



## RENAULT CÉLÈBRE LE « MADE OF FRANCE »



Pionnier de l'électrique avec notamment la sortie de Renault ZOE en 2012, Renault a fait le pari de la France pour produire ses véhicules électriques. Un pari, comme un écho à celui de Louis Renault, qui en décembre 1898 parie avec des amis que son prototype de voiturette Type A parviendra à gravir la rue Lepic, l'une des plus pentues de Paris à Montmartre. Défi relevé et gagné : c'est le début de l'aventure automobile Française.

Pour accompagner cet engagement, Renault a voulu rendre hommage à cette France joyeuse, généreuse, audacieuse, cette France multiculturelle et inspirante.

Ce nouveau film est un voyage à travers le pays, un voyage à travers le temps, un voyage à travers les mots.

**Parce que le « made in France » est bien plus qu'un lieu de fabrication.**

Le made in France, c'est avant tout des gens, des valeurs, une culture, une histoire et un état d'esprit « Français » : têtu, obstiné, râleur... mais aussi humain, enthousiaste, perfectionniste.

Au-delà du made in France, c'est le Made Of France - fait d'esprit Français - que Renault veut célébrer.

La campagne est une déclaration d'amour aux Français, à la France.

On est entraîné dans une épopée à travers l'histoire, les femmes & les hommes, les lieux & les symboles qui font la richesse et l'unicité de la France. Un voyage musical autant que visuel.



D'abord, la campagne est portée par la bande son qui mêle Mireille Mathieu à Michel Polnareff et Cut Killer. Le voyage peut commencer :

Les images défilent dans une composition de vidéos, de dessins, de photos qui racontent la France au fil des ans, projetées sur des paysages ou des monuments emblématiques.

Un périple où se côtoient Paul Éluard et Lino Ventura, Jane Birkin et Joséphine Baker, Cut Killer et les Barbapapa, Monet et Jamel Debbouze. Une déclaration d'amour à une France audacieuse, diverse & authentique, résistante & résiliente, bougonne & optimiste, colérique & joyeuse mais surtout tenace.

Un brassage de cultures et de caractères qui résume ce fameux esprit Français.

La première diffusion du film publicitaire est prévue le 14 juillet, jour de la fête nationale, sous un format 60 secondes.

## 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.