

**La French Touch Renault est fan de *STAR WARS*<sup>TM</sup> :  
Découvrez le deuxième volet du partenariat entre Renault et le film  
*STAR WARS : LES DERNIERS JEDI***

Après le lancement dans la galaxie de son Diamond Spaceship, Renault dévoile le deuxième épisode de son partenariat intergalactique avec la campagne French Touch.

Courant décembre, découvrez une campagne 360 créée par Publicis Conseil en collaboration avec Disney Media & Partenariats. Dans ce nouvel épisode French Touch, Nicolas Carpentier se prend pour un Jedi et initie les visiteurs aux pouvoirs des véhicules Renault.

Kadjar, Mégane et Zoé sont ainsi plongés dans l'univers *STAR WARS*<sup>TM</sup> aussi bien en TV, affichage, social, presse, radio, digital, sur un site dédié qu'en concession et via son programme de CRM.

« Initiez-vous aux pouvoirs de la French Touch Renault ! »

A travers un véritable parcours initiatique, chacun est invité à vivre une expérience unique sur les réseaux sociaux ou en digital. Pour célébrer ce partenariat, les concessions Renault sont habillées aux couleurs de *STAR WARS*<sup>TM</sup> pour offrir aux visiteurs une immersion dans l'univers du partenariat et leur proposent de participer au Grand Jeu French Touch pour tenter de gagner un voyage en Irlande sur les traces du tournage du film *STAR WARS : LES DERNIERS JEDI* ainsi que de nombreux autres lots liés à la saga.

Retrouvez enfin le troisième volet de cette saga en janvier 2018, lors des Journées Portes Ouvertes, avec de nombreuses offres et un nouveau grand jeu permettant de gagner des entrées pour 2 personnes à Disneyland Paris® et un voyage à San Francisco.

**Vivez votre passion *STAR WARS*<sup>TM</sup> avec Renault !**

**A propos de *STAR WARS*<sup>TM</sup> et de Disney Media et Partenariats**

D'une richesse inégalée, l'extraordinaire imaginaire *STAR WARS*<sup>TM</sup> est devenu en 40 ans un vrai phénomène de société, où les plus jeunes comme leurs aînés aiment à se retrouver. Depuis toujours, les marques y ont été sensibles, et aujourd'hui encore, nombreuses sont celles qui s'y associent en s'appuyant sur les valeurs fortes de *STAR WARS*, telles l'humour, le bien contre le mal ou encore l'innovation.

A l'occasion de la sortie au cinéma de *STAR WARS : LES DERNIERS JEDI*, Disney Media & Partenariats a collaboré avec des marques puissantes et leurs agences création et media pour mettre en place des dispositifs promotionnels 360 soutenus par des campagnes media exceptionnelles. Cette année, de nombreux partenaires ont rejoint la force autour de ce film événement : RENAULT (les modèles Megane, Kadjar et Zoe associés à la campagne French Touch), LA POSTE (timbres collector, cartes cadeaux et pré-payées), E.LECLERC (figurines exclusives à collectionner & Brand content) et FLUNCH (thématisations des restaurants et des menus)

**PARTENARIAT RENAULT – STAR WARS™**

**Responsables annonceur - Renault**

*DCF*

Directeur Marketing	Xavier Martinet
Directrice Communication & Publicité	Valérie Candeiller
Chef de pôle Publicité Marques et Modèles	Sandrine Paraliou
Contact Manager	Céline Perrin
Responsable média	Sophie Heliot

**Publicis Conseil**

Direction de Création	Christophe Peyraque
Directeur de Création digitale	Kevin Ulvé
Directeur artistique	François Lelong
Concepteur-rédacteur	Juliette Joel

Responsables Agence	Stéphane Gaillard Emmanuelle Krzeminski Anne-Claire Desjardins Coralie Montersino
---------------------	--

Chefs de projet digitaux	Aurélie Morin Pierre Emmanuel de Lantivy
--------------------------	---

Production	Géraldine Sorhaitz Florence Deschamps Sixtine Pomorski Maxime Benoit
------------	---

Planning Stratégique	Filippo Dell'Osso Didier Tavares
----------------------	-------------------------------------

**Production**

Réalisation	Standard
Images 3D	Asile
Montage et Son	Prodigious

**Media**

Achat d'espace	OMD France
----------------	------------

**Disney Media & Partenariats**

VP, Chief Marketing Officer - GM, Disney Media Sales and Partnerships	Marlène Masure
Head of Ad sales and Partnerships	Nadia Roletti
Ad sales and Partnerships manager	Arnaud Delaplace
Brand Partnerships supervisor	Arthur Appriou