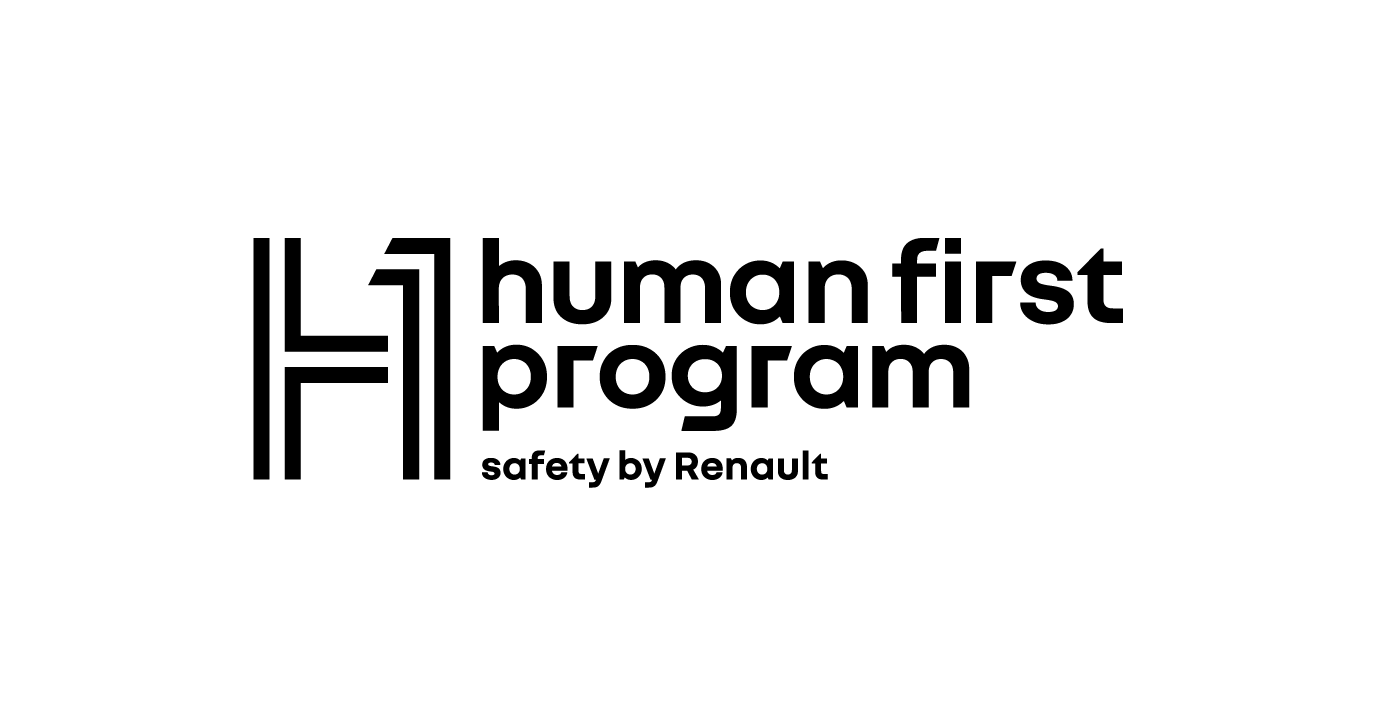
****

19/01/2023

* **Nell’ambito del piano strategico Renaulution, Renault si afferma come una Marca decisamente tecnologica. Quest’obiettivo ambizioso è sostenuto da tre pilastri: elettrificazione, con la tecnologia E-Tech, connettività, soprattutto tramite la partnership con Google, e sicurezza.**
* ***Human First Program* è il programma che incarna la volontà di migliorare la sicurezza del conducente e dei passeggeri, ma anche degli altri utenti della strada, in tutto il mondo.**

**Oltre 50 anni di ricerche al servizio della sicurezza**

Da oltre 50 anni, Renault si adopera per ottimizzare i dispositivi di sicurezza e progettare quelli del futuro. Sono più di 2.000 i brevetti connessi alla sicurezza depositati dal 1970. Questo lavoro, associato ai provvedimenti presi dall’autorità della Sicurezza Stradale e dai governi che si sono succeduti, ha contribuito a salvare 350.000 vite e a prevenire fino a 5,8 milioni di feriti, secondo Stéphane Buffat, Direttore del Laboratorio di Incidentologia, Biomeccanica e Comportamento Umano.

