# Renault desvela el nombre de su nuevo SUV: 'AUSTRAL'

Motor | 06/12/2021




**AUSTRAL sustituirá al actual Kadjar dentro de la gama y será presentado durante la primavera de 2022**

Renault ha revelado que su nuevo SUV, que se va a producir en la Factoría de Palencia, se llamará AUSTRAL. Además, Sylvia Dos Santos, Responsable de la Estrategia de Denominaciones de la Dirección Global de Marketing de la marca Renault, descubre los entresijos de su oficio de «buscadora de nombres» y cuenta por qué se ha elegido AUSTRAL.

Procedente del latín «australis», AUSTRAL es una palabra extendida y presente en muchas lenguas europeas. Además, reivindica los orígenes franceses del constructor.

Sylvia Dos Santos, responsable de la Estrategia de Denominaciones de la Dirección Global de Marketing de la marca Renault, señala: «AUSTRAL evoca los colores y la calidez del hemisferio sur. Es un nombre que invita a viajar y perfectamente adecuado para un SUV. Su fonética es armoniosa, equilibrada y fácil de pronunciar para todo el mundo, un punto clave en su despliegue internacional».

AUSTRAL constituye la nueva oferta de la marca Renault en la categoría de SUV compactos proponiendo nuevas tecnologías conectadas y un gran placer de conducción. Con una longitud de 4,51 metros, AUSTRAL podrá acoger con total comodidad hasta 5 pasajeros.

Con este nuevo modelo, Renault continúa su ofensiva en la reconquista del segmento C que se

inició con Arkana y el nuevo Mégane E-TECH 100% Eléctrico.

AUSTRAL sustituirá al actual Kadjar dentro de la gama y será presentado durante la primavera de 2022.

AUSTRAL es un vehículo que se va a fabricar en la Factoría de Palencia, se trata de una de las adjudicaciones enmarcadas dentro del Plan Industrial 2021-2024 anunciado por Renault Group el pasado mes de marzo. Un Plan que impulsará la recuperación económica de España a través de la generación de empleo y riqueza, reafirmando de esta forma la apuesta de Renault por el país.

La larga lista de varias decenas de nombres se va reduciendo poco a poco a lo largo de una serie de «crash tests» jurídicos, lingüísticos y culturales que se realizan en todos los países de comercialización del futuro vehículo. Se obtiene finalmente una «short list» de tres nombres que se somete al juicio de los órganos de dirección y al CEO, quien arbitra en favor del que más se ajusta a su visión del vehículo.

Además, Renault muestra todos los secretos de la creación de un nombre a través del story «Érase una vez AUSTRAL».

STORY RENAULT: ÉRASE UNA VEZ… AUSTRAL

Dauphine, Espace, Twingo, Clio… Los nombres de los modelos emblemáticos de Renault forman parte de la cultura popular y del imaginario colectivo. ¿Qué ocurrirá con los futuros modelos de la marca? Al desvelar el nombre de su próximo SUV, Renault revela su nueva estrategia de denominación y muestra su ambición de renovación.

«Dar un nombre a un vehículo es darle alma».

SYLVIA DOS SANTOS

Responsable de la Estrategia de Denominaciones de la Dirección Global de Marketing de Renault

## RENAULT Y LOS NOMBRES: UNA LARGA HISTORIA

Renault no siempre aplicó la misma estrategia para denominar sus modelos. Sin embargo, aunque la R (de Renault, obviamente) seguida de un número se utilizó durante algunas décadas para nombrar a los vehículos de la marca, su sistema de denominación es más bien históricamente nominal.

De hecho, darle un nombre a un vehículo es mucho más impactante y permite dotar de sentido y emoción a un modelo, algo primordial para una marca que quiera crear lazos con sus clientes.

