

# Communiqué De Presse

13 AVRIL 2015

## Lancement du nouveau Renault Espace avec Kevin Spacey

En 1984, Renault lançait avec l'Espace un nouveau concept – le monospace – un véhicule qui allait révolutionner le marché et donner naissance quelques années plus tard à une véritable saga publicitaire autour de la signature « Et si le vrai luxe, c'était l'Espace ? ».

En 2015, Renault réinvente l'Espace sous les traits fluides et robustes d'un grand Crossover doté de nouveaux équipements inédits qui lui permettent de se distinguer grâce à une expérience de vie à bord et de conduite personnalisables avec son système inédit Renault Multi-Sense.

Pour le lancement de ce nouveau grand Crossover, fer de lance de la marque, Renault et Publicis ont créé une campagne autour d'une valeur clé pour la clientèle visée: le temps. Elle est signée « Make your Time great » et positionne le nouvel Espace comme un véhicule offrant à ses conducteurs une perception différente du temps qui leur appartient.

Pour incarner ce concept et séduire une clientèle exigeante, Publicis et Renault ont choisi de s'associer à une égérie : l'acteur Kevin Spacey. Un choix qui s'est imposé naturellement pour ce lancement hors du commun grâce à la richesse et la singularité du parcours de Kevin Spacey mais aussi à sa personnalité charismatique.

Le film présente Kevin Spacey qui évoque sa carrière au travers de ses rôles les plus iconiques (American beauty, Usual Suspects et House of Cards) et nous fait découvrir le nouveau Renault Espace.

La campagne est enrichie d'un dispositif innovant qui permet de découvrir des facettes inédites de Kevin Spacey avec 5 web épisodes dans lesquels il revient plus en profondeur et de manière plus intimiste sur son parcours, ses motivations, ses envies.

3 visuels print viennent compléter ce dispositif mettant en scène Kevin Spacey et le nouveau Renault Espace dans des lieux spectaculaires.

Une vaste campagne sera déployée en digital sur le site [www.espace.renault.com](http://www.espace.renault.com) avec différentes activations sur les réseaux sociaux, des bannières et des contenus exclusifs (interview, behind the scenes ...).

La campagne sera lancée à partir du 15 avril en France puis dans le reste de l'Europe.

**PRESSE RENAULT BELUX**

Tel.: +32 2 334 78 52

[karl.schuybroek@renault.be](mailto:karl.schuybroek@renault.be)