Dată

06/05/2021

Renault talk #1: Nouvelle Vague, brandul Renault își reafirmă ambițiile



Luca de Meo și echipa Renault vor împărtăși viziunea brandului aflat în centrul strategiei Renaulution:

- Un “Nouvelle Vague” pentru un brand Renault mai modern, mai ecologic, mai centrat pe tehnologie și mai durabil
- Un nou logo și o nouă identitate vizuală
- O ofensivă centrată pe produs
- O strategie de afaceri bazată pe valoare

Boulogne-Billancourt – Joi, 6 Mai, 2021. În această zi, Luca de Meo și echipa brandului Renault au împărtășit, timp de mai bine de o oră, viziunea lor despre marcă: un lider în tranziția energetică, în fruntea celor mai noi tehnologii și servicii, operând într-o manieră mai durabilă și mai responsabilă.

„NOUVELLE VAGUE”: MOBILITATE ELECTRICĂ, ORIENTATĂ CĂTRE TEHNOLOGIE ȘI DURABILĂ

Brand centrat pe oameni, Renault intră într-o nouă eră, deoarece aduce un val de modernitate industriei auto europene.

„Nouvelle Vague” va transforma Renault într-un brand construit în jurul tehnologiei, serviciilor și energiei curate, realizând vehicule mai inteligente în fiecare zi și soluții de mobilitate mai durabile. Acest lucru este în concordanță cu ADN-ul mărcii, ca o companie care s-a schimbat odată cu vremurile de-a lungul secolului al XX-lea, concepând vehicule inovatoare și profund moderne la fiecare pas al drumului. În 2021, mai mult ca oricând, Renault se străduiește să răspundă așteptărilor pieței de soluții de mobilitate responsabile, fără carbon, sigure și scalabile, care să corespundă nevoilor clienților.

În timpul evenimentului Renault Talk #1, Luca de Meo a reafirmat direcția stabilită pentru marca aflată în centrul planului Renaulution al Grupului:

- **În calitate de lider industrial al tranziției energetice, marca Renault va fi cel mai „verde” brand din Europa** începând cu 2030, 9 din 10 mașini vândute fiind electrificate.
- **În fruntea tehnologiei și serviciilor**, marca Renault **modelează viitorul mobilității urbane**, în primul rând prin **„Software Republique”**. Peste 2.000 de ingineri din 5 companii de top își vor aduce expertiza comună în securitate cibernetică, inteligență artificială, procesare de date, software și microelectronică, pentru a oferi soluții de mobilitate la cheie pentru orașe și comunități.
- **Renault Re-Factory** - primul hub cu economie circulară din Europa - **marchează o mișcare către un model mai durabil și responsabil**, cu până la 120.000 de vehicule (EV incluse) reciclate în fiecare an. Aproape 80% din materialele strategice reciclate vor fi refolosite în baterii noi. **Până în 2030, Renault va deveni cel mai bun producător auto din lume în ceea ce privește procentul de materiale reciclate pe vehiculele noi.**
- **Renault își duce gama de vehicule „in care sa te bucuri de viață” în segmentele superioare**: șapte (7) modele vor fi lansate pe segmentele C și D până în 2025, toate electrificate. Arkana marchează începutul ofensivei comerciale. Următoarea generație Megane E-TECH Electric, un vehicul care întruchipează viitorul mașinilor conectate și complet electrice, va fi lansată în viitorul foarte apropiat. În cele din urmă, îmbunătățirile continue ale tehnologiei E-TECH Hybrid vor continua să ofere viitoarelor vehicule din segmentul C și D tot ce e mai bun din punct de vedere al eficienței și al experiențelor plăcute de condus.

O NOUĂ ERĂ, UN NOU LOGO

De-a lungul istoriei sale, marca Renault a suferit modificări repetate ale identității sale vizuale. Dar un lucru a rămas neschimbat din 1925: diamantul Renault recunoscut instantaneu, un adevărat simbol al mărcii.

