

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

2018-10-02

GROUPE RENAULT RÉVÈLE AEX (AUGMENTED EDITORIAL EXPERIENCE), LE FUTUR DE LA MOBILITÉ ET DES MÉDIAS AVEC L'EXPERTISE DU GROUPE DE PRESSE CHALLENGES

#RenaultAEX #carversation

- **Une expérience pour réinventer le temps passé à se déplacer avec l'avènement du véhicule connecté et autonome**
- **Un concept inédit combinant un contenu éditorial, une interface multimédia et la mobilité d'un véhicule**
- **Une expérience immersive inédite à vivre dans une capsule au Mondial de l'Automobile à Paris**

Paris, le 2 octobre 2018 - Conduire ou être conduit ? Le futur nous proposera non seulement cette alternative, mais aussi la possibilité de choisir de quelle façon nous souhaitons employer le temps passé à bord d'un véhicule connecté et autonome. Pour répondre à ces évolutions de la mobilité, en partenariat avec le groupe de presse Challenges, le Groupe dévoile à l'occasion du Mondial de l'Automobile à Paris : « Augmented Editorial Experience ». Vision de ce que pourra être le futur du contenu éditorial embarqué, AEX ouvre la voie à une nouvelle ère d'expériences enrichissantes pour réinventer le temps passé à se déplacer.

AEX, des contenus premium et des expériences uniques à bord des véhicules

De l'avènement de véhicules connectés et autonomes, émergera un besoin croissant des utilisateurs de vivre une expérience enrichissante et de tirer le meilleur de leur temps de parcours, tant sur le plan personnel que professionnel. Pour anticiper ce changement, le Groupe Renault a pris une participation dans le Groupe Challenges, afin d'expérimenter conjointement de nouvelles expériences immersives enrichies d'un contenu éditorial spécifiquement conçu pour ses utilisateurs, et développer ainsi de nouvelles opportunités commerciales.

François Dossa, Alliance Global Vice President, Alliance Ventures & Open Innovation, a déclaré :

« Contenu multimédia, services embarqués et mobilité... les frontières tendent de nos jours à s'estomper entre ces notions. C'est au cœur de cette mobilité du futur, à la fois connectée et personnalisée, que nous nous inscrivons. Proposer des contenus premium et des expériences uniques à nos utilisateurs deviendra un point de différenciation stratégique pour les constructeurs et les fournisseurs de services de mobilité. C'est dans cette optique que nous avons initié en décembre dernier un rapprochement avec l'industrie des médias et signé une première collaboration avec le Groupe Challenges. Nous sommes fiers aujourd'hui de révéler un concept inédit reposant sur une expérience immersive enrichie d'un nouveau type de contenu éditorialisé et personnalisé ».

Frédéric Sitterlé, Directeur du Développement du Groupe Challenges, a ajouté :

« Le Groupe Challenges et l'ensemble de ses rédactions ont relevé avec enthousiasme le défi proposé par Renault : concevoir et produire des programmes audios innovants adaptés aux nouvelles situations de mobilité. A travers l'expérience AEX, Renault nous conduit encore plus loin : offrir à nos lecteurs-auditeurs une expérience éditoriale en mobilité, toujours plus riche et plus personnalisée. Les équipes de Challenges, Sciences et Avenir, La Recherche, Historia et L'Histoire ont imaginé une grille de programmes captivants et originaux sur l'économie, les sciences et l'histoire qui traduisent le savoir-faire et l'exigence de nos rédactions. Nous poursuivons le développement et la diversification de nos offres pour continuer d'accompagner nos lecteurs dans tous leurs nouveaux modes de consommation de l'information ».

AEX, une route d'accès à la connaissance et aux savoirs

Dans le scénario anticipé de la voiture autonome, le concept AEX permettrait d'offrir un accès facile et interactif via la commande vocale, à un contenu fiable et de qualité. Il s'agirait de proposer une expérience conversationnelle, personnalisée et contextuelle, reposant sur un scénario vocal en interaction avec son environnement. La dimension premium du contenu combiné à une interface vocale sophistiquée en font un concept résolument unique.

En fonction de l'heure de la journée, de l'endroit où se trouve la voiture, de la présence d'un seul ou plusieurs passagers, AEX pourrait proposer de manière proactive, des contenus éditoriaux exclusifs, individuels ou collectifs, à écouter ou à partager sur les médias sociaux. Auto-apprenant, il serait en mesure d'ajuster et personnaliser le contenu proposé au fur et à mesure qu'il intégrerait de nouvelles connaissances sur les habitudes et les centres d'intérêt de ses utilisateurs.

