



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**PIRELLI INAUGURE LE PREMIER PZERO WORLD EUROPÉEN À MUNICH,  
UN MAGASIN PHARE QUI ALLIE SERVICES, TECHNOLOGIE ET DESIGN  
POUR UNE EXPÉRIENCE CLIENT EXCLUSIVE**

**AVEC CE NOUVEAU MAGASIN ALLEMAND, FER DE LANCE DU RÉSEAU DE DISTRIBUTION DE  
L'ENTREPRISE MILANAISE, PIRELLI CHERCHE À CONSOLIDER SON LEADERSHIP  
SUR LE SEGMENT PRESTIGE**



Munich, 29 septembre 2017. Pirelli inaugurerait aujourd'hui en plein cœur de Munich, au 42 Hanauer Strasse, le premier PZero World européen. Après l'ouverture, l'an dernier, de son premier magasin phare à Los Angeles, Pirelli avait programmé en 2017 l'arrivée en Europe de son concept innovant de vente au détail. L'entreprise italienne a tenu sa promesse en choisissant l'une des capitales mondiales de l'automobile pour présenter son nouvel espace de vente destiné tout particulièrement à la clientèle Prestige. La région abrite en effet certains des plus importants constructeurs automobiles au monde, à qui Pirelli fournit des pneus aussi bien en monte d'origine que de remplacement. On y trouve également la plus grande concentration de voitures Premium et Prestige d'Europe.

Services, design technologique et produits innovants, P Zero Color Edition et plateforme Pirelli Connesso sont les éléments fondamentaux de la stratégie de vente de Pirelli, dont le PZero World est le fer de lance. Dans un espace d'environ 1 000 m<sup>2</sup>, les clients du nouveau magasin munichois pourront profiter de services prestige spécialement adaptés à leurs besoins grâce aux technologies les plus à la pointe. C'est l'application de la stratégie « Perfect fit » (« monte parfaite ») au réseau de distribution. Il s'agit, au

niveau de la production, de développer des pneus spécifiques pour les modèles uniques des plus prestigieux constructeurs automobiles et, en matière de services, d'accompagner le client lors des changements de pneus, à l'endroit et au moment qui lui conviennent le mieux.

Du service voiturier au service de montage de pneus mobile, Pirelli met à la disposition de ses clients tous les instruments nécessaires pour transformer et repenser l'expérience d'achat tout entière ; une expérience dans laquelle le système Pirelli Connesso jouera un rôle fondamental. Le PZero World redéfinit radicalement le concept du magasin de pneumatiques, offrant non seulement au client une assistance qualifiée, mais aussi une totale immersion dans l'univers Pirelli. Les photos emblématiques du Calendrier Pirelli servent de vitrines aux plus belles supercars et à la plus vaste gamme de pneumatiques haute performance de Pirelli. Dans un environnement élégant et confortable, inspiré de l'univers du sport automobile, les clients pourront retrouver les dernières créations de la gamme Pirelli Design ou découvrir l'évolution de la gamme Velo dédiée au monde du cyclisme. Mode, design, sport automobile, produits de pointe et services innovants sont les ingrédients de l'incomparable « recette » du PZero World.

« Le point fort de PZero World, c'est l'alliance unique de produits haute performance, d'un côté, et de services de qualité, de l'autre. Tout cela réuni dans un environnement élégant et confortable transforme chaque visite du client en une expérience exceptionnelle », affirme Michael Wendt, directeur général de Pirelli Allemagne.

« La stratégie de distribution de Pirelli, explique Matteo Battaini, le directeur général adjoint marketing et logistique de Pirelli, est axée sur des zones géographiques possédant une forte densité de voitures Prestige et Premium, des segments sur lesquels nous sommes leaders. Elle est mise en œuvre grâce aux liens établis avec des clients sélectionnés qui font désormais partie intégrante de l'approche du marché de Pirelli. Ces liens reposent sur une vision commune de la valeur et de la technologie produit relatives aux produits haut de gamme, sur des échanges d'informations numériques modernes et sur une excellente logistique. La force de la stratégie de vente au détail de Pirelli repose, entre autres, sur son accès direct à la distribution grâce à son réseau d'environ 12 500 points de vente (environ 17 000 d'ici 2020 selon les prévisions), franchisés et affiliés pour la plupart. PZero World et ses magasins phares ainsi que son réseau de concessionnaires agréés seront le fer de lance de cette stratégie. Ce format de point de vente innovant a été créé pour desservir les plus prestigieuses régions du monde, des endroits où les consommateurs peuvent découvrir tous les aspects de la marque Pirelli : de la Formule 1 au calendrier Pirelli, de Pirelli Design à Pirelli Velo ».

Depuis 145 ans, Pirelli occupe une place de précurseur sur différentes plateformes (sport automobile, offre de pneus les mieux classés de leur catégorie, équipement d'origine, mais aussi communication, art et design) grâce à de nombreux atouts comme la publicité, le calendrier Pirelli, le HangarBicocca de Pirelli (l'un des plus grands lieux d'exposition d'art contemporain en Europe) ou le projet Pirelli Design. L'identité de Pirelli se définit par cette fusion de la haute technologie et de l'expression artistique qui élève la marque au-delà de l'industrie du pneumatique et l'érige en art de vivre à l'échelle mondiale, un style incarné par PZero World.