



„NOUVELLE VAGUE“ MARKIERT NEUAUSRICHTUNG DER MARKE

29 AUSZEICHNUNGEN: NEUE RENAULT MARKEN- UND PRODUKTKAMPAGNEN KOMMEN GUT AN

Die Anfang 2021 unter dem Schlagwort „Nouvelle Vague“ begonnene Neuausrichtung von Renault zeigt sich erfolgreich auch in der neuen Marketing- und Werbestrategie der Marke. Davon zeugen gleich 29 im Jahr 2021 gewonnene Awards für das neue Renault Logo sowie neue Marken- und Produktkampagnen.

Neben dem neuen Markenlogo erhielten unter anderem die Kampagnen für den Kleinwagen Clio und den Klassiker Fuego Auszeichnungen im In- und Ausland. Ebenso preisgekrönt wurde das „Electric Village“, ein entlegenes Dorf am Fusse der Pyrenäen, in dem jede Familie ein Renault Elektroauto erhielt. Von den insgesamt 29 Auszeichnungen entfallen 65 Prozent auf internationale Preise ausserhalb Frankreichs.

Anfang 2021 hatte Luca de Meo anlässlich der Präsentation der „Renaulution“ erstmals die neue Strategie für die Marke Renault vorgestellt. Mit seiner „Nouvelle Vague“, zu Deutsch „Neue Welle“, will sich Renault moderner und nachhaltiger aufstellen. Neben einer umfassenden Modelloffensive mit dem Schwerpunkt Elektromobilität positioniert sich Renault dabei stark in Richtung Technologie, Service und saubere Energie.

Bis 2025 wird Renault 14 neue Modelle einführen, sieben davon vollelektrisch. Das neue Logo und ein neuer visueller Stil sollen die neue Ausrichtung sichtbar zum Ausdruck bringen. Im Jahr 2030 sollen 9 von 10 verkauften Renault elektrifiziert sein.

Sinnbildlich für die Neuausrichtung von Renault steht die Aktualisierung der gesamten visuellen Identität der Marke, prominent verkörpert durch das neue Logo. Der „Club des Directeurs Artistiques“ zeichnete das Renault Markenzeichen im Juli mit einem Preis in der Kategorie Motion Design aus, während die TOP/COM-Verbraucherexperten es im November letzten Jahres mit dem Preis in Gold für das beste Logo 2021 prämierten.

Zur Begleitung der Neuausrichtung durch das Renault Marketing sagt **Arnaud Belloni, Renault Global Marketing Director**: *„Hauptaufgabe des globalen Renault Marketing ist es, die Marke und ihre weltweite Beliebtheit zu stärken. Allein im Jahr 2021 haben wir hierfür 48 globale 360°-Kampagnen umgesetzt, die sich stark an den aktuellen gesellschaftlichen Trends orientieren.“*



WEITERE AUSZEICHNUNGEN:

- Gold bei den TOP/COM Grands Prix Consumer Awards 2021 für den ZOE Werbespot „The Chase“
- Gold bei den TOP/COM Grands Prix Consumer Awards 2021 ebenso wie Silber bei den Shots Awards 2021 sowie zweimal Bronze bei den London International Awards für die Renault Renew-Kampagne.
- Bronze beim Club des Directeurs Artistiques und Silber bei den 2021 Shot Awards für die Renault Clio Kampagne „The French Exchange“.
- Silber bei den 2021 Shots Awards für die Kampagne „Renault Care Services, The Feeling“ mit dem historischen Renault Fuego.
- Drei Preise beim Grand Prix du Brand content, Gold und Bronze vom Club des Directeurs Artistiques und Bronze beim Grand Prix Strategies de la Publicité für das Renault Electric Village Appy am Rand der Pyrenäen und dem von Renault begleiteten Wandel zur Elektromobilität in ländlichen Regionen.

Auf internationaler Ebene gewann Renault mit dem Electric Village zweimal Silber bei den Clio Awards, den D&AD Graphite Pencil Award und Bronze bei den One Show Awards. Hinzu kamen der Hauptpreis sowie Gold- und Bronzepreise bei den Cannes Lions, Silber bei den The Gerety Awards sowie dreimal Bronze, einmal Silber und einmal Gold bei den London International Awards.

* * *

ÜBER RENAULT

Seit 1898 steht die Marke Renault für Mobilität und die Entwicklung innovativer Fahrzeuge. So gilt Renault als ein Pionier der Elektromobilität in Europa. Mit dem Strategieplan "Renaulution" richtet sich die Marke noch stärker in Richtung Technologie-, Energie- und Mobilitätsdienstleistungen aus.

Die Marke Renault ist seit 1927 in der Schweiz vertreten und wird durch die Renault Suisse SA importiert und vermarktet. Im Jahr 2020 wurden 14'520 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in der Schweiz immatrikuliert. Mit mehr als 3'300 Neuzulassungen für die 100 % elektrisch angetriebenen Modelle ZOE E-TECH ELECTRIC, Kangoo E-TECH ELECTRIC und Master E-TECH ELECTRIC. In 2020 verfügt Renault in dieser Sparte über 15 % Marktanteil. Das Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile mehr als 200 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 228 Standorten anbieten.

* * *

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite: www.media.renault.ch.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 48

media.renault.ch

ViveLaCar GmbH PRESSE

Stephan Lützenkirchen, Direktor Kommunikation
stephan.luetzenkirchen@vivelacar.com / Tel: +49/711/25273012