

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

2015/05/11

NOUVEAU RENAULT ESPACE: VOITURE OFFICIELLE DU FESTIVAL DE CANNES 2015

- **Pour le Festival de Cannes 2015, Renault s'assure une présence prestigieuse sur la Croisette. Cette année, nouveauté : les plus grands acteurs, réalisateurs, producteurs et VIP seront transportés jusqu'au tapis rouge en Nouvel Espace**
- **Durant la quinzaine du Festival - du 13 au 24 mai - le constructeur automobile mettra à disposition 200 Nouvel Espace de la gamme Initiale Paris, stickés Palme d'or pour l'occasion. Un partenariat renforcé par une flotte « image » de 6 Captur, 4 Nouvelle Twingo et 15 Renault Twizy à l'essai pour le grand public.**
- **Commercialisé au printemps et incarné par l'acteur Kevin Spacey dans la campagne publicitaire lancée mi-avril, Nouvel Espace se distingue par le confort, les matériaux et la richesse de ses équipements. Avec la signature exclusive d'Initiale Paris, ce nouveau crossover offre le meilleur du savoir-faire de Renault.**
- **Partenaire officiel du Festival de Cannes depuis 32 ans, Renault partage les valeurs du cinéma depuis plus de 110 ans. Associé au prestige et au glamour, Cannes est un rendez-vous incontournable pour promouvoir les nouveaux modèles de la marque face aux caméras du monde entier**

RENAULT REDYNAMISE LA FLOTTE OFFICIELLE DE CANNES 2015

Depuis 32 ans des modèles emblématiques de la marque au losange se sont succédés aux pieds des Marches du Palais, à l'instar de Renault 25, Safrane, Vel Satis ou encore dernièrement Latitude. En 2015, Renault fait le choix de Nouvel Espace comme tête d'affiche avec pas moins de 200 véhicules dédiés à l'évènement.

« Nous souhaitons apporter un souffle nouveau et profiter du trafic généré par les 200 000 visiteurs du Festival de Cannes venus du monde entier et de sa visibilité médiatique, pour propulser Nouvel Espace sous le feu des projecteurs » explique **Claude Hugot, Directeur des Relations Publiques de l'Alliance Renault-Nissan.**

NOUVEL ESPACE : EN TÊTE D'AFFICHE DE LA GAMME RENAULT

Commercialisé depuis avril 2015, le nouveau crossover de Renault propose une gamme à quatre niveaux : Life, Zen, Intens et Initiale Paris. Après plusieurs castings, c'est la version Initiale Paris métallisée noir Améthyste qui a été retenue pour jouer le rôle de voiture officielle du 68ème Festival de Cannes ! La signature Initiale Paris incarne la vision du bien-être et de la qualité de vie à bord définie par Renault avec des atouts forts : un design distinctif, des matériaux et des finitions de qualité, un confort exceptionnel, une ambiance acoustique et thermique soignée ainsi qu'une technologie high-tech discrètement intégrée, un service client basé sur un suivi personnalisé...

RENAULT ET LE CINÉMA : PLUS DE 110 ANS D'AMOUR

Par le biais de ce partenariat, Renault entend bénéficier d'une visibilité médiatique exceptionnelle pendant toute la durée de l'évènement et renforcer ses liens déjà solides avec le 7ème art. Le soutien au cinéma est la preuve d'un engagement de longue date du Groupe, initié il y a plus de 110 ans, à l'époque où les premiers studios de cinéma - installés à Billancourt entre 1885 et 1898 - côtoyaient les usines Renault. Le constructeur automobile est aujourd'hui un acteur engagé auprès des plus grands festivals de cinéma : Lyon, Deauville, Angoulême, Cabourg, Marrakech et la Mostra Internationale d'Art Cinématographique de Venise.