

La Révolution Alpine est en marche

Conférence en direct à 14h00, heure de Paris

Disponible sur www.renaultgroup.com

- Alpine confirme ses ambitions de croissance et de développement à l'international: un objectif de chiffre d'affaires supérieur à 8 milliards d'euros en 2030, et l'équilibre financier en 2026.
- La marque développera sa propre plateforme haute performance (APP¹) pour ses futurs véhicules sportifs 100 % électriques. Elle vise la neutralité carbone de sa production en 2030.
- Alpine annonce pour 2030 une gamme de 7 modèles dont un futur cabriolet et la nouvelle A310, tous deux développés sur cette plateforme.
- À la pointe de l'innovation et du sport automobile, Alpine va continuer à développer son image sportive comme en endurance avec sa propre hypercar dès 2024. En F1, Alpine s'associe à de nouveaux investisseurs pour accélérer la croissance de son écurie avec l'arrivée au capital d'Alpine Racing Ltd (Royaume Uni) de : Otro Capital, RedBird Capital Partners et Maximum Effort Investments.



Le plan Renaultion, lancé par Luca de Meo, CEO de Renault Group, a permis à la marque sportive française iconique Alpine de se doter de perspectives ambitieuses. Sa stratégie sera détaillée ce jour par Luca de Meo et Laurent Rossi, CEO Alpine, et l'équipe de management d'Alpine lors d'une journée presse et investisseurs sur le site d'Alpine Racing à Enstone (Royaume-Uni).

Relancée en 2017 avec l'A110, et après la réorganisation en 2021 en tant que Business Unit, Alpine va rentrer dans une nouvelle dynamique. L'arrivée de ses nouveaux modèles 100 % électriques, à partir de 2024, permettra à la marque de développer ses revenus et d'atteindre l'équilibre financier dès 2026. À partir de 2027, une phase d'expansion mondiale débutera, appuyée par une gamme de modèles adaptés à de nouveaux marchés, dont les États-Unis, et contribuant à l'amélioration de la performance financière et de la valeur d'Alpine.

¹ APP : Alpine Performance Platform

Alpine confirme des objectifs ambitieux :

- Une croissance annuelle du chiffre d'affaires (CAGR²) de 40 % entre 2022 et 2030.
- Une marge opérationnelle à l'équilibre en 2026 avec un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros.
- Une marge opérationnelle supérieure à 10 % à l'horizon 2030 et la progression constante de ses revenus, visant un chiffre d'affaires supérieur à 8 milliards d'euros (incluant 1 milliard d'euros en cas de lancement de la marque sur le marché chinois)
- Une gamme de véhicules 100 % électriques d'ici fin 2026 et la neutralité carbone de la production en 2030.

De la Renaultion à la Révolution

« Alpine, c'est la marque des passionnés de sport automobile et des technologies de pointe. C'est la marque de l'excellence. Cet héritage, qui était dans une impasse, nous lui avons redonné des perspectives. En 2 ans seulement, nous avons fait d'Alpine un constructeur automobile à part entière en rassemblant des atouts remarquables: un pôle ingénierie de premier choix, un savoir-faire unique pour la fabrication de haute qualité, un réseau de distribution en expansion. Et surtout, en faisant entrer Alpine en F1, nous l'avons projetée dans la cour des grands, en offrant à la marque le prestige et la reconnaissance attachés au sommet de la compétition automobile. » explique Luca de Meo, CEO de Renault Group.

En 2022, les ventes d'Alpine ont atteint un niveau record avec une hausse de 33 % par rapport à 2021. Près de 7 ans après son lancement, l'A110 est la voiture sportive la plus vendue en France. Elle figure dans le top 5 du segment des coupés sportifs en Europe. En 2022, les 3 séries limitées (l'A110 GT J. Rédélé, l'A110 Tour de Corse 75 et l'A110 R F. Alonso) se sont vendues en moins de 30 minutes. Le carnet de commandes au niveau mondial atteint 7 mois de ventes, et les ventes devraient dépasser 4 200 unités en 2023.

Le nombre de points de vente a doublé en à peine deux ans, portant le total à 140 points de vente à fin 2022. Les partenariats avec RedBird et AutoNation aux États-Unis témoignent de l'attractivité d'Alpine, dans un pays où elle a de grandes ambitions. Par ailleurs, Alpine entre pour la première fois dans le top 150 des marques les plus valorisées en France, à hauteur de 550 millions d'euros³.

² CAGR : Compound Annual Growth Rate = Taux de croissance annuel composé

³ Etude Brand Finance France 150 2023

Lancement de 7 nouveaux modèles d'ici 2030 pour accompagner l'expansion de la marque

Née de la course automobile, Alpine doit relever plusieurs défis, dont celui de devenir 100 % électrique. Elle peut s'appuyer pour cela sur toute l'expertise de ses techniciens et ingénieurs, figurant au rang des meilleurs spécialistes mondiaux du sport automobile.

Tout d'abord, Alpine va s'appuyer sur son « Dream Garage », composé de modèles de série 100 % électriques :

- l'A290 (segment B basé sur plateforme CMFB-EV des Renault 5 et Renault 4), future citadine urbaine sportive électrique, dont le show-car a été révélé le 9 mai dernier, est attendue dès 2024.
- le Crossover GT de segment C en 2025 qui sera produit à la Manufacture Alpine Dieppe Jean Rédélé (France).
- la nouvelle A110, porte-drapeau de l'héritage et du savoir-faire de la marque qui deviendra 100 % électrique d'ici fin 2026.

