

QUAND LES ENFANTS PRENNENT LES COMMANDES

Renault donne la parole à une nouvelle génération d'influenceurs pour créer sa brochure automobile.

Les parents consultent plus que jamais leurs enfants, surtout pour choisir une destination de vacances ou une voiture. Pour faire la promotion de la nouvelle Renault Scénic, l'agence comprend donc qu'elle doit s'adresser à toute la famille. Après tout, les enfants ont eux aussi leur mot à dire, même s'ils ne tiennent pas les cordons de la bourse.

Les parents rêvent peut-être de conduire une voiture sport ou raffinée, mais c'est de commodité dont ils ont besoin. Renault veut les inciter à faire un choix pratique en touchant une corde sensible.

L'agence crée deux brochures. L'une est destinée aux adultes. L'autre est la première brochure automobile conçue pour les enfants par des enfants. Elle présente la voiture dans un style fidèle au point de vue et au langage des jeunes.

On invite 10 enfants à des ateliers pour qu'ils explorent la nouvelle voiture, la décrivent dans leurs mots et l'illustrent à leur façon. Dans leur brochure, de l'encre fluorescente illumine la route la nuit et la voiture sillonne des paysages en 3D. On retrouve des surprises, une foule d'autocollants, une recette de biscuits et une page sur laquelle les lecteurs peuvent dessiner leur propre Renault Scénic.

La campagne connaît un franc succès. Les 120 000 brochures postées attirent 37 836 personnes en ligne et mènent à 42 846 consultations sur le site, pour un total de 61 493 interactions. On peut aller loin quand on emprunte la voie des enfants, car leur enthousiasme ne laisse jamais les parents indifférents.



Client Renault | **Produit** Renault Scénic | **Pays** Espagne | **Agence** Proximity, Madrid | **Équipe de l'agence** : Directrice générale de création Susana Pérez | Directrice de création Pilar de Giles | Chefs de l'équipe de création Francisco Cuadrado, Raúl Somaza | Directeurs artistiques Cristina Luna, José Luis Díez, Carlos Ruano | Rédacteur Fernando Esteban | Directrice de production Gemma Selga

