

Comunicato Stampa

10 MARZO, 2017

CS-PARTNERSHIP CON NAZIONALE RUGBY: RENAULT ITALIA E CHICCO PRESENTANO “THE DREAM CRADLE”

NELL’AMBITO DELLA PARTNERSHIP CON LA NAZIONALE ITALIANA DI RUGBY, RENAULT ITALIA E CHICCO PRESENTANO “THE DREAM CRADLE”

- **Alla vigilia dell’ultimo match casalingo del Campionato RBS 6 Nazioni, che vedrà la Nazionale italiana di Rugby impegnata sul campo dell’Olimpico contro la Nazionale francese, Renault presenta, in collaborazione con Chicco, “The Dream Cradle”.**
- **La Casa della Losanga e il brand italiano leader nel settore dell’infanzia, uniscono le loro competenze per studiare soluzioni sempre più innovative che contribuiscano a migliorare la vita delle persone.**

Dall’analisi di una reale esigenza di molti genitori, Renault e Chicco hanno ideato “The Dream Cradle”: prototipo della prima base per navicella concepita per riprodurre il cullare tipico di un viaggio in auto, anche a casa propria.

Molti genitori sanno quanto sia difficile far addormentare il proprio bambino e quanti tentativi siano necessari prima che lui o lei riescano finalmente a rilassarsi e prendere sonno. Tra le varie astuzie messe in atto, ce n’è una, però, che sembra funzionare da generazioni: portare il piccolo a fare un giro in auto. Quale genitore non è ricorso, almeno una volta, a questo stratagemma per addormentare il proprio figlio? Il cullare dell’auto, si sa, quasi sempre concilia il sonno. Ecco allora che, dopo aver messo in sicurezza il proprio bambino, si parte per un viaggio in auto, spesso negli orari più improbabili, senza una mèta precisa, ma con la sola speranza che il giro sia breve e il bambino si addormenti presto. Di norma sono sufficienti solo poche centinaia di metri e il gioco è fatto! Peccato che, una volta tornati sotto casa e spenta l’auto capiti spesso che il bimbo si sveglia e si debba ripartire.

Renault, che fa dell’“Easy Life” la sua promessa cliente, ha scelto Chicco, lo specialista del bambino a 360°, come partner per rispondere concretamente a questa realtà che affrontano tante coppie con bimbi piccoli. Nasce, così, “The Dream Cradle”: una base-prototipo su cui posizionare la navicella del passeggino che, con i suoi movimenti, simula il cullare dell’auto consentendo ai genitori di addormentare il bambino a casa, senza dover necessariamente salire in macchina. Il movimento della base è attivabile attraverso l’app scaricabile sul proprio dispositivo mobile, e regolabile per intensità, direzione e pendenza.

Alla base di questo progetto, per Renault, c’è “Easy Life”, la promessa che la Marca fa ai propri clienti di facilitare loro la vita perché possano goderne appieno, grazie ad una gamma di prodotti, ad una connettività e a funzionalità intuitive che rispondono alle loro molteplici esigenze quotidiane. Tutto il contenuto tecnologico a bordo delle auto Renault è pensato e concepito per semplificare la vita dei suoi clienti, dai tanti dispositivi di assistenza alla guida alla card Easy Access, dal Multisense al 4CONTROL.

Renault e Chicco si uniscono, così, per un **obiettivo comune**: contribuire al miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di soluzioni pratiche, sicure ed innovative, che rispondano concretamente a reali necessità.

Questa partnership e la sua mission sono state presentate oggi a Roma, presso lo Stadio Olimpico, teatro- in queste settimane- del

Campionato RBS 6Nazioni che vede impegnata la Nazionale Italiana di Rugby, di cui Renault Italia è sponsor ufficiale.

Testimonial della partnership tra Renault e Chicco, **George Biagi**, seconda linea della Nazionale italiana Rugby nonché neo papà, che nel suo nuovo ruolo di genitore si è spesso trovato alle prese con il dilemma di come far addormentare la sua bimba.

In occasione dell'incontro stampa è stata svelata in anteprima **"The Dream Cradle"**, la prima soluzione frutto della partnership tra le due realtà aziendali che sarà messa a punto nel corso dei prossimi mesi.

«A febbraio scorso Renault, da sempre impegnata in ambito sportivo, ha annunciato la sponsorship della Nazionale Italiana di Rugby, basata su valori comuni quali la passione, l'impegno, lo spirito di squadra, la condivisione e la tenacia nel raggiungimento degli obiettivi. Anche attraverso lo sport, infatti, Renault consente ai suoi clienti di vivere la vita con passione. Ed oggi siamo felici di essere qui per presentare, insieme a Chicco, un progetto con cui speriamo di rispondere concretamente ad un'esigenza di molte coppie con bambini, facilitando loro la vita affinché possano goderne pienamente. Il concetto di "Easy Life", alla base della promessa cliente di Renault, si traduce così, ancora una volta, in una soluzione tecnologica innovativa, alla portata di tutti, come quelle che offriamo sulle nostre automobili.» ha dichiarato **Francesco Fontana Giusti**, Direttore Comunicazione & Immagine Renault Italia.

*«È un piacere e un onore essere stati scelti da Renault Italia come partner ideale per una collaborazione così importante che vede le necessità delle famiglie con bambini piccoli al centro di tutto» - afferma **Marco Schiavon**, Regional Manager Chicco Italia, Spagna e Portogallo -. «Abbiamo accolto senza alcun esitazione l'invito considerando che Chicco, da sempre, mette in campo la propria esperienza non solo con i suoi prodotti ma anche con servizi, per essere sempre al fianco di genitori e bambini, in ogni momento, fornendo un supporto concreto per consentire loro di vivere appieno le proprie esperienze. Innovazione e attenzione alle famiglie sono valori che accomunano Chicco e Renault Italia, così come l'importanza dello sport e del suo ruolo per la crescita e formazione dei campioni di domani. Chicco infatti ha di recente avviato un progetto che ruota proprio attorno all'importanza di praticare lo sport fin da piccoli, con passione e senza riserve, e il fatto di essere qui oggi lo possiamo considerare quasi una naturale evoluzione».*

«La partnership tra la Federazione Italiana Rugby e Renault Italia origina da una profonda condivisione valoriale che si è tradotta da subito in un piano di comunicazione coinvolgente, a cui alcuni tra gli atleti più rappresentativi della nostra Nazionale si sono da subito prestati con entusiasmo. La nostra visione del rugby è quella di un sistema sportivo all'interno del quale la famiglia riveste un ruolo fondamentale, ma anche di uno sport di altissimo livello, dove l'innovazione e la ricerca sono alla base dell'incremento della performance dei nostri Azzurri: tutti concetti che si sposano con grande efficacia con questa iniziativa di Renault Italia e Chicco, due aziende che rappresentano, come il rugby italiano, delle eccellenze globali» ha dichiarato Carlo Checchinato, Direttore Commerciale di FIR e, con 83 caps al proprio attivo, tra gli Azzurri più presenti di tutti i tempi.

La gamma Renault, con le sue numerose soluzioni tecnologiche a bordo "Easy Life", si potrà testare in occasione del Salone del Mobile, in programma a Milano dal 4 al 9 aprile prossimi. Per prenotare il test drive e ricevere maggiori informazioni su "The Dream Cradle":

www.passionforugby.it

#Passionforugby

#Thecradle

Per Maggiori Informazioni:

Paola Repaci
Electric Vehicles & Corporate Communication Manager
+39 06 4156965
paola.repaci@renault.it