

Renault Trucks lance *The Good City*, un jumeau numérique qui donne à voir en temps réel sa stratégie et la réalité de l'électromobilité en Europe.



Renault Trucks fait appel à Barony pour présenter son jumeau numérique de la plus grande zone zéro-émission d'Europe en une expérience immersive, nourrie par les retours concrets des conducteurs et décideurs.

Pour asseoir Renault Trucks comme leader incontesté de l'électro-mobilité à l'échelle européenne, nous avons invité chaque décisionnaire et conducteur européen — construction, logistique urbaine, gestion des déchets, etc. — à découvrir comment leurs pairs utilisent déjà et profitent des solutions électriques Renault Trucks.



Il ne s'agissait pas que d'une vitrine digitale. C'était rendre le futur palpable dès aujourd'hui.

Comment prouver que demain roule déjà ?

Barony a bâti la stratégie **The Good City** autour de deux piliers stratégiques :

- **Une veille pointue**, ancrée dans une analyse poussée des tendances, pour positionner Renault Trucks avec précision dans l'écosystème
- **Un écosystème narratif et visuel**, qui invite chaque utilisateur à «vivre» son propre futur de la mobilité — grâce à des visuels 2D sur-mesure et aux meilleures pratiques terrain.

Le tout déployé via une landing page ultra ciselée, conçue pour informer, inspirer et convertir.

Trois leviers pour donner vie à The Good City

- 1. Notre benchmark stratégique & positionnement**
Nous avons cartographié les innovations mobilité et les usages les plus convaincants de jumeaux numériques, extrait les insights majeurs et défini le positionnement le plus juste pour propulser The Good City — fondé sur des témoignages réels d'utilisateurs de camions électriques. Anticiper aujourd'hui les standards de demain.
- 2. La conception et création de l'univers**
Nous avons construit le territoire de communication "The Good City" et produit des visuels 2D propriétaires pour chaque segment de marché. Chaque asset reflète l'expertise vécue — de la prise en main du véhicule aux routines de recharge. Une identité née de l'expérience.
- 3. L'activation de la landing page comme finalité**
Nous avons conçu une page d'accueil concise et orientée action : contexte, démonstration, témoignages, CTA clairs. Chaque module guide l'utilisateur pour « entrer » dans The Good City et planifier sa visite virtuelle. Il s'agit de transformer l'insight en engagement.



Faire d'une vitrine digitale une destination business.

L'alliance de la créativité et de la stratégie executive signée Barony permet de :

- Réduire les dépenses éparpillées sur des showcases événementiels
- Réinvestir dans un actif créatif vivant et pérenne
- Construire un écosystème de marque propriétaire, générateur de préférence et de performance

Arrêtez de montrer le futur. Faites-le vivre.

En rendant le futur palpable — via les retours d'expérience et un univers digital cohérent — Renault Trucks confirme son leadership à l'écran et sur la route, tout en posant les jalons de la mobilité électrique de demain, pour l'Europe et au-delà.

Envie de promouvoir votre écosystème pour propulser votre marque ? Parlons-en.

NEW BUSINESS ONLY
JB Duvaud
+33[0] 7 70 03 02 69

jbduvaud@barony.fr

