

Communiqué de presse

04 JANVIER 2016

Bob Sinclar incarne la French Touch Renault

Renault poursuit sa saga publicitaire à succès, la French Touch. Dès janvier, c'est Bob Sinclar qui donne la réplique dans les spots de la marque et qui sort pour l'occasion le titre « Touché ».

« Touché », un titre inédit pour la campagne Renault

En 2016, la French Touch inspire la French Touch ! La campagne 2016 s'appuiera sur des talents français reconnus. En janvier, c'est Bob Sinclar qui donne la réplique en musique avec son nouveau morceau « Touché ». Morceau sorti pour l'occasion le 1er janvier.

C'est dans un décor épuré que Clio, Captur et Scénic inspirent Bob Sinclar – design, motorisations, personnalisation, système stop and start, caméra de recul, son Bose...

Ensemble, Bob Sinclar et Nicolas Carpentier, ambassadeur de la marque, vont créer une métaphore sonore de tous les atouts des véhicules dans l'esprit d'une « gentille battle ».

Les deux films sont à l'antenne depuis le 3 janvier au soir précédés d'un teaser digital en ligne depuis le 2 janvier. Une campagne French Touch 360 degrés est déployée en affichage, presse, radio, digital, réseaux sociaux jusqu'aux concessions Renault.

La French Touch, 3 ans déjà

Depuis 3 ans, la French Touch est la saga publicitaire de Renault. Elle s'inscrit aujourd'hui dans une véritable tendance sociétale : le formidable renouveau de la créativité française.

Avec sa gamme de véhicules entièrement renouvelée, son nouveau design et des équipements technologiques à la pointe, Renault fait partie de ces talents inspirés et inspirants qui font vivre et renouvellent cette « French Touch » reconnue mondialement.