

Communiqué de Presse

15 Janvier 2021

RÉ-INVENTER LA VIE QUI VA AVEC : LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DE NOUVELLE RENAULT TWINGO ELECTRIC

- Un film plein d'optimisme et de bonne humeur
- 100% électrique, 100% Twingo.
- Une campagne en clin d'œil à celle de 1993.



Une fois de plus, Twingo prouve qu'elle sait s'adapter à son environnement et à son époque. En devenant électrique, Twingo s'inscrit dans la stratégie globale E-TECH qui rassemble les technologies 100% électriques, hybrides et hybrides rechargeables.

Renault, leader européen des véhicules électriques, compte désormais un atout supplémentaire sur ce segment grâce à Twingo Electric. Véritable reine de la ville, Twingo Electric allie technologies et performances avec son moteur R80 (82ch) et son chargeur lui permettant de récupérer jusqu'à 80km d'autonomie en seulement 30min (sur une borne de 22kW). A ces performances électrisantes, elle conserve tout ce qui a fait le charme et le succès de Twingo : ultra maniabilité, ultra modularité, petit gabarit mais habitabilité optimale.

Renault a donc choisi de conserver ce qui a fait la réussite de la campagne originelle et de l'ancrer dans le présent : la campagne de 1993 est « upcyclée » et mise au goût du jour.

« La première publicité Twingo a tellement marqué son temps, elle est restée ancrée dans les cœurs et les mémoires des européens. Pour cette version électrique, nous voulions retrouver ce qui a fait le succès populaire de la première campagne. Twingo Electric, c'est un peu comme une seconde naissance pour Twingo. » déclare Arnaud Belloni, Global Chief Marketing Officer de Renault.

C'est le dessinateur Philippe Petit Roulet, lui-même auteur de la campagne si caractéristique de 1993, qui assure la mise en scène et les illustrations de cette nouvelle campagne, en collaboration cette fois avec le studio d'animation Troublemakers et les réalisateurs Luca & Sinem pour un rendu final qui associe 2D et 3D. Parce qu'elle est indissociable de Twingo, et qu'elle a en grande partie fait le succès de la campagne originelle, la bande son signée Bobby McFerrin est également de la partie.

Enfin, la signature originelle est quant à elle conservée presque à l'identique : « Nouvelle Renault Twingo Electric, à vous de ré-inventer la vie qui va avec. »

Cette campagne sera diffusée en France à compter du 18 janvier 2021.

À propos de Renault

Renault est la marque globale du Groupe, présente dans 134 pays du monde et commercialisée au sein de 12 000 points de vente. Première marque française dans le monde, Renault cherche depuis toujours à réinventer l'usage automobile et à développer des concepts innovants. Les modèles de la marque, aux lignes sensuelles et chaleureuses, facilitent le quotidien grâce à leur modularité, leur connectivité ou encore leurs fonctionnalités intuitives. Une approche portée sur l'innovation afin de permettre à nos clients de vivre leur vie avec passion.

Contact média :

Yann Chénot

yann.chenot@renault.com

Tel : +33 (0)1 76 83 06 74

Standard Presse :

+33 (0)1 76 84 63 36