



Communiqué de presse, le 12 juin 2024

RENAULT INFILTRE L'ICONIQUE R5 DANS DES JEUX VIDÉO

Découvrez les mods sur MODDER5.FR

La vidéo de lancement [ICI](#)

Afin de célébrer le lancement de Renault 5 E-Tech electric, Renault lance avec Havas Play la campagne #MODDER5. Cette initiative innovante et totalement inédite dans le milieu du gaming pour une marque automobile permet aux joueurs d'ajouter ou de changer le contenu original d'un jeu en utilisant des intégrations ou mods. De quoi vivre une expérience totalement immersive au cœur de l'univers R5.



R5 s'infiltré dans une multitude de jeux

La campagne #MODDER5 permet à des milliers de joueurs de retrouver l'émblématique Renault 5 dans leurs jeux vidéo préférés ! La voiture s'est infiltrée dans des jeux variés ayant de vastes communautés de joueurs dans le monde entier: Fortnite, Minecraft, Roblox, Palworld, Garry's Mod, Stray, Stardew Valley, Subnautica, mais aussi dans l'expérience metaverse The Sandbox..

Une collaboration avec des créateurs talentueux

Renault a travaillé avec des moddeurs de renom spécialisés sur chaque jeu vidéo. A l'image d'un street-artist qui transforme l'espace public, ces derniers subliment l'espace vidéoludique. Ils ont donné vie à Renault 5 E-Tech electric de manière inédite avec des mods, grâce aux plans et modélisations 3D fournis par le constructeur automobile, tout en veillant à respecter les identités graphiques spécifiques de chaque jeu.

De plus, une expérience unique s'imprégnant des codes des différents jeux a été imaginée par les moddeurs, pour permettre aux joueurs de découvrir Renault 5 E-Tech electric dans des contextes variés, comme un cache-cache sur Fortnite ou une version sous-marin à l'effigie du véhicule sur Subnautica.

Un dispositif influence pour amplifier l'opération

Afin de toucher un maximum de joueurs et pour s'ancrer encore plus dans la communauté gaming, Renault a prévu une campagne d'influence, avec la participation de 9 streamers très suivis en France dont Horty, Grimkujow, Theorus, Mynthos, ...

Cette opération sera également relayée à l'échelle européenne par deux streamers dans chacun des pays suivants : Royaume-Uni, Espagne, Italie et Allemagne.

« Le lancement de R5 E-Tech 100 % electric marque le renouveau du modèle iconique qui a séduit des générations d'automobilistes. Tout comme R5, ces générations ont évolué.

Renault 5 est une icône de la pop culture, c'est finalement logique de la retrouver au cœur des jeux vidéo les plus populaires du moment.

Cette campagne #MODDER5 représente pour nous un moyen innovant et ludique de démocratiser l'univers du gaming et de toucher aussi bien le grand public que les gamers. Les membres de cette communauté (moddeurs, streamers, joueurs, éditeurs...) sont extrêmement engagés et c'est pour cela que nous avons souhaité les placer au centre de l'opération en les rendant acteurs de notre dispositif. » déclare Thomas Juan-Dané, manager partenariats et activations de marque chez Renault

« Intégrer R5 dans autant de jeux différents était un véritable défi pour nous en termes de production et de craft. Là où certaines expériences considèrent le jeu vidéo comme un tout, chez Havas Play nous sommes persuadés que la communauté gaming est multiple et que chaque jeu doit être traité comme un média à part entière. C'est pour cela que nous avons décidé de reproduire Renault 5 en nous basant sur l'ADN de chaque jeu, afin de créer une expérience qui, d'une part valorise le véhicule, et d'autre part, soit juste et engageante pour chaque communauté. Cette opération est une première mondiale pour un constructeur automobile et il était logique qu'elle soit initiée par Renault qui a toujours été une marque populaire et innovante » explique Fabrice Plazolles, Directeur de la Création de Havas Play.

Renault sur les réseaux sociaux

Instagram : https://www.instagram.com/renault_france/

Tiktok : <https://www.tiktok.com/@renault>

Threads : https://www.threads.net/@renault_france

X : https://twitter.com/renault_fr

Crédits Renault

Arnaud Belloni : directeur marketing monde

Laurent Aliphat : directeur création contenu marketing

Stéphane Barbat : directeur des partenariats

Thomas Juan-Dané : manager partenariats et activations de marque

Menel Feddal : consultante contenus et social media

Crédits Havas Play

Stéphane Guerry : CEO

Emeric Deminiere : COO

Emmanuel Munck : Directeur de clientèle

Fabrice Plazolles : Directeur de création

Nil Niviere-Schouvaloff : Concepteur Rédacteur

Quentin Clause : Directeur Artistique

Lynn Ramal : Motion Designer

Royal Coulibaly : Assistant DA

Karine Sanzalone : Assistant CR

Hugo Saez : Planneur Stratégique

Pierre Acuña : Head of gaming & esport

Thibaud Gounod : Chef de projet gaming

Thomas Monnerie : Assistant chef de projet gaming

Audélia Leloup : Head of PR and influence

Céline Tran : Influence & PR consultant

Elodie Pignard : Influence & PR consultant

Jeremy Metais : Influence & PR officer junior

Madani Hafdane : Chef de projet social media

Production mods

sianafr, Zet0r, Nicolas Mazurier, Timothé Buchert, Adam Cavillon, Ilyas Moustafayev, Paolo Belvisi, Antoine Rousseaux, Martin Chabanne, Léo Wadin, Louis Buchert, Annemarie Friedrich-Büttner, XxHarvzBackxX, KayStar, Kai "RSH" Jones, Mikjaw, ShirubaFoxy, Art Rock, milk74l8O, cat1425, Bertox, Smeers, Bluezillaa, Hxndaaa, halalbimmer, motherrlvy, Doggoncircle21, Voxel Beast, Nathan Gilabert, Marisol Ramon, Adrien Mougnot, Maxwel Soares, Saw Yaw Tha, Thibault Verdier, Naw Htoi, Anton Titov.

A PROPOS DE RENAULT

Marque historique de la mobilité, pionnier 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.

A PROPOS DE HAVAS PLAY

Havas Play connecte les marques aux fans, en activant les territoires de passions (musique, sport, gaming, etc.), centres d'intérêt et sujets de préoccupation qui les réunissent, pour créer un impact business, sociétal ou environnemental durable. Havas Play dispose d'un avantage unique pour façonner son community planning : analyse des comportements des fans, accès aux territoires de passions, IP des éditeurs et collaboration avec les meilleurs talents culturels et des médiatiques du moment. L'agence déploie une approche créa et média unique sur le marché, pensée pour déployer des campagnes à impact fort et mesurable auprès de communautés engagées.

Chiffres clés Havas Play France :

- 160 collaboratrices et collaborateurs
- 100 clients annonceurs et institutions sportives
- Plus de 100 récompenses créatives en 2023.
- Labellisation RSE : ISO 14001, AACCC Agence Active 3 étoiles, Ecovadis Gold 2022.