

Press Release

NOVEMBER 15, 2017

Renault partenaire de la saga STAR WARS (TM)

De nos jours, dans une galaxie pas très lointaine...

Renault entre dans l'aventure STAR WARS™ à l'occasion de la sortie des films « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI » et « SOLO : A STAR WARS STORY ».

Une campagne Renault / STAR WARS™ débutera le 15 novembre.

Les concessions Renault rejoindront la force de la French Touch et de nombreux cadeaux seront à gagner.

Boulogne, le 15 novembre 2017. Renault est fier d'annoncer son partenariat avec STAR WARS™. Les deux marques intergalactiques partagent la même passion de l'innovation, une histoire florissante et un univers intergénérationnel qui traverse les époques.

Pour la première fois de son histoire, Renault a pour l'occasion décidé de transformer ponctuellement son logo pour rendre hommage à l'univers STAR WARS™ qui a bercé notre enfance et continue à enchanter notre quotidien.

Renault rejoint donc l'aventure pour accompagner la sortie des deux prochains films STAR WARS™: « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI » et « SOLO : A STAR WARS STORY » respectivement en salle le 13 décembre 2017 et le 23 mai 2018.

Xavier MARTINET, Directeur Marketing France

« Nous sommes très fiers de ce partenariat. STAR WARS™ comme Renault ont bercé notre enfance et continuent à œuvrer pour rendre le quotidien le plus expérientiel possible. C'est pour la marque Renault une très belle opportunité de proposer au public des expériences inédites à la fois dans nos sites commerciaux mais aussi sur les différents canaux de communication. Ce partenariat s'inscrit de plus dans la durée puisqu'il nous accompagnera jusqu'à l'été 2018. Nous réservons aux fans de STAR WARS™ et de Renault de belles surprises. »

En France, dès le 6 décembre, Renault proposera une campagne inspirée par le film « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI » avec pour thème « L'Initiation » et vous invitera à découvrir la force de la French Touch :

- Le réseau commercial Renault se mettra aux couleurs du film événement « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI »
- Les aventuriers qui viendront découvrir nos concessions du futur pourront tenter de gagner 1 voyage pour 2 personnes sur les traces du tournage du film « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI » et des Packs STAR WARS™ dématérialisés
- Des projections privées du film « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI » seront organisées

Pour suivre tout l'actualité de Renault et STAR WARS™, téléportez-vous sur www.renault.fr/star-wars

A propos de Disney Média et Partenariats

D'une richesse inégalée, l'extraordinaire imaginaire Star Wars est devenu en 40 ans un vrai phénomène de société, où les plus jeunes comme leurs aînés aiment à se retrouver. Depuis toujours, les marques y ont été sensibles, et aujourd'hui encore, nombreuses sont celles qui s'y associent en s'appuyant sur les valeurs fortes de Star Wars™, telles l'humour, le bien contre le mal ou encore l'innovation.

A l'occasion de la sortie au cinéma de « STAR WARS : LES DERNIERS JEDI », Lucasfilm s'est associé en France à des marques puissantes pour mettre en place des dispositifs promotionnels 360 soutenus par des campagnes media exceptionnelles comme seul Disney Media & Partenariats peut en proposer. Cette année, de nombreux partenaires ont rejoint la force autour de ce film événement : RENAULT (les modèles Megane, Kadjar et Zoe associés à la campagne French Touch), LA POSTE (timbres collector, cartes cadeaux et pré-payées), E.LECLERC (figurines exclusives à collectionner & Brand content).

Ces campagnes impactantes sont conçues par les équipes de Disney Media & Partenariats qui imaginent sans cesse des opérations créatives et personnalisées (brand content, medias ou hors medias, co-branding, webséries, influence digitale,...) au service de la stratégie marketing des marques, pour raconter ensemble de nouvelles histoires.

A propos du Groupe Renault

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 127 pays qui a vendu près de 3,5 millions de véhicules en 2016. Il réunit aujourd'hui plus de 120 000 collaborateurs, dispose de 36 sites de fabrication et 12 700 points de vente dans le monde. Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le groupe s'appuie sur son développement à l'international. Il mise sur la complémentarité de ses cinq marques (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine et LADA), le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi. Avec une nouvelle écurie en Formule 1 et un engagement fort en Formule E, Renault fait du sport automobile un vecteur d'innovation et de notoriété de la marque.

For More Information:

Vincent FRAPPREAU
Press Officer (Renault Range, Heritage)
+33 (0)1 76 89 87 78
vincent.frappreau@renault.com

GROUPE RENAULT
SERVICE DE PRESSE
Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36
renault.media@renault.com