***Human First Program*, la sicurezza vista da Renault**

*Human First Program,* lanciato da Renault nel 2023, permette di presentare al pubblico tutte le iniziative della Marca a livello di sicurezza e di posizionare Renault come una Marca tecnologica ma anche umana. È infatti il frutto della collaborazione tra ingegneri, esperti di sicurezza, capi prodotto, il LAB e operatori di pronto intervento (vigili del fuoco) che, abbinata alle ultime innovazioni tecnologiche come l’Intelligenza Artificiale, permette oggi a Renault di distinguersi.

L’approccio di Renault non si limita alla progettazione di veicoli sicuri. Si tratta di proteggere tutti e non solo gli automobilisti. In un momento storico in cui si stanno sviluppando altri mezzi di trasporto (monopattini e biciclette elettriche), in cui noi tutti siamo al tempo stesso pedoni, ciclisti, automobilisti, in famiglia, tra amici o colleghi, Renault si impegna a proteggere tutti sulla strada.

*« Non c’è niente di meglio della sicurezza e degli ingenti investimenti in R&S che ne derivano per illustrare la transizione [promossa da Luca de Meo] che un costruttore automobilistico tradizionale può fare per diventare un leader di tecnologie e servizi di mobilità ».*

**Arnaud Belloni, Vicepresidente Global Marketing della Marca Renault.**

*Human First Program* si basa su 3 assi principali per garantire la sicurezza di tutti:

1. **Prevenire gli incidenti sviluppando dispositivi avanzati di assistenza alla guida ed equipaggiamenti di sicurezza:** la gamma Renault offre oltre 36 ADAS e 60 equipaggiamenti di sicurezza, che contribuiscono a ridurre i rischi e la gravità di incidenti e lesioni.
2. **Gestire gli incidenti, creando un’esclusiva partnership con i vigili del fuoco di tutta Europa,** che ha già portato alla formazione di oltre 5.000 vigili del fuoco in 33 Paesi, e a grandi innovazioni nella sicurezza post incidente come il *Fireman Access* e il QRescue Renault, che permettono di accorciare considerevolmente i tempi di intervento di primo soccorso.
3. **Ridurre il numero degli incidenti con ingenti investimenti nelle attività di R&S** per la progettazione di tecnologie di bordo come il *safety score*, il *safety coach* e i servizi connessi.

**Un piano di comunicazione completo e internazionale**

Questo programma sarà esteso nel corso dell’anno a tutti i canali della Marca: alla televisione con un video di 30 secondi, sui supporti digitali con un inedito documentario sulla collaborazione tra i vigili del fuoco e Renault, e su tanti altri mezzi di comunicazione.

Il video per la televisione, ideato da Publicis Conseil e Renault, è stato prodotto dalla coppia di registi noti come *Les Réalité* e trasmesso in Francia a gennaio nell’ambito della campagna *Résolutions Renault*. Assumendo il punto di vista dell’automobilista, si va alla scoperta di diversi utenti della strada (pedoni, ciclisti, amanti delle moto, ecc.) in varie situazioni. Alla fine del video, l’automobilista stessa si trasforma in pedone scendendo dal veicolo. Si capisce così che, oggi, noi tutti siamo contemporaneamente tutti questi utenti e che le tecnologie Renault (ADAS, QRescue, *safety coach*) servono a migliorare la sicurezza di ognuno di noi, in ogni circostanza.

Une image contenant personne

Description générée automatiquement Une image contenant personne

Description générée automatiquement Une image contenant route, extérieur, bâtiment, rue

Description générée automatiquement

La campagna sarà diffusa in Europa, America Latina e India, con una versione televisiva per Francia, Italia, Spagna e Germania e un formato digitale per il resto d’Europa e poi l’America Latina e l’India a fine 2023.

**CENNI SU RENAULT**

Marca storica della mobilità e pioniere dei veicoli elettrici in Europa, Renault sviluppa da sempre veicoli innovativi. Con il piano strategico “Renaulution”, la Marca progetta una trasformazione ambiziosa e creatrice di valore. Renault si sposta, quindi, verso una gamma ancora più competitiva, equilibrata ed elettrificata ed intende incarnare la modernità e l’innovazione a livello di servizi tecnologici, energia e mobilità nell’industria automotive, ma non solo.

**Contatto stampa Gruppo Renault Italia:**

**Paola Rèpaci**– Renault/ Alpine Product & Corporate Communication Manager

[paola.repaci@renault.it](mailto:paola.repaci@renault.it) Cell: +39 335 1254592; Tel.+39 06 4156965

Siti web: [it.media.groupe.renault.com/](http://it.media.groupe.renault.com/); [www.renault.it](http://www.renault.it)

Seguici su Twitter: @renaultitalia