

GROUPE RENAULT DONNE UNE NOUVELLE DIMENSION À SA PLATEFORME DE CONTENU ÉDITORIAL EMBARQUÉ ET NOUE UN ACCORD STRATÉGIQUE AVEC PUBLICIS GROUPE

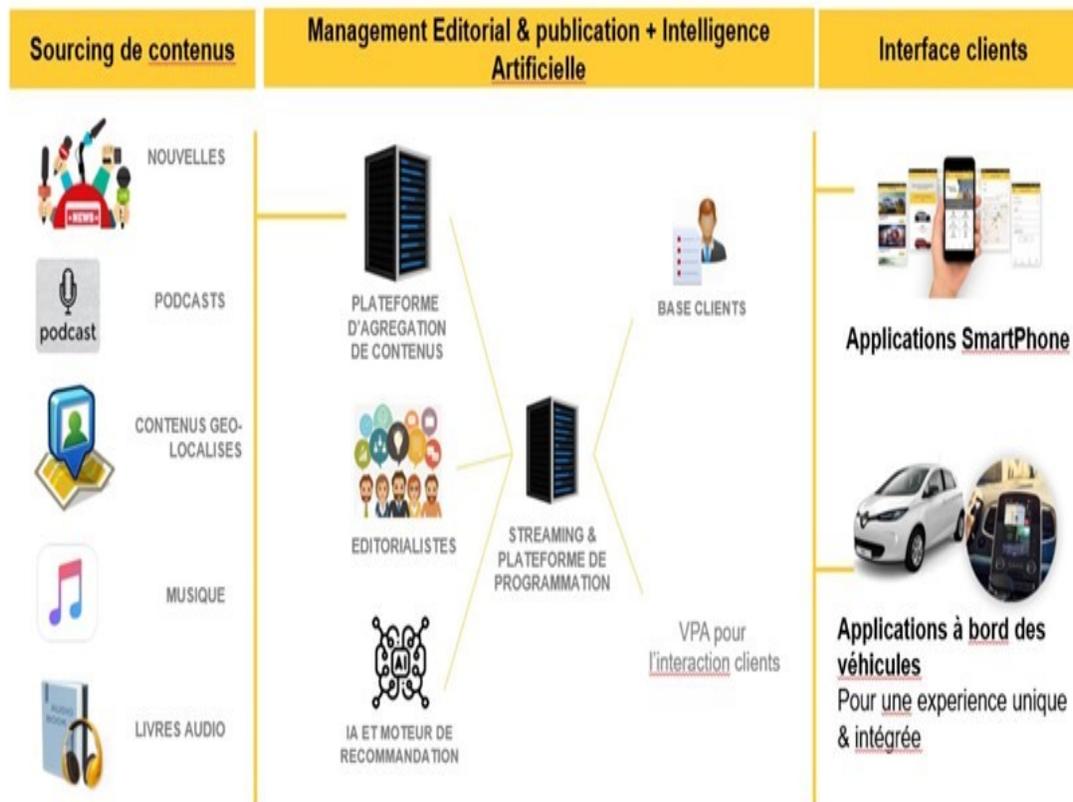
Le 16 mai 2019 – Groupe Renault annonce aujourd’hui la signature d’un accord stratégique avec Publicis Groupe, et son agence éditoriale Relaxnews.

Ce partenariat entend apporter une **nouvelle dimension structurante au concept AEX** (*Augmented Editorial Experience*), présenté lors du dernier Mondial de l’Automobile de Paris*, afin de **créer la première plateforme mondiale de contenu éditorial destinée à la mobilité.**

Avec l’avènement des véhicules connectés et autonomes, Groupe Renault accélère le développement d’une nouvelle activité stratégique et réinvente le temps passé à se déplacer. L’ambition est de proposer aux utilisateurs une expérience immersive et enrichie par des contenus éditorialisés et personnalisés, dont la valeur apportera un véritable levier de différenciation dans le choix d’achat et d’usage d’un véhicule.