Este tipo de denominación permite además jugar con la sonoridad y la extensión de los nombres. «Los nombres cortos con sonoridad alegre que ya conocemos, como Clio o Zoe, se utilizan para bautizar vehículos pequeños, urbanos y ágiles, mientras que nombres más largos, con una sonoridad más pausada, como Talisman, evocan el lado distinguido y más imponente del vehículo», explica Sylvia.

Algunos nombres incluso han ido más allá de los prototipos y los modelos de producción, marcando así la historia del automóvil. Este es el caso por ejemplo de Espace, un nombre repleto de sentido ya que encarna el espacio a bordo, o de Twingo, un nombre lleno de vitalidad y dinamismo.

## ENCONTRAR EL NOMBRE ADECUADO: UN TRABAJO A LARGO PLAZO

El nombre de un vehículo es la culminación de un trabajo de mucho tiempo que se inicia años antes de su salida al mercado. Para encontrar la simbiosis perfecta entre el nombre, la identidad del nuevo vehículo y los clientes a los que se dirige, además de los valores y la personalidad de la marca, intervienen varios actores. Los servicios de marketing, diseño, producto y jurídico trabajan así codo con codo y cuentan a veces con la asistencia de agencias especializadas en la creación de nombres.

«En Renault contamos con un verdadero saber hacer. Cuando trabajamos en un nombre, nos situamos en simbiosis con el vehículo, su promesa, sus beneficios. Trabajamos mucho en torno

a las emociones que emanan del coche, así como en su percepción, en el objetivo».

Hay tres caminos principales posibles para encontrar un nombre, explica Sylvia.

La primera opción consiste en retomar un nombre histórico, icónico, que ha marcado la historia de la marca y que se puede capitalizar. Es lo que se ha hecho con Mégane, que se ha reinventado y modernizado para convertirse en Mégane E-TECH 100% Eléctrico.

Segunda opción: seleccionar nombres disponibles en la gran base de nombres ya registrados por Renault y que se enriquece constantemente

«Tenemos una base de nombres muy rica, propiedad de Renault. Nos enorgullece, sentimos apego por ella y la protegemos. Es nuestra fuente, son nuestras historias y nuestro patrimonio de nombres».

Tercera y última opción: dejar que fluya la creatividad proponiendo nuevos nombres.

Para el futuro SUV de nueva generación de la marca, portador de grandes ambiciones, ¡el nombre será AUSTRAL!

AUSTRAL: UN SOPLO DE AIRE FRESCO EN LA ESTRATEGIA DE DENOMINACIÓN DE RENAULT

El nombre AUSTRAL forma parte de la base de nombres de Renault desde 2005 y responde a muchos criterios desde el punto de vista de las denominaciones.

Procedente de la palabra latina australis, evoca de inmediato el color y la calidez del sur, la naturaleza relajante, los grandes espacios abiertos y es una promesa de apertura hacia un sinfín de posibilidades que funciona en muchas lenguas europeas. Funciona en francés, lo que permite a Renault reivindicar sus raíces, pero también en español, en inglés, en italiano... Esa dimensión internacional corresponde perfectamente a un vehículo que se comercializará en toda Europa y más allá.

Lleno de sentido y emoción por lo que evoca, este nombre coincide también con el posicionamiento del vehículo: un SUV del segmento C, preparado para cualquier eventualidad. Su fonética equilibrada y armoniosa gracias a su doble A y a su combinación de consonantes centrales «STR» lo convierte en un nombre fácil de pronunciar y bien plantado, evocando así la fuerza del SUV y el control.

Es el eco perfecto del ADN y de la estrategia de la marca, una marca moderna, cálida y cercana, al servicio de las personas.

AUSTRAL nuevo impulso precursor de la «Nouvelle Vague» anunciada por Luca de Meo, encarna así la alquimia que se busca entre las sensaciones que evoca el nombre, su sonoridad, el producto y la marca. Como indica Sylvia, «el nombre ha sido desvelado, se ha levantado el telón y la magia al fin puede fluir».

Autor: Redacción