Franck Louis-Victor, Alliance Global Director Connected Services, a précisé :

« Relié au cloud et à l'intelligence artificielle, le véhicule deviendra un espace personnalisé, interactif et de haute technologie. Demain, grâce à AEX qui entend proposer des expériences à bord réinventées et enrichies d'un contenu premium et personnalisé, le véhicule pourra devenir l'appareil connecté incontournable de notre quotidien. Ce que nous voulons offrir est unique : faire de chaque voyage une expérience d'apprentissage, faire de chaque trajet une occasion pour le passager d'aller au-delà de sa destination... »

AEX, une expérience immersive à vivre sur le salon

A l'occasion du Mondial de l'Automobile, les visiteurs du stand Renault auront l'opportunité de vivre cette expérience immersive inédite, développée avec le soutien éditorial des cinq rédactions du Groupe Challenges - Challenges, Sciences & Avenir, La Recherche, L'Histoire et Historia - et l'expertise de Publicis Groupe pour la conceptualisation et le développement du concept.

Au sein d'une **large capsule et à travers 4 scénarios** (« Du domicile au bureau, trajet du quotidien », « Voyage en famille », « En route pour un rendez-vous professionnel », « Fin de journée, retour au domicile »), projetés à **222° degrés panoramiques**, le visiteur fera l'expérience immersive de ce nouveau type de contenu éditorial, comme s'il se trouvait à bord d'un véhicule connecté ou autonome. Dans l'un des scénarios développés, à la demande du passager d'en apprendre davantage sur l'intelligence artificielle (IA), AEX propose alors un contenu élaboré par le magazine Sciences & Avenir, à travers un podcast de Cédric Villani, mathématicien et homme politique français, expert sur ce sujet. Autre illustration à l'occasion d'un voyage en famille, alors que les passagers circulent à proximité du célèbre château des Sforza à Milan, un contenu exclusif élaboré par la rédaction d'Historia, sur l'histoire de ce château fréquenté par de nombreux artistes du 15ème siècle, est suggéré aux passagers.

Disposés à proximité l'un de l'autre sur le stand du Groupe, AEX et le nouveau concept-car de luxe Renault EZ-Ultimo, un robot-véhicule autonome, électrique, connectée, permettent aux visiteurs d'imaginer ce que pourrait être le mariage de la mobilité de demain avec une expérience multimédia et immersive.

A propos du Groupe Renault

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 134 pays qui a vendu près de 3,76 millions de véhicules en 2017. Il réunit aujourd'hui plus de 180 000 collaborateurs, dispose de 36 sites de fabrication et 12 700 points de vente dans le monde. Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le groupe s'appuie sur son développement à l'international. Il mise sur la complémentarité de ses cinq marques (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine et LADA), le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi Motors. Avec une équipe 100% Renault engagée depuis 2016 dans le championnat du monde de Formule 1, la marque s'implique dans le sport automobile, véritable vecteur d'innovation et de notoriété.

A propos Groupe Challenges

Le groupe Challenges est l'un des principaux groupes de presse indépendants en France. Il réunit 5 magazines de qualité : Challenges, le premier hebdomadaire économique français ; Sciences & Avenir, un mensuel scientifique haut de gamme destiné au grand public ; La Recherche, un mensuel qui réunit la communauté internationale des scientifiques ; Historia, le 1er des magazines d'Histoire, fondé en 1909 ; L'Histoire, le mensuel de la communauté des historiens, des étudiants et des férus d'Histoire.

Pour plus d'informations veuillez contacter:

Delphine DUMONCEAU

Relations presse Corporate - Groupe Renault

delphine.dumonceau-costes@renault.com

+33 (0)1 76 84 36 71 / +33 (0)6 09 36 40 53

Marianne BOULAT

Communication Groupe Challenges

mboulat@challenges.fr

+33 (0)1 70 98 19 66 / +33 (0)6 30 37 35 64

Pour Plus D'informations:

Delphine DUMONCEAU-COSTES

Attachée de presse corporate
+33 (0)1 76 84 36 71
delphine.dumonceau-costes@renault.com

GROUPE RENAULT
SERVICE DE PRESSE

Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36
renault.media@renault.com

Sites web: www.media.renault.com - www.group.renault.com

Follow us on Twitter : **@Groupe_Renault**