailes avant et le pavillon.

Le dessin des jantes rappelle celui de l'A110 et l'A310 dans les années soixante-dix. Elles révèlent les dimensions généreuses des disques ainsi que des étriers de frein de couleur orange. En leur centre, elles dévoilent un moyeu en aluminium, conçu comme une pièce de fonderie, contribuant au design général.

### RETOUR AUX SOURCES

Du 11 au 13 septembre dernier, plus de 750 voitures Alpine étaient rassemblées sur le front de mer de Dieppe pour fêter les 60 ans de la marque. Tous les modèles étaient représentés y compris les plus rares et les plus anciens. Après ses apparitions aux « 24 heures du Mans » puis au « Goodwood Festival of Speed », l'Alpine Célébration revenait sur le devant de la scène pour cet anniversaire mémorable, en vedette de l'exposition dédiée à la marque et en tête du cortège qui a circulé dans les rues de Dieppe.

Le pôle d'attraction et le point de ralliement de ce week-end était le grand village Alpine situé sur la pelouse du front de mer et entouré du parc de véhicules des participants.

“ Pour partager le style et les sensations associées à Alpine, nous avons en tête de faire évoluer notre voiture dans des conditions réelles, dans un cadre indissociable de la légende du sport automobile français. Difficile d’imaginer plus belle vitrine que la piste des 24 heures du Mans pour faire rouler l’Alpine Célébration. ”

souligne **Antony Villain**, Directeur du Design Alpine

L’exposition des modèles emblématiques de la marque a montré à chacun l’histoire riche d’Alpine. À proximité, un espace entièrement dédié aux marchands et à la presse spécialisée donnait aux visiteurs l’occasion de parfaire leur culture et de dénicher les pièces et les miniatures de leur marque préférée.

Les simulateurs de conduite du jeu vidéo Gran Turismo ont permis aux visiteurs de prendre virtuellement le volant de l’Alpine Vision Gran Turismo. Ces simulateurs ont donné lieu à un concours entre les visiteurs et à une animation spéciale pour les trois pilotes de l’équipe Signatech-Alpine, Paul-Loup Chatin, Nelson Panciatici et Vincent Capillaire. Ces derniers se sont défiés pour réaliser le meilleur temps sur un même circuit.

Cinq parcours de rallyes touristiques donnaient l’occasion aux participants de « se dégourdir les jantes » en allant à la rencontre des lieux emblématiques de la région.

Tout un symbole que d’avoir organisé, pour les 60 ans du « A fléché », ce grand rassemblement de passionnés à Dieppe, berceau de la marque. Aujourd’hui, l’Alpine Célébration laisse à chacun le soin d’imaginer ce que sera la nouvelle berlinette. Mais il faudra encore patienter quelques mois avant d’avoir d’autres indices. La saga Alpine continue...



Silhouette basse, capot plongeant, flancs creusés.



L’Alpine Célébration et l’A110 réunies sur la piste des 24 heures du Mans.



Parc d’exposition à Dieppe.



Le village Alpine à Dieppe.



Alpine Vision Gran Turismo.



L’Alpine Célébration devant l’usine de Dieppe.

## Nouvelle identité visuelle



# GROUPE RENAULT

La nouvelle identité met en valeur la stature de l'entreprise qui s'affirme comme **Groupe Renault avec ses différentes marques : Renault, Dacia et RSM** (Renault Samsung Motors). Certes l'emblème Renault est le plus connu de par son histoire et ses 117 ans d'existence. Néanmoins, il demeure avant tout une marque commerciale de produits et de services auto-

mobile, au même titre que Dacia et RSM, qui viennent compléter le portefeuille de marques de l'entreprise. Par ailleurs, le Groupe Renault s'adresse à différents publics. Qu'il s'agisse des collaborateurs en interne ou bien d'un auditoire institutionnel (investisseurs, actionnaires ou encore affaires publiques), l'entreprise a besoin de s'exprimer en tant que Groupe, car c'est l'ensemble

de l'entreprise qui parle, pas seulement les marques. Enfin, dans le secteur automobile, nombreux sont les constructeurs qui ont adopté cette stratégie de différenciation des marques vis-à-vis de l'organisation qui les compose. C'est le cas de PSA Peugeot Citroën, Daimler, General Motors ou encore plus récemment Nissan Motor Corporation qui ont suivi ce même schéma.

## Les rencontres des membres du club actionnaires

Ces derniers mois, différentes activités ont été proposées aux actionnaires membres du Club : **découverte de Kadjar** lors d'un petit-déjeuner organisé à l'Atelier Renault sur les Champs-Élysées, **visite du Technocentre** et de l'exposition consacrée au « **design universel** », **visite des usines de Douai et de Sandouville**.

