

Nouvelle campagne Halloween Renault Easy Life

Pour la période la plus effrayante de l'année, Renault a imaginé deux films à destination des media digitaux, autour de leur mission de marque : Easy Life.

Désireux de capitaliser sur Halloween et de toucher sa cible pendant cette période, Renault a, pour l'occasion, adapté sa façon de communiquer son message : Renault rend la vie de ses clients plus facile – même si ceux-ci sont des zombies ou des vampires.

Les deux comédies mettent en scène les personnages classiques d'Halloween : un zombie et des vampires, qui, à l'instar d'humains, vont connaître une péripétie dans leur quotidien. Les deux films montrent comment les technologies Renault les aident à régler leurs petits problèmes, en rendant leur vie un peu plus simple.

Renault, qui a déjà communiqué autour de cette notion de Easy Life dans des campagnes récentes, veut renforcer le message auprès de sa cible avec ce dispositif d'Halloween.

Dans le premier film, un zombie passe en Koleos devant un jeune homme assis à un arrêt de bus. Ayant repéré sa proie, le zombie s'arrête et pour se garer, enclenche le Easy park assist, technologie d'aide au stationnement sans les mains. Manque de chance, les bras pourrissants du zombie restent accrochés au volant qui tourne tout seul. Mais cela ne l'empêche pas de parfaitement réussir son créneau... sans les mains.

LE FILM EASY 'ZOMBIE' LIFE : https://youtu.be/bj_xjSly_Dw

Dans le second film, une famille de vampires roule sous la lumière de la pleine lune à bord d'un Renault Captur. Affamé, le bébé commence à pleurer. Les parents s'arrêtent alors pour lui préparer un biberon assez inhabituel... rempli de sang frais. En un bon petit vampire, le bébé boit l'intégralité de son biberon avant de faire son petit rototo. Malheureusement celui-ci s'accompagne d'un vomi écarlate directement sur le siège. Mais les parents restent sereins : ils savent que leur Renault Captur est équipé de sièges déhoussables et lavables.

LE FILM EASY 'VAMPIRE' LIFE : <https://youtu.be/VMv-uZ6oFRQ>

Carine Gailliez, Directrice Internationale Contenus & Medias, Renault:

« Cela fait 1 an et demi que nous développons avec Le Loft des contenus pour les réseaux sociaux, qui font écho à des moments de vie ou à des événements calendaires. Il était

parfaitement logique de créer également une série de vidéos sociales pour Halloween. Notre but est de communiquer sur la façon dont les innovations de Renault simplifient la vie au quotidien et d'affirmer le rôle de notre marque : Make Life Easier. Nous avons encore plus de contenus qui arrivent avec Le Loft x Renault pour la Saint Valentin, alors retenez cette date ! »

Patrick Lara, Directeur Général, Publicis Conseil:

« Nous voulions profiter d'Halloween pour créer un contenu social audacieux et également produire quelque chose qui a du sens pour Renault. Nous avons démontré l'engagement de Renault en tant que marque qui simplifie la vie des gens, en mettant en scène des personnages tels que des zombies et des vampires, dans la vie de tous les jours. »

Les deux films ont été conçus et produits pour Renault par Le Loft - Publicis Conseil et réalisés par Thomas Leisten Schneider pour La PAC.

Le Loft est l'offre de Publicis Conseil dédiée à la conception de contenus sociaux. Hors les murs de l'agence, elle offre une nouvelle façon de collaborer entre la marque et l'agence, plus agile, plus collaborative, plus ouverte. Dans un lieu dédié, pendant un temps déterminé, toutes les compétences se retrouvent à travailler ensemble autour du même projet : responsables annonceurs, planneurs stratégiques, concepteurs-rédacteurs, typographes, script doctors, directeurs artistiques, data analysts... afin de produire de façon agile des contenus qui permettent aux marques de communiquer de façon innovante avec leurs nouvelles audiences sociales. Créée en janvier 2016, l'offre a séduit Renault, Garnier, BNP Paribas, Rowenta... en France et a été déployée à travers le réseau Publicis Worldwide.

Contact Communication

Emilie SEID

emilie.seid@conseil.publicis.fr / +33 6 48 31 01 51