Dans le cadre de cet accord stratégique, Relaxnews – « *newstech* » acquise par Publicis en mai 2015 – contribuerait à l’accélération du projet AEX en apportant son réseau de partenaires, son expertise stratégique, éditoriale et technologique d’agence de presse et les compétences de ses équipes déjà impliquées dans le projet. Par ailleurs, Publicis.Sapient accompagnerait techniquement les équipes dans le déploiement de cette plateforme en termes d’UX (interface utilisateur), de technologie et de gestion de projet.

AEX : L’INTERMODULARITE APPLIQUEE AUX CONTENUS EMBARQUES



- Une expérience de navigation éditoriale inédite permettant au cours d'un trajet, l'utilisation successive et sans discontinuité, d'une large typologie de contenus issus de différents fournisseurs ou éditeurs, grâce à un système de liens hypertextes élaborés, conçus et orchestrés par la plateforme AEX ;
- Une expérience multi-contenus et multi-sources : une plateforme en mesure d'agréger tout type de médias et de contenus audios, aussi bien des news, de la musique, des livres audios, des podcasts, des e-learning ou des contenus basés sur la géolocalisation et les préférences de l'utilisateur ;
- Une expérience interactive et personnalisée via commande vocale : grâce à l'intelligence artificielle, le passager pourra interagir avec la plateforme qui apprendra à connaître ses centres d'intérêt et sera également force de propositions. AEX transformera ainsi une expérience passive en *expérience conversationnelle et contextuelle active*.
- Une expérience - sans discontinuité - à partager : cette plateforme délivrera des contenus à écouter ou à partager sur les médias sociaux dans tous les contextes de mobilité, que ce soit « on-board » ou « off-board » ;
- Une expérience à vivre d'ici deux ans en Europe via une application mobile, puis implémentée sur le système on-board de véhicules.

Pour Thierry Bolloré, Directeur Général du Groupe Renault : « *La démocratisation des grandes évolutions sociétales est dans l'ADN de Renault. AEX en est une nouvelle illustration pour permettre l'accès au savoir et à l'information via l'usage de la technologie, afin de faire de chaque trajet une expérience enrichissante. En créant la 1^{ère} plateforme mondiale dans les contenus en situation de mobilité pour nos clients, nous ouvrons la voie à une nouvelle ère d'expériences embarquées, qui constitue une accélération stratégique majeure et créatrice de valeur à long terme pour le Groupe. Après la prise de participation dans le groupe Challenges, l'accord avec le Groupe Publicis et Relaxnews constitueraient des facteurs structurants de notre vision innovante de la mobilité du futur, dont je me réjouis sincèrement* ».

Pour Maurice Lévy, respectivement Président du Conseil de surveillance et Président du Directoire de Publicis Groupe : « *Dans un esprit constructif et de partenariat, nous sommes très heureux de cet accord stratégique qui reflète nos liens historiques et renforce notre relation avec le Groupe Renault. Nous sommes fiers que Relaxnews et Publicis.Sapient puissent contribuer activement au développement d'AEX afin d'en faire un succès* ».

* D'après IPSOS, 373 000 visiteurs ont découvert l'expérience AEX sur le stand Renault lors du Mondial de l'automobile en octobre 2018. 75 % ont été séduits par AEX qui a attiré l'attention de nombreux journalistes et a eu l'honneur de la visite du Président de la République lors de son passage sur le stand Renault.

A propos du Groupe Renault

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 134 pays qui a vendu près de 3,9 millions de véhicules en 2018. Il réunit aujourd'hui plus de 180 000 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 Motors. Avec une équipe 100% Renault engagée depuis 2016 dans le championnat du monde de Formule 1, la marque s'implique dans le sport automobile, véritable vecteur d'innovation et de notoriété.

PRESSE RENAULT BELUX

Tel.: +32 2 334 78 52

karl.schuybroek@renault.be

Websites: www.media.renault.be - www.renault.be