Cea mai recentă iterație a fost creată în 1992 și, deși a fost refăcută în 2015, a devenit treptat puțin învechită. Deoarece marca este adânc înrădăcinată într-o piață modernă, internațională, în care expresia sa va fi simțită în diverse domenii, logo-ul său recent dezvăluit este mai modern și mai vibrant și servește unui scop cheie: descrie marca Renault ca fiind mai relevantă și construită pe valori centrate pe oameni. Un design simplificat, fără grafica numelui și nici semnătură de brand, logo-ul are o formă deschisă, reflectând astfel deschiderea și transparența mărcii.

Noul logo a fost proiectat în colaborare cu consultanții Landor & Fitch și va fi introdus treptat începând cu anul viitor pe toate vehiculele marca Renault și în întreaga rețea Renault. Până în 2024, întreaga gamă Renault va purta noul logo.

Gilles Vidal, Brand Design Director Renault, a dezvăluit o imagine a logo-ului, așa cum va apărea pe spatele noului Megane E-TECH Electric, care va fi comercializat în 2022.Gilles Vidal a prezentat, de asemenea, două imagini interioare care arată o experiență de bord revizuită și îmbunătățită, care include:

- sisteme de bord de înaltă tehnologie și ecrane de top
- spațiu mărit cu mai multe compartimente de depozitare pentru un plus de confort
- linii, spații și materiale reproiectate care întruchipează noua eră.

NOUA EXPRESIE A MĂRCII

Potrivit lui Arnaud Belloni VP Global Marketing al mărcii Renault, „Nouvelle Vague” se reflectă și în spoturile publicitare ale mărcii. Impregnate de creativitate și modernitate, acestea încorporează unele dintre cele mai memorabile amintiri ale mărcii: Renault Fuego, melodii cult revizuite precum „Johnny & Mary” sau tricoul de ciclism Renault-Gitane din anii 70, prezent în noua reclamă pentru Captur E-TECH Hybrid.

Noua identitate a mărcii este deja o caracteristică de bază a campaniilor de publicitate și a comunicărilor Renault și va fi implementată pe site-urile web ale mărcii începând de luna viitoare.

OFENSIVA RENAULT E-TECH HYBRID

Cu o experiență de peste 10 ani și aproape 400.000 de vehicule vândute până în prezent, marca Renault este lider pe piața europeană a vehiculelor electrice. Bazându-se pe expertiza sa în vehiculele complet electrice, marca Renault și-a extins gama de vehicule electrice cu versiuni hybrid și Plug-in Hybrid ale vehiculelor sale de bază.

Cu peste 150 de brevete de invenție și beneficiind de experiența mărcii în Formula 1, tehnologia E-TECH Hybrid este la fel de originală pe cât de modulară. Atât în varianta hibrid cât și în hibrid plug-in, aceasta oferă cea mai bună eficiență energetică și plăcere la conducere, reducând în același timp emisiile de CO2 și consumul de combustibil.

În 2020, această tehnologie revoluționară a fost integrată pe cele 3 vehicule de bază pentru a democratiza experiența conducerii electrice:

- Clio E-TECH Hybrid
- Captur E-TECH Plug-in Hybrid
- Mégane Estate E-TECH Plug-in Hybrid.

În 2021, cu cele mai recente lansări Arkana și Captur în versiunea E-TECH Hybrid și Plug-in Hybrid, Mégane E-TECH în versiunea Sedan, Renault oferă o gamă de șase vehicule E-TECH Hybrid sau Plug-in Hybrid.

Gilles le Borgne, EVP, Engineering Director Renault Group, confirmă faptul că marca se pregătește pentru viitor extinzând domeniul de aplicare a tehnologiei E-TECH Hybrid la generațiile următoare.Segmentele superioare, și în special segmentul C-SUV, vor vedea sosirea unui nou motor în 3 cilindri de 1.2 l, combinat cu un motor electric, pentru 200 CP în versiune HEV, în 2022, și 280 CP în versiune Plug-in Hybrid cu tracțiune integrală, în 2024.

