

**Renault  
Group**

# RENAULT GROUP

TRANSPORTS -  
LOGISTIQUE

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Fort de son alliance avec Nissan et Mitsubishi Motors, et de son expertise unique en termes d'électrification, Renault Group s'appuie sur la complémentarité de ses 4 marques – Renault – Dacia – Alpine et Mobilize – et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients.

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

**CHIFFRE D'AFFAIRES**  
46 000 000 000

110 000  
**COLLABORATEURS  
&  
COLLABORATRICES**

  
DES ASSOCIATION NATIONALE  
**COMMUNICANTS**

# RENAULT GROUP

Renault Group Factory Championship

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

## POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?



L'objectif de la campagne était de fédérer et d'engager les équipes de Renault Group autour d'une expérience unique grâce à une passion intergénérationnelle et particulièrement populaire au sein de ses équipes : le gaming. Il est d'une importance capitale pour une entreprise de la taille de Renault Group de réussir à engager ses salariés, notamment pour augmenter leur fidélité. Il faut également réussir à innover et à renouveler son approche pour rester en phase avec les aspirations de ses collaborateurs. C'est pour cela que Renault Group a investi l'univers de Fortnite, l'un des jeux les plus populaires au monde, en y développant un jeu reproduisant ses usines emblématiques tout en y créant une gigantesque compétition, accessible à ses 110 000 collaborateurs à travers le monde.

**DÉCEMBRE 2023 À FÉVRIER 2024 - BUDGET : 140 000€**

Le budget comprend : - Le développement du jeu dans Fortnite - La conception du gameplay du jeu - La modélisation 3D de l'environnement du jeu : reproduction des usines, des voitures, des chaînes d'assemblage... - Le mapping de l'expérience - Accès de toute l'expérience en 8 langues - La gestion des participants pendant toute l'opération - La conception du site internet de l'opération (développement et design) - L'achat et l'expédition des lots pour les meilleures équipes - Maintenance du jeu - Test du jeu par des joueurs novices et expérimentés - Repérage sur place à l'usine de Douai - Création d'une charte graphique complète ainsi que les déclinaisons - Diffusion de la finale du tournoi dans toutes les langues

  
DES ASSOCIATION NATIONALE  
**COMMUNICANTS**

# RENAULT GROUP

Renault Group Factory Championship

## POUR QUI ?

Le Renault Group Factory Championship visait à engager les 110 000 collaborateurs du groupe à travers le monde, ainsi que leur famille, en les plongeant au cœur d'une expérience unique et fédératrice. En leur offrant la possibilité de former des équipes avec des collègues ou des membres de leur famille, cette initiative a non seulement renforcé les liens au sein de l'entreprise, mais a aussi transformé les employés et leurs proches en ambassadeurs passionnés du groupe. Ensemble, ils ont partagé des moments funs au cœur des usines du groupe, renforçant l'image de marque employeur de Renault Group auprès de l'ensemble des participants.

## COMMENT ?

Afin de s'assurer qu'un maximum de collaborateurs participent au Renault Group Factory Championship, le groupe a déployé un ambitieux dispositif de communication interne dans l'ensemble de ses pays.

De plus, le choix de Fortnite n'était pas anodin : il est en effet accessible gratuitement sur toutes les plateformes (ordinateurs, PlayStation, Xbox et Nintendo Switch). En outre, tous les collaborateurs qui avaient déjà Fortnite d'installé sur leurs machines pouvaient accéder à l'expérience Renault Group sans aucun téléchargement, éliminant ainsi une barrière à l'entrée majeure.

Pour engager davantage la communauté Renault Group, y compris les collaborateurs qui n'ont pas participé à l'événement ou qui ont été éliminés précédemment, les phases finales étaient diffusées en direct sur Twitch dans 8 langues différentes.

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION



DES ASSOCIATION NATIONALE  
**DES COMMUNICANTS**

# RENAULT GROUP

Renault Group Factory Championship

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

## LES RÉSULTATS

La campagne a été un véritable succès, générant près de 10 000 parties et réunissant les collaborateurs et leur famille pour des milliers d'heures mémorables à parcourir les usines du Renault Group Factory Championship.

En cela, l'opération a permis de renforcer l'esprit d'équipe parmi les collaborateurs de Renault Group et de faire découvrir les engagements de l'entreprise en matière de décarbonation à leur famille, tout en leur offrant une expérience particulièrement fun dans leur jeu favori.

De plus, en s'intégrant à l'un des jeux phares du moment, Renault Group a renforcé son image de groupe innovant, à l'écoute des passions de ses collaborateurs et des nouvelles tendances.

  
ASSOCIATION NATIONALE  
DES COMMUNICANTS