Le prototype A110 E-ternité a servi de test, démontrant la capacité et le bien-fondé pour Alpine de développer sa propre plateforme. Elle va ainsi permettre à la marque de proposer des véhicules, fidèles à son ADN de sportivité et d'agilité. L'APP (Alpine Performance Platform) capitalisera également sur les ressources internes de l'entreprise afin de réaliser des économies d'échelle.

Base de la future A110 électrique, l'APP est modulable. Elle peut s'adapter en longueur et en largeur. Elle sera également utilisée pour de nouveaux véhicules dont un cabriolet inédit basé sur l'A110 et la nouvelle A310, un coupé sport 4 places.

Enfin, Alpine lancera deux nouveaux véhicules de segments D/E dans la foulée de son « Dream Garage ».

Outre la plateforme APP, Alpine développe ses propres technologies pour ses modèles sportifs exclusifs telles que le moteur hydrogène à combustion interne ou l'ADM, Alpine Dynamic Module, une intelligence centrale au cœur de notre architecture électronique permettant d'améliorer l'agilité et la performance de nos véhicules.

« Cette gamme complète de véhicules sportifs va consolider la présence d'Alpine sur ses marchés principaux, l'Europe et le Japon. Elle servira de tremplin pour son expansion à l'international, en particulier aux États-Unis et en Asie, où les nouveaux modèles seront proposés à partir de 2027. L'idée est de passer d'un segment de niche à une marque complète et globale. En combinant le line-up et l'expansion géographique, Alpine vise une marge opérationnelle supérieure à 10% en 2030, et ainsi assurer la pérennité certaine de son modèle économique. » explique Laurent Rossi, CEO Alpine.

Accélérer la transformation grâce à des partenaires leaders dans leur domaine

Alpine vise à créer un écosystème en s'entourant de partenaires clés pour co-inventer la sportivité automobile de demain, au premier rang desquels figure Renault Group. Sa plateforme APP bénéficiera de l'expertise SDV (Software-Defined Vehicle) d'Ampere, le futur pure player électrique et software de Renault Group. Les services financiers de Mobilize Financial Services permettront à Alpine d'attirer et de fidéliser ses clients avec des offres sur-mesure. Enfin, Alpine pourra compter, en plus de son réseau propre, sur le réseau de distribution de Renault Group pour se développer à l'international. Des partenaires externes viendront également accompagner Alpine : Google pour développer des services de connectivité et Verkor pour la fourniture de batteries électriques haute performance fabriquées en France (Dunkerque).

Alpine veut développer son image de marque, avec une présence croissante dans le sport automobile, comme en Championnat du Monde d'Endurance, où la marque sera présente en 2024 dans la catégorie reine Hypercar en tant qu'écurie d'usine et également en Formule 1, pour bénéficier de nouvelles sources de revenus. L'objectif en F1 est d'accroître les revenus de licences et de merchandising. Pour accélérer cette transformation, Alpine s'associera à de nouveaux investisseurs comme Otro Capital, RedBird Capital Partners et Maximum Effort Investments.

CHIFFRES CLÉS

Alpine compte près de 2 000 collaborateurs, 140 points de vente et 5 sites de conception et de fabrication

- La Manufacture Alpine Dieppe Jean Rédélé (France), site historique (343 collaborateurs), a investi 36 millions d'euros en 2017 pour relancer l'A110.
- Les Ulis (France), cœur de l'ingénierie Alpine Cars, héberge plus de 350 personnes, expertes de l'automobile sportive, réparties dans 9 300 m².
- Guyancourt (France) : une équipe Design de 45 collaborateurs est dédiée à la marque Alpine
- Viry-Châtillon (France) : 25 300 m², plus de 500 personnes exercent leur savoir-faire unique en matière de moteur au service de la compétition automobile (design, assemblage, tests...).
- Enstone (Royaume Uni) : l'usine Alpine F1 Team dédiée au développement des monoplaces recensant près de 900 collaborateurs.

La stratégie d'Alpine sera détaillée ce lundi 26 juin 2023 lors de l'Alpine Future Tour. Cet événement est organisé en présence de Luca de Meo, CEO de Renault Group, et Laurent Rossi, CEO d'Alpine, à Enstone (Royaume-Uni).

L'évènement sera retransmis à partir de 13h00 (heure de Londres) / 14h00 (heure de Paris) sur le site : www.renaultgroup.com

A 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 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, le Groupe a vendu 2,1 millions de véhicules en 2022. Il réunit près de 106 000 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. 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 2040.

<https://www.renaultgroup.com/>

A propos d'Alpine

Fondée en 1955 par Jean Rédélé, Alpine s'est affirmée au fil des ans avec ses voitures de sport à la française. En 2018, la marque présente la nouvelle A110, une voiture de sport fidèle aux principes intemporels d'Alpine en matière de compacité, de légèreté, d'agilité et de plaisir de conduite. En 2021, est créée la Business Unit Alpine. Elle devient la marque dédiée aux voitures de sport innovantes, authentiques et exclusives du Renault Group, bénéficiant de l'héritage et du savoir-faire de son usine historique de Dieppe ainsi que de la maîtrise de l'ingénierie des équipes d'Alpine Racing et d'Alpine Cars.

**RENAULT GROUP
RELATIONS
INVESTISSEURS**

Philippine de Schonen
+33 6 13 45 68 39
philippine.de-schonen@renault.com

**CONTACTS
PRESSE**

David Gendry
Directeur Communication,
Partenariats et Sponsoring Alpine
+33 6 33 25 71 56
david.gendry@alpinecars.com

Orianne Tamburini
Responsable Communication
Produit Alpine
+33 6 26 63 28 14
orienne.tamburini@alpinecars.com