

## **Renault Group dévoile sa raison d'être : *Nous faisons battre le cœur de l'innovation pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres.***

Urdorf, le 23 avril 2021. Lors de son Assemblée générale tenue le 23 avril, le Groupe a présenté à ses actionnaires sa raison d'être. Co-construite avec l'ensemble des salariés et en concertation avec ses parties prenantes, validée par le Conseil d'administration, elle exprime l'ambition et le sens du projet collectif du Groupe en France et dans le monde :

*« Nous faisons battre le cœur de l'innovation  
pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres. »*

Par cette phrase, le corps social du Groupe et ses 170 000 salariés a voulu mettre en évidence la substance de sa mission au service de ses clients et de l'ensemble de ses parties prenantes. Faire battre le cœur de l'innovation, témoigne à la fois de la dimension profondément humaine et généreuse de Renault, tout autant que la créativité, l'inventivité et la qualité technique du Groupe.

« Chez Renault, la technologie et l'innovation sont toujours au service de l'humain, et jamais le contraire. Car le but ultime est bien de nous rapprocher les uns des autres. C'est cette liberté que rend possible la mobilité d'aujourd'hui, et encore davantage celle de demain. », a souligné **Jean-Dominique Senard, Président du conseil d'administration de Renault**, en présentant la raison d'être.

Il a également insisté sur le vecteur de compétitivité que cela représente : « La force d'une entreprise, son mouvement, sa dynamique sur le long terme, dépendent du bon alignement des valeurs, de la gouvernance et de la stratégie avec l'expression de la Raison d'Être. Cet alignement produit de la substance et du sens. Et le sens est le terreau de la confiance, de la fierté d'appartenance, de la motivation, de l'engagement des parties prenantes... et donc de la performance ».

La conception de la raison d'être du Groupe est le résultat d'un chantier collectif. Dans un premier temps, des groupes de travail ont analysé des centaines d'entretiens avec des collaborateurs appartenant à une très grande diversité de métiers et de pays, dans les entités opérationnelles et au niveau de la direction générale. En parallèle, une étude sur la culture de l'entreprise a été menée. Ce travail a été également complété par des discussions avec des parties prenantes externes (partenaires, investisseurs, ONG...).

Afin de nourrir cette raison d'être, le Groupe a souhaité aller plus loin qu'un Comité des parties prenantes en créant un **Comité de la Raison d'Être** avant la fin de l'année. Ce comité constitué de personnalités internationales appartenant à une grande diversité d'horizons et de champs de compétence éclairera le Conseil d'administration par ses analyses et ses recommandations sur la stratégie du Groupe.

## La raison d'être de Renault Group :

**Nous faisons battre le cœur de l'innovation pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres.**

**Nous croyons au progrès responsable et respectueux de chacun.**

Depuis 1898 notre histoire est écrite par des passionnés, qui conçoivent des véhicules innovants et ancrés dans la culture populaire pour accompagner nos vies. Parce que la mobilité est une source d'épanouissement et de liberté, nous voulons contribuer au progrès qu'elle rend possible. Cette liberté de mouvement est compatible avec la préservation de la planète. Nous agissons donc pour participer au mieux-vivre et limiter notre impact sur le climat et les ressources. Nous nous attachons, nous aussi, à progresser, pour que la mobilité en toute sécurité soit mieux partagée.

**Nous sommes audacieux et abordons le futur avec optimisme.**

Chez nous, chacun peut trouver sa place, et participer à une aventure collective. Attachés à notre diversité comme à nos racines françaises, notre présence internationale nous apporte une grande ouverture sur le monde. Nous sommes forts de notre Alliance et des relations solides construites avec nos partenaires. Nous faisons battre le cœur de l'innovation pour créer de la valeur et anticiper les besoins de mobilité.

## À propos de Renault Group

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Fort de son alliance avec Nissan et Mitsubishi Motors, et de son expertise unique en termes d'électrification, Renault Group s'appuie sur la complémentarité de ses 5 marques - Renault – Dacia – LADA – Alpine et Mobilize – et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 130 pays, le Groupe a vendu 2,9 millions de véhicules en 2020. Il réunit plus de 170 000 collaborateurs qui incarnent au quotidien sa Raison d'Etre, pour que la mobilité nous rapproche des 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. Celle-ci est centrée sur le développement de technologies et de services inédits, 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 2050.

Présent en Suisse depuis 1927, Renault Group commercialise en Suisse trois marques du Groupe, Renault, Dacia et Alpine. En 2020, plus de 21'250 nouvelles automobiles et véhicules utilitaires légers fabriqués par le Groupe Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec plus de 3'300 mises en circulation de ZOE, Kangoo Z.E. et Master Z.E. en 2020, Renault détient plus de 15 % de part de marché dans la catégorie des véhicules 100 % électriques. Le réseau de distribution des trois marques évolue continuellement et compte désormais 200 partenaires qui proposent les produits et services du groupe dans 228 points de vente.

Retrouvez plus d'informations sur notre [site médias](#)