NOUL ARKANA: SPORTIV, HIBRID ȘI SPAȚIOS

Răsturnând codurile tradiționale prin conceptul său unic și complet hibrid, Arkana este un vehicul cu vocație internațională care își propune să cucerească un segment C în plină expansiune. Primul SUV Coupé al producătorului generalist combină plăcerea de a conduce, confortul și spațiul.

Personalitatea sa puternică și stilul distinctiv sunt asociate cu un motor complet hibrid, ceea ce îl face diferit de orice alt vehicul din segmentul său:

- pe de o parte, motoarele TCe 140 și TCe 160 cu micro-hibridizare de 12V sunt sinonime cu flexibilitatea, consumul redus de combustibil și plăcerea de a conduce.
- pe de altă parte, motorul hibrid E-TECH de 145 CP care poate funcționa în modul complet electric până la 80% din timp pe drumurile orașului și echivalează cu 40% economii de combustibil comparativ cu un motor pe benzină în ciclul urban.

Bine primit de clienți, cu peste 6.000 de comenzi deja plasate în luna mai în Europa, noul Renault Arkana va fi disponibil în versiunea E-TECH hybrid din iunie.

NOU KANGOO: FURGONETA ELEGANTĂ ȘI SPAȚIOASĂ

Un adevărat simbol de la înființarea sa în 1997, Kangoo a revenit. Noul Kangoo combină eleganța, spațiul și tehnologia. Cu un design fluid și robust, furgoneta oferă cea mai bună încăpere, cu 3 locuri reale în spate și mai mult de 49 de litri de depozitare accesibilă. Un portbagaj generos de 775 de litri, care poate fi extins la 3.500 de litri, cu podea lungă, plană. 14 noi sisteme de asistență sunt incluse în pachetul standard pentru o siguranță optimă.

Noul Kangoo va fi disponibil în versiunile cu 5 și 7 locuri.În 2022, New Kangoo va fi disponibil și în versiunea E-TECH 100% electrică.

VALOARE ÎNAINTE DE TOATE

Fabrice Cambolive, SVP, Renault Brand Sales and Operations, a reafirmat prioritățile comerciale ale mărcii Renault:

- **Ofensiva „verde”**, ca mijloc de creștere a gamei EV și promovarea ofensivei E-TECH: în Europa, 25% din vânzările Renault sunt electrificate și 30% din vânzările Clio din Franța sunt deja hibride;
- **Produse**: accelerarea reînnoirii liniei de produse, atât în Europa, cât și în străinătate, prin recâștigarea cotelor de piață din segmentul C;
- **Valoare mai întâi, volumele vor urma**: prin concentrarea eforturilor pe calitatea vânzărilor și poziționarea prețurilor; de exemplu, cifra de afaceri a Arkana pe unitate este de peste 30.000 EUR, comparativ cu media noastră de 15.000 EUR.

Mândru de rădăcinile sale franceze, brandul Renault este, de asemenea, un brand internațional. Planul Renaulution este modul Renault de a-și consolida prezența internațională, sporind în același timp eficiența. Model cu model, piață cu piață, marca Renault și-a revizuit modelul de afaceri. Obiectivul final al jocului: creșterea profitabilității vehiculelor sale și pregătirea unei noi generații de produse pentru a cuceri noi piețe.

La nivel internațional, Renault a investit pe pieţele sale istorice cu potențial ridicat, cu o prezență locală puternică - Brazilia, Rusia, Turcia și India - menținând în același timp nivelurile de risc.

În Europa, Renault continuă să se bazeze pe pieţele sale cheie - Franța, Spania, Italia, Germania și Regatul Unit - cu o gamă mai vizibilă și o foaie de parcurs clară: pârghia E-TECH pentru a încuraja mobilitatea electrică și a intensifica eforturile de creștere a cotelor de piață atât pentru segmentul C, cât și pentru vehiculele comerciale.

Lăsându-se purtat de „Nouvelle Vague”, Renault are performanțe mai bune și mai rapide. Brandul Renault merge înainte.

Date contact centrul de presă

Simona Oprea, adresă de e-mail: simona-iozefina.oprea@renault.com