

# MOBILITÉ

## RÉPONDRE AUX BESOINS

M

La mobilité ne se limite pas à une liberté individuelle fondamentale, elle est également indispensable à l'essor économique. Pourtant, son expansion non maîtrisée pourrait être à la base de problèmes tant pour la société que pour l'environnement. Préserver la mobilité implique de **se plier aux impératifs du développement durable** et de faire en sorte que la création de valeur aujourd'hui ne se fasse pas au détriment de l'avenir.



▸ Sécurité

▸ Environnement

▸ Vie à bord

▸ **Mobilité**

▸ Compétitivité

### EN RÉSUMÉ

LA PRÉSERVATION DE LA MOBILITÉ PASSE PAR L'ADAPTATION DU PRODUIT AUTOMOBILE À DES CONTRAINTES DE PLUS EN PLUS SÉVÈRES LIÉES TANT À LA SÉCURITÉ QU'À L'ENVIRONNEMENT. PAR AILLEURS, L'APPARITION DE NOUVEAUX MARCHÉS DANS LES PAYS ÉMERGENTS CONSTITUE UN NOUVEAU DÉFI QUE DOIVENT RELEVÉR LES CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES.

# LES TENDANCES

## **Nos sociétés occidentales**

trouvent déjà très élevé le montant des ressources qu'elles sacrifient à leur mobilité. Pourtant, l'industrie automobile a énormément investi pour l'amélioration de nos véhicules, non seulement parce que toute technologie a pour vocation de progresser, mais surtout parce qu'elle est soumise à des contraintes particulièrement sévères.

## **En une vingtaine d'années,**

les améliorations liées aux progrès techniques ont permis d'accroître considérablement le niveau de performance du produit automobile, tant en matière de sécurité que d'émissions : performances des matériaux de la structure de la caisse, innovations pour les systèmes de sécurité, aides à la conduite, améliorations

des motorisations, services et équipements de navigation permettant une utilisation rationnelle et efficace des infrastructures grâce aux services et équipements télématiques (Carminat Navigation et Communication, Carminat Navigation informée), etc. Les constructeurs automobiles, et particulièrement Renault, considèrent maintenant que ces éléments ne constituent plus des prestations de luxe, mais qu'ils sont un dû au client et à la société.

**Parallèlement à cela,** dans les pays au marché automobile émergent, comme la Chine ou l'Inde, l'automobile est loin d'avoir épuisé sa capacité à progresser. Les grands constructeurs mondiaux se doivent de travailler pour séparer le fossé qui existe entre le taux d'équipement des pays riches et celui des pays accédant au marché automobile.

**La tradition fut,** durant de longues années, de vendre à ces pays des véhicules dont la conception avait souvent près de vingt ans d'âge afin de les proposer à un prix abordable. Mais il n'est plus envisageable de proposer aujourd'hui un véhicule déprécié par avance à une clientèle qui sait très bien à quoi ressemble une voiture moderne digne de ce nom.

**Ces marchés nouveaux** doivent impérativement être pris en compte par les constructeurs automobiles. Il est de leur devoir de présenter des véhicules spécifiquement conçus pour répondre à de nouveaux critères budgétaires, tout en mettant en avant des solutions à la fois respectueuses de l'environnement, fiables, sûres et valorisantes pour l'utilisateur. Un domaine dans lequel Renault fait office de précurseur en proposant Logan.