COMMUNIQUÉ DE PRESSE

30/03/2021

HYBRIDE PAR NATURE : LA CAMPAGNE DU NOUVEAU RENAULT ARKANA

Une campagne pour le Nouveau Renault Arkana, hybride, grâce à sa motorisation E-Tech, mais aussi avec son design sportif et racé.

Hybride par nature, Renault Arkana l'est à plus d'un titre : un design sportif et racé, une grande capacité de chargement, une offre de motorisations complète micro hybride et hybride. Ces qualités font de ce nouveau SUV une véritable nouveauté sur le marché.

Pour illustrer ces atouts et accompagner le lancement commercial, Renault a développé une campagne inédite, contemporaine et humaine pour Arkana.

La vie ne saurait être plate et linéaire, sans vague ni surprise, sans détour ni virage. Notre quotidien est fait de changements, de polyvalence, de rebondissements et d'inattendu. Nous sommes multifacettes, notre personnalité est faite de passions, de sentiments aussi différents que contradictoires, c'est ce qui nous permet de vivre une vie pleine de surprises, d'inattendus, et d'intensité. Comme Renault Arkana, notre audience est hybride par nature.

La tonalité de cette campagne s'appuie une nouvelle fois sur l'une des madeleines de Proust de la marque ; Le titre « Johnny and Mary » de Robert Palmer, revisité cette fois par le groupe parisien Eekoz dans une version énergique et moderne sous la supervision musicale de Start-Rec.

« Pour ce lancement nous avons imaginé une campagne résolument humaine avec un film qui devrait parler à tous puisqu'il dépeint de manière très honnête notre vie, parfois tempérée, parfois plus passionnelle, mais jamais linéaire. Grâce à sa polyvalence Arkana est parfaitement adapté à ces vies multiples et changeantes. Sa version E-TECH hybride permet également à la marque Renault de franchir un nouveau cap en venant compléter notre gamme de véhicules électrique, hybride et hybride rechargeable, adaptée à tous les usages et à toutes les vies. » déclare **Hortense Isnard, Car models content creation Director de Renault.**

En complément du film TV et des assets associés, Renault a développé pour la première fois sur ce modèle, de nombreux contenus vidéos encapsulés dans un tout nouveau format graphique dénommé "R:System".

« *Nous avons développé pour chaque étape du parcours client des contenus adaptés aux plateformes digitales - Youtube, Instagram, Facebook et LinkedIn notamment pour notre cible flotte - et toujours avec la même cohérence graphique et musicale. Par exemple, des contenus aspirationnels pour booster la notoriété des avantages produit : les R:creative. Ou encore des contenus plus techno pour les clients en phase de considération d'achat : les R:techno. Et enfin des R:tuto qui aident à la conversion et permettent de rassurer sur la prise en main du véhicule. En conclusion, R:System est la mise en cohérence des contenus sur chaque point de contact et au plus près des attentes clients dans un ton et style qui booste l'image de notre Marque. »* déclare **Alexandra Ovigny, Senior Advertising Manager de Renault.**

Déjà présente sur les réseaux sociaux, cette campagne sera diffusée au mois de juin pour accompagner le lancement commercial de la version E-tech hybride de nouveau Renault Arkana en Europe dans 35 pays.

À propos de Renault

Marque historique de la mobilité, leader de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique « Renaulution », la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité - dans l'industrie automobile et au-delà.