



Nouvelle Campagne Renault CROSSOVER

La tendance est au Crossover : il représente environ 25 % des parts de marché de l'automobile.

Renault rebondi sur ce succès en communiquant avec un concept global sur ses trois modèles de Crossover : Nouveau Captur Ph.2, Kadjar et Nouveau Koleos.

Pour être encore plus proche de ses audiences, c'est l'occasion pour Renault de développer, pour la première fois une campagne digital first.

TV

- ▶ **Captur** <https://www.youtube.com/watch?v=2z67brdS4lo>
- ▶ **Kadjar** <https://www.youtube.com/watch?v=IAOIT8M1-E>
- ▶ **Koleos** https://www.youtube.com/watch?v=7q6_z7WxE8

DIGITAL

- ▶ **Captur** https://www.youtube.com/watch?v=akA1I8KY9_M
- ▶ **Kadjar** <https://www.youtube.com/watch?v=ZrBT9mQ44IQ>
- ▶ **Koleos** <https://youtu.be/4Czq2b65KM5>

La notion de plateforme globale était le point de départ, en effet, pour Gaëlle le Grouiec (Directrice Marketing & Communication de Renault Europe) « Pour notre gamme phare de Crossovers, nous avons voulu créer un storytelling 360 digital first, en ligne avec chacune des audiences mais avec un seul concept, un ton et un style pour nourrir la plateforme de marque et son positionnement Easy Life.»

UNE PLATEFORME COMMUNE PUISSANTE POUR RENAULT CROSSOVER

De nos jours, les Crossovers sont souvent associés à la notion de « voitures d'évasion » qui viennent compléter l'individualité des consommateurs. La croyance forte : personne ne se sert d'un Crossover pour fuir sa vie.

Renault est resté fidèle à l'ADN de ses Crossovers et leur capacité de passer « on-road » à « off-road ». Une versatilité qui devient nécessaire pour tous ceux qui souhaitent utiliser des routes alternatives plutôt que de s'échapper de leur vie. Fort de cette conviction, Publicis Conseil a senti qu'il était nécessaire de mettre en place une plateforme commune aux 3 véhicules : « Take the alternative road ».

Comme a pu l'avancer Marcelo Vergara (Directeur de la Création Publicis Conseil) : « Nous souhaitons démontrer, avec Renault, qu'être le propriétaire d'un Crossover est un mode de vie à part entière, depuis les moments charnières de la vie jusqu'aux petits moments du quotidien. Mais parfois, quand on emprunte une voie alternative, nos vies peuvent s'en voir enrichies en voyant les choses sous un angle nouveau. »

CENTRALISE AUTOUR DES AUDIENCES

Dans le fond ...

Un point de départ : Une analyse profonde des cibles avec une objectif : produire une seule campagne avec un concept d'ensemble, un ton et un style, une signature, le tout via un storytelling propre à chaque véhicule, tiré d'insights issus du public. Un focus consommateur différencié pour chaque véhicule dans le but de maximiser l'impact et l'effet halo de la campagne.

Et dans la forme ...

Cette campagne digital first a été pensée avant tout « mobile first », principal outil dans le quotidien des 3 audiences, qui ont chacune des besoins et exigences spécifiques. Une prise de parole personnalisée en digital pour cibler individuellement les consommateurs et un dispositif global ATL via les médias traditionnels sont combinés pour maximiser les points de contact du parcours consommateur. La campagne 360° est déployée sur un storytelling d'une période de 12 mois sur toute l'Europe.



Credits

Renault CROSSOVER

TVC

Renault Europe: Gaëlle Le Grouiec, Adela Perez, Olivier Bourquin, Antoine Hery, Stephane Bonnegent / **Advertising Agency:** Publicis Conseil / **Executive Creative Directors:** Bruno Bertelli, Marcelo Vergara / **Creative Team:** Captur : Antoine Giraud (CR) / Thomas Roques (DA), Kadjar & Koleos : Cecilia Moro (DA), Francesco Martini (CR) / **Account Executives:** Stéphane Gaillard, Gaëlle Morvan, Cassie Bienvenu, Fanny Desvignes / **TV Producers :** Prodigious : Pierre Marcus, Nathalie Levincent / **Director:** Martin Werner / **Production Company:** Prodigious / **Media:** TV

DIGITAL - CAPTUR

Renault Europe: Gaëlle Le Grouiec, Adela Perez, Olivier Bourquin, Antoine Hery, Stephane Bonnegent / **Advertising Agency:** Publicis Conseil / **Executive Creative Director:** Marcelo Vergara / **Creative Director:** Kevin Ulvé / **Creative Team :** Antoine Giraud (CR), Thomas Roques (DA) / **Account Executives :** Stéphane Gaillard, Gaëlle Morvan, Léa Sayada, Cassie Bienvenu, Fanny Desvignes / **Producer:** Prodigious - Maude Guilbert, Charles Petit / **Director :** Agus Berruezo / **Media :** Digital

DIGITAL - KADJAR & KOLEOS

Renault Europe: Gaëlle Le Grouiec, Adela Perez, Olivier Bourquin, Antoine Hery, Stephane Bonnegent / **Advertising Agency:** Publicis Conseil / **Executive Creative Directors :** Marcelo Vergara , Elie Trotignon / **Creative Director:** Jean-Baptiste Burdin / **Creative Team :** Kadjar : Tobias Fant (CR), Robert Aquadro (DA) & Koleos : Johanna Pierre (CR), Nicolas Cremmydas (DA) / **Account Executive :** Stéphane Gaillard, Gaëlle Morvan, Cassie Bienvenu, Fanny Desvignes / **Producer :** Prodigious - Maude Guilbert, Isabelle de Mascolo / **Director :** Matt Charlant / **Media :** Digital
