Persbericht

23 APRIL 2015

« RENAULT - PASSION FOR LIFE » :
DE NIEUWE SIGNATUUR VAN HET MERK MET DE RUIT

Samen met de commerciële lancering van de Nieuwe Espace, lanceert Renault zijn nieuwe signatuur “Renault. Passion for life”.

Deze signatuur illustreert de designvernieuwing voor zijn voertuigen sinds 2012 en onderstreept de nieuwe merkbelofte: passie voor de ontwikkeling van kwaliteitsvoertuigen met een aantrekkelijk design, die het dagelijkse leven verbeteren.

De nieuwe merkidentiteit van Renault wordt in april 2015 ingevoerd.

HET DNA VAN HET RENAULT-MERK NIEUW LEVEN INBLAZEN

Renault heeft altijd al “auto’s om in te leven” gemaakt – innovatieve, ingenieuze, moduleerbare en comfortabele voertuigen. Sinds 2012 zit in de genen van het Renault-merk ook de drang om klanten op emotioneel vlak aan te spreken, door het design van zijn voertuigen te vernieuwen. Het sensuele, aantrekkelijke en atletische design van Clio, Captur, Twingo, Kadjar en nu Nieuwe Espace illustreert dit engagement.

“Renault. Passion for life” onderstreept ook de niet-aflatende inspanningen van de ingenieurs en designers van Renault. Hun missie: klanten en hun leefgewoonten bestuderen, om hen kwaliteitsvoertuigen, ingenieuze innovaties en diensten aan te bieden die het dagelijkse leven steeds makkelijker maken. Enkele voorbeelden: het R-LINK2®-systeem, de vele rijhulpsystemen en het Multi-Sense®-systeem van Nieuwe Espace of ook nog de automatisch neerklapbare stoelen van Kadjar.

“Onze nieuwe merksignatuur ‘Renault. Passion for life’ weerspiegelt de grondige transformatie van Renault die begon met Nieuwe Clio,” aldus Michael van der Sande, Marketingdirecteur Wereldwijd. *“Naast een signatuur is het ook een merkbelofte naar onze klanten toe: Renault zal zich blijven transformeren en tegen 2016 een volledig vernieuwd voertuigenassortiment aanbieden. Deze modellen, met passie ontworpen door onze ingenieurs en designers, moeten het dagelijkse leven van onze klanten gemakkelijker en aangenamer maken.”*

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be et www.media.renault.be

EEN NIEUW GRAFISCH UNIVERSUM VOOR DE RENAULT-GROEP

Naast deze signatuur werd ook een nieuw merkuniversum bedacht en uitgewerkt door de interne teams van de Designafdeling – een evolutie die alle communicatiemiddelen omvat: de visuele en geluidsopmaak van reclame (televisie, pers, posters, radio...), websites, stands, evenementen, afgeleide producten, uniformen...

De Renault-ruit laat zich gelden en bevrijdt zich uit haar kader. Ze wordt rijker, glanzender, zoals blijkt uit de nieuwe neus van de voertuigen van het merk. Ook het RENAULT-typogram evolueert. Het DNA van het merk maakt het moderner en robuuster.

Ook het Renault-geel is lichter en warmer. Nu is het een verticale strook naast het logo.

Voor dit alles wordt een sobere en elegante grafische stijl gebruikt, waarbij de producten centraal staan. Deze meer emotionele, creatieve evolutie kadert in de opdracht die aan Laurens van den Acker, Designdirecteur van Renault, werd gegeven.

"Bij mijn aantreden in 2009 kreeg ik de opdracht om een gevoelsband te scheppen tussen de klant en het Renault-merk," verduidelijkt Laurens van den Acker, Designdirecteur van Renault. "*Ik vroeg mijn teams om de Latijnse roots van het Renault-merk nieuw leven in te blazen, door voertuigen te ontwerpen met sensuele en gespierde lijnen, kleurrijke en personaliseerbare voertuigen die emoties opwekken en het dagelijkse leven vergemakkelijken."*

De nieuwe bedrijfsidentiteit van de Renault-groep, bestaande uit de merken Renault, Dacia en Renault Samsung Motors, zal eind april 2015 worden onthuld, op de Algemene Vergadering van de Renault-groep.

Renault België Luxemburg – Directie Communicatie
Mozartlaan 20, 1620 Drogenbos
Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18
Site : www.renault.be et www.media.renault.be