

COMMUNIQUE DE PRESSE

GROUPE RENAULT ANNONCE UN PROJET D'ÉVOLUTION DE SON ORGANISATION AUTOUR DE SES MARQUES

Boulogne-Billancourt, le 3 septembre 2020 - Groupe Renault annonce, ce jour, un projet d'évolution de son organisation autour de ses marques en les regroupant autour de quatre business units (BU) : Renault, Dacia, Alpine et Nouvelles mobilités. L'objectif serait de donner à chaque BU une organisation autonome.

Ce projet vise à créer une organisation plus simple et plus orientée vers les résultats, tout en renforçant la cohésion, la motivation et le sentiment d'appartenance des équipes ainsi regroupées par marques.

L'organisation des fonctions au niveau transversal sera aussi incluse dans la réflexion.

« L'entreprise a besoin de changer de 'module de jeu' et de passer d'une recherche de volume à une recherche de valeur et de rentabilité. L'organisation autour de quatre marques fortes et des grandes fonctions transversales permettrait de travailler de façon plus simple, plus orientée sur les marchés et les clients, avec un esprit d'équipe, pour aller chercher le meilleur résultat possible. C'est un levier essentiel du redressement du Groupe », a déclaré Luca de Meo, CEO Groupe Renault.

Dans le cadre de ce projet, la réflexion autour de la création, de l'organisation et de la mise en place de ces nouvelles BU sera pilotée par :

- Luca de Meo, CEO du Groupe, pour Renault,
- Denis Le Vot, directeur régions, commerce et marketing du Groupe, pour Dacia,
- Cyril Abiteboul, directeur général Renault Sport Racing, pour Alpine,
- Clotilde Delbos, directeur général adjoint et directeur financier du Groupe, pour les Nouvelles mobilités.

Dès qu'il sera suffisamment abouti, ce projet d'évolution d'organisation sera partagé avec les instances représentatives du personnel.

À propos du Groupe Renault

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 134 pays qui a vendu près de 3,8 millions de véhicules en 2019. Il réunit aujourd'hui plus de 180 000 collaborateurs, dispose de 40 sites de fabrication et 12 700 points de vente dans le monde.

Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le Groupe s'appuie sur son développement à l'international. Il mise sur la complémentarité de ses cinq marques (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine et LADA), le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi Motors. Avec une équipe 100 % Renault engagée depuis 2016 dans le championnat du monde de Formule 1, la marque s'implique dans le sport automobile, véritable vecteur d'innovation et de notoriété.