



19/01/2023

human first program safety by Renault

- Dans le cadre du plan stratégique Renaulution, la marque Renault s'affirme comme résolument technologique. Cette ambition est soutenue par trois piliers : l'électrification, avec la technologie E-Tech, la connectivité, notamment via le partenariat avec Google, et la sécurité.
- Le « human first program », incarne cette volonté de renforcer la sécurité du conducteur et des passagers, et aussi des autres usagers de la route, partout à travers le monde.

Plus de 50 ans de recherches au service de la sécurité

Depuis plus de 50 ans, Renault travaille à optimiser les systèmes de sécurité et à imaginer ceux de demain. Plus de 2 000 brevets liés à la sécurité ont été déposés depuis 1970. Ce travail – couplé aux mesures prises par la Sécurité Routière et les gouvernements successifs – a contribué à épargner 350 000 vies et empêché jusqu'à 5,8 millions de personnes d'être blessées, selon Stéphane Buffat (Directeur du Laboratoire d'Accidentologie, de Biomécanique et du Comportement Humain).

human first program, la vision de la sécurité par Renault

Le « human first program » lancé par Renault en 2023, permet de présenter au grand public toutes les initiatives de la marque en matière de sécurité et de positionner Renault comme une marque technologique et aussi humaine. Car c'est le fruit d'un travail collaboratif entre les ingénieurs, les experts sécurité, les chefs de produit, le LAB, les secouristes (sapeurs-pompiers) qui, couplé aux dernières innovations technologiques comme l'IA, permet aujourd'hui à Renault de se démarquer.

La démarche de Renault va au-delà de la conception de voitures sûres. Il s'agit de protéger tout le monde, et pas uniquement les automobilistes. A l'heure où les autres moyens de transports se développent (trottinette et vélo électriques), où nous sommes tous à la fois piétons, cyclistes, automobilistes, en famille, entre amis ou entre collègues, Renault s'engage pour protéger tout le monde sur la route.

« Quoi de mieux que la sécurité et les investissements considérables en R&D qui en découlent pour illustrer la transition [impulsée par Luca de Meo] d'un constructeur automobile traditionnel vers un leader en technologies & services de mobilité ». Arnaud Belloni, VP Renault Brand Global Marketing

Le « human first program » s'appuie sur 3 axes majeurs permettant d'assurer la sécurité de tous :

1. **Prévenir les accidents en développant des systèmes avancés d'aides à la conduite et des équipements de sécurité** : plus de 36 ADAS et 60 équipements liés à la sécurité sont proposés sur la gamme Renault et participent à la réduction des risques de chocs ou de blessures et leur gravité.



- 2. Traiter les accidents, en mettant en place un partenariat unique avec les sapeurs-pompiers de toute l'Europe**, qui a déjà abouti sur la formation de plus de 5 000 pompiers à travers 19 pays et des innovations majeures dans le domaine de la sécurité post crash comme le Fireman access ou le QRescue Renault, qui permettent de raccourcir considérablement les délais d'intervention des premiers secours.
- 3. Réduire le nombre d'accidents en investissant massivement sur la R&D** avec le développement de technologies embarquées comme le safety score, le safety coach ou les services connectés.

Un dispositif de communication complet et international

Ce programme sera relayé au cours de l'année sur l'ensemble des canaux de la marque : en télévision avec un film de 30s, en digital avec un documentaire inédit sur la collaboration des pompiers et Renault, sur de nombreux autres médias.

Le film TV orchestré par Publicis Conseil et Renault a été produit par le duo de réalisateurs Les Réalité et diffusé en France en janvier dans le cadre de la campagne des Résolutions Renault. Depuis le point de vue d'un conducteur, on y découvre plusieurs usagers de la route (piétons, cyclistes, amoureux à moto...), dans différentes situations. A la fin du film, la conductrice devient elle-même une piétonne dès qu'elle sort de son véhicule. On comprend ainsi qu'aujourd'hui nous sommes tous ces usagers à la fois et que les technologies Renault (aides à la conduite, QRescue, safety coach) servent à améliorer la sécurité de chacun, et dans chaque situation.



La campagne sera déployée en Europe, en Amérique Latine et en Inde, avec une diffusion en TV en France, Italie, Espagne et Allemagne, en digital pour le reste de l'Europe, puis en Amérique Latine et en Inde fin 2023.

À 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 « Renaultion », 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.