### LES PROCHAINES DATES

10/11/2015

**VISITE DU CENTRE TECHNIQUE DE LARDY**

16/11/2015

**VISITE DU CENTRE TECHNIQUE D'AUBEVOYE**

24/11/2015

**VISITE DU TECHNOCENTRE**

01/12/2015

**PETIT DÉJEUNER À L'ATELIER RENAULT**



Pour consulter le programme et vous inscrire en ligne, connectez-vous via votre espace privatif sur notre site internet :

<https://group.renault.com/finance/actionnaire/club-des-actionnaires/votre-espace-privatif/>



## Planetshares, une gestion facilitée de **vos actions au nominatif**

Planetshares est un ensemble d'outils internet interactifs proposé par BNP Paribas Securities Services qui gère, pour le compte de Renault, les titres nominatifs.

**Si vous êtes actionnaire au nominatif, il suffit de vous connecter sur le site : <https://planetshares.bnpparibas.com>**

Munis d'un identifiant, d'un code d'accès et d'un mot de passe personnels (à demander auprès de BNP Paribas Securities Services pour la première connexion), vous pouvez consulter et passer des opérations sur votre compte en temps réel. **Cet outil est entièrement sécurisé et disponible 24h/24, 7j/7.**



### PLANESHARES VOUS PERMET DE :

- **Consulter vos comptes en toute sécurité.**
- **Passer des ordres en ligne** à travers un lien direct en temps réel avec les marchés.
- **Mettre à jour vos coordonnées personnelles.**
- **Consulter les informations concernant votre compte** ainsi que l'historique de vos transactions.
- **Accéder à de la documentation en ligne.**
- **Voter à l'Assemblée Générale.**



### NOUVEAU !

Disponible et téléchargeable **gratuitement dans le Mac App Store et sur Google Play**, l'application Planetshares vous permet à tout moment de passer des ordres grâce à votre smartphone, votre tablette.

# Évolution de l'action Renault

**Au 02/01/2015**

CAC 40 = **4 252,29** points

Renault = **59,90** euros

**Au 21/10/2015**

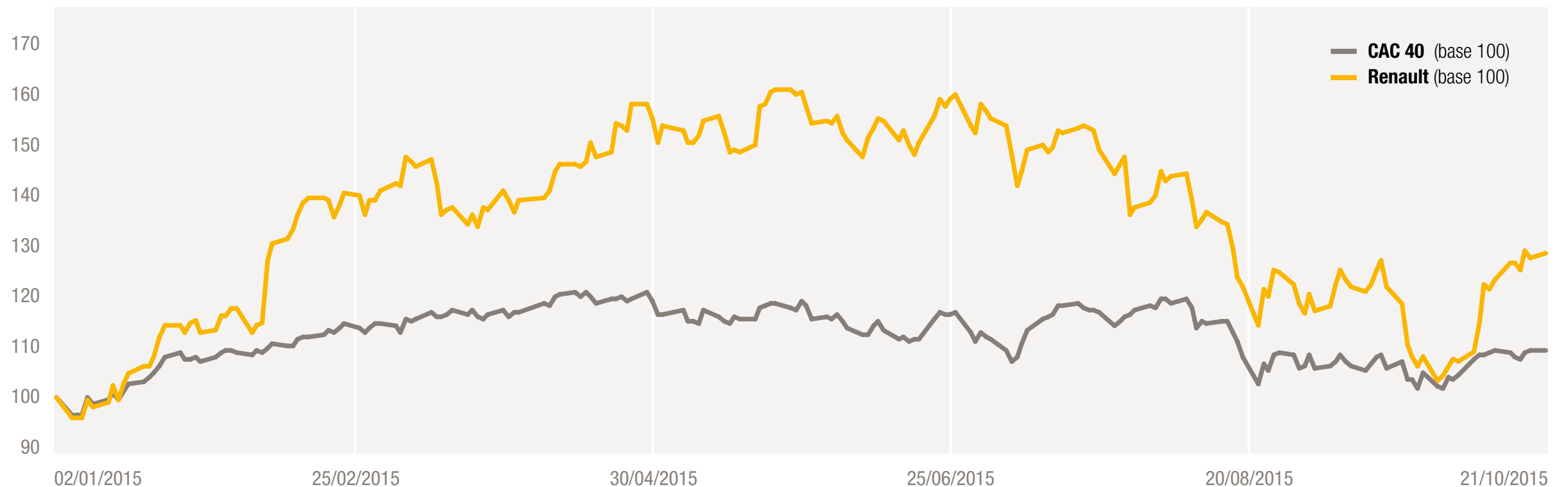
CAC 40 = **4 695,10** points

Renault = **78,92** euros

**Variation depuis le 02/01/2015**

CAC 40 = **+10,41 %**

Renault = **+31,75 %**



## L'agenda financier

**12/02/2016**

**ANNONCE DES RÉSULTATS FINANCIERS ANNUELS**

**29/04/2016**

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE**

## Vos contacts

- Espace actionnaires sur le site Internet : [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com), rubrique finance
- Adresse e-mail dédiée aux actionnaires : [communication.actionnaires@renault.com](mailto:communication.actionnaires@renault.com)
-  N° Vert **0 800 650 650** (appel gratuit de France métropolitaine depuis un poste fixe. Depuis l'étranger composez-le + 33(0) 1 76 84 59 99)





© BERNIER Anthony / PRODIGIOUS Production.