



## Chapitre 10 La fixation des objectifs stratégiques et leur évaluation

### Etude de cas sur Renault

Depuis 120 ans, Renault contribue à écrire parmi les plus belles pages de



l'industrie française, avec une passion toujours renouvelée pour l'innovation utile et au service de la mobilité de tous. Fort de son **alliance avec Nissan et Mitsubishi Motors**, et de son expertise unique en matière d'**électrification**, le groupe s'appuie sur la complémentarité de ses 4 marques : **Renault – Dacia –**



**RENAULT**

**Alpine et Mobilize** et propose des **solutions de mobilités durables et innovantes** à ses clients.

Renault Group réunit aujourd'hui plus de **111 000 collaborateurs en France et à l'international**. Il a vendu en 2021 plus de **2,7 millions de véhicules** dans 134 pays, fabriqués dans ses 37 sites industriels.

En janvier 2022, **Renault, Nissan et Mitsubishi Motors** ont annoncé une feuille de route commune pour 2030 dédiée au **véhicule électrique et à la mobilité intelligente et connectée**, en partageant les investissements au profit de ses trois membres et de leurs clients

L'entreprise Renault a nommé Luca De Meo à sa tête pour relancer une entreprise qui piétine sur son marché. Luca De Meo est l'homme qui a relancé Fiat, avec notamment le lancement de la Fiat 500. Fort de cette réussite, il entend bien redorer le blason de Renault sur la scène internationale.



A l'aide des documents et des vidéos répondez aux questions suivantes :

1. Évaluez les résultats du groupe Renault à l'arrivée de son nouveau directeur.

2. Identifiez les objectifs fixés par Luca De Meo pour améliorer ces résultats.

3. Caractérissez ces objectifs.

4. Expliquez en quoi ces objectifs vont permettre d'assurer la pérennité de Renault.

#### Document 1 : Flottes d'entreprise : retour en force pour Renault

Nouveaux dirigeants, nouvelle ingénierie, nouvelles technologies... et nouveaux modèles électriques : le constructeur français change tout. [...] Objectif : une réduction des coûts d'ingénierie de 800 millions d'euros. Soit près de la moitié des 2 milliards d'économies envisagés par le constructeur automobile, pour lequel la contribution de la refonte de l'ingénierie va être « d'autant plus déterminante que, d'ici à 2025, nos voitures seront massivement électrifiées »,

indique Gilles Le Borgne [le directeur de l'ingénierie du groupe Renault].

« Quand je suis arrivé chez Renault, j'y ai trouvé la même situation qu'à l'ingénierie de PSA en 2013. Des coûts trop élevés et un mauvais ratio prix-volume. Faire du volume de vente quand on n'y gagne pas d'argent est une erreur, d'où la volonté de développer la rentabilité sur chaque modèle », raconte-t-il. [...]

Jean-Pierre Lagarde, *Le Monde*, 25 octobre 2020

## Document 2 : Luca De Meo imprime déjà sa marque chez Renault

[...] Luca De Meo gèrera lui-même la marque Renault, qui « doit jouer la modernité et l'innovation », a-t-il indiqué dans une interview au *Point*. L'objectif clairement affiché est de faire monter en gamme la marque, en lançant des véhicules à succès sur le segment C des plus grandes voitures, plus rémunérateur, pour compléter celui des citadines (Clio, ZOE), son point fort actuel.

La marque Dacia sera confiée à Denis Le Vot, jusque-là directeur commercial du groupe. L'objectif est de renforcer son positionnement « *low cost* », tout en lui donnant « une image plus cool », a indiqué Luca De Meo. [...]

Cette nouvelle organisation est la première pierre du plan stratégique que Luca De Meo doit annoncer au début de 2021. « Il faut aller vite, il faudrait que l'organisation soit alors en place pour le mettre en œuvre sans tarder », poursuit-on chez Renault. Le groupe, qui a annoncé 7 milliards d'euros de pertes nettes au premier semestre 2020, a engagé fin mai un vaste plan de restructuration, entraînant 15 000 suppressions de postes dans le monde. Mais le redressement du groupe devra aussi passer par une relance commerciale, un volet sur lequel Luca De Meo est très attendu.

