



Renault, 1^{er} annonceur sur Outlook.com avec Renault Captur

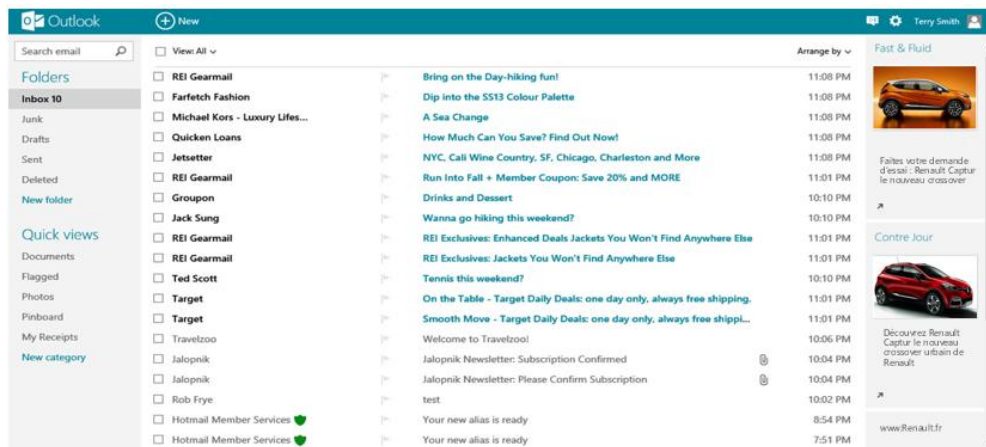
Issy-les-Moulineaux, le 7 novembre 2013 – Sur les conseils de l'agence OMD (Omnicom Media Group), Microsoft déploie du 6 au 17 novembre une campagne pour Renault sur Outlook.com. Ce dispositif s'inscrit dans la communication mise en place par Renault pour promouvoir son nouveau modèle de crossover urbain, Renault Captur. Renault est la première marque automobile à intégrer Outlook.com dans son plan de communication grand public en s'appuyant sur un format exclusif : les VersaTiles.

Depuis hier, les utilisateurs d'Outlook.com peuvent découvrir le nouveau Renault Captur via deux vignettes interactives et visuellement impactantes, présentes à droite sur la page d'accueil du service de messagerie. En cliquant sur chacune d'entre elles, ils pourront se rendre directement sur le site web de [Renault Captur](#) et obtenir plus d'informations sur le nouveau véhicule.

Pour l'agence OMD, le choix du format VersaTiles s'imposait pour cette campagne par son efficacité et sa pertinence. Il propose en effet de nombreux avantages :

- un niveau de performance supérieur en moyenne de 40% au format display standard du marché
- une présence exclusive permettant à Renault de bénéficier de 100% de part de voix sur la page affichée
- une visibilité permanente : les visuels de la Renault Captur accompagnent l'internaute tout au long de sa navigation au sein d'Outlook.com,

La campagne s'adresse exclusivement à la population âgée de 25 à 49 ans. Elle lui permettra de découvrir les caractéristiques techniques du véhicule ainsi que les nombreuses possibilités de personnalisation du modèle.



« Outlook.com représente pour nous un sérieux atout pour notre campagne. Nous pouvons, à travers ce

dispositif, bénéficier d'un affichage exclusif auprès d'une population cœur de cible pour notre nouveau crossover Renault Captur tout en respectant l'expérience utilisateur» indique Claire Mayeux, Chef de Pôle Media Digital chez Renault France. « Nous nous réjouissons par ailleurs d'être le premier annonceur du secteur de l'automobile à déployer en France une campagne publicitaire sur le service de messagerie de Microsoft ».

« Nous sommes très heureux du choix effectué par Renault pour promouvoir son nouveau véhicule. En optant pour un format innovant et exclusivement disponible sur Outlook.com, Renault dispose dans son plan de communication d'un atout important en terme d'efficacité et de performance », ajoute Erik-Marie Bion, directeur de Microsoft Advertising. « Cette expérience consommateur illustre bien notre capacité à déployer des dispositifs toujours plus ciblés et pertinents pour les marques qui souhaitent affiner leurs plans média et initier une relation privilégiée avec un public défini. »

Les VersaTiles sont un nouveau format publicitaire proposé par Microsoft Advertising sur sa messagerie grand public Outlook.com. Les VersaTiles se présentent sous la forme de vignettes ajustables selon les campagnes. Ce format offre une nouvelle opportunité pour les marques d'échanger de manière privilégiée avec leurs consommateurs. Les utilisateurs peuvent découvrir les nouveaux produits grâce à des galeries d'images et de vidéos intégrées aux vignettes, ou bien en se rendant sur le site web de la marque directement depuis les vignettes.

Les « VersaTiles » viennent enrichir l'expérience des utilisateurs sur Outlook.com en leur offrant des contenus de qualité tout en respectant l'utilisation qu'ils ont de leur messagerie.

Contact presse

Agence Hopscotch **pour Microsoft France**

Jessica Solse – 01 58 65 10 28 – jsolse@hopscotch.fr