

## Alfa Romeo inaugure sa nouvelle identité de marque à Milan

- À l'occasion du lancement commercial du Tonale sur les principaux marchés européens, Alfa Romeo inaugure un nouveau *flagship store* chez son concessionnaire Stellantis & You Sales & Services de Milan.
- Premier showroom au monde à présenter la nouvelle identité de la marque, il offrira une expérience sensorielle immersive et mettra en avant les valeurs fondamentales et la vision du futur de la marque.
- Inspiré de matériaux aux effets tactiles uniques, c'est un espace minimaliste et technologique qui utilise le "rouge Alfa" distinctif pour évoquer les émotions viscérales liées à la marque. Cette nouvelle identité de marque crée une expérience client de premier ordre.
- La star du showroom est le nouveau Tonale, le modèle qui marque la métamorphose de la marque. Il propulse Alfa Romeo dans une nouvelle ère de connectivité et d'électrification, tout en restant fidèle à la conduite sportive qui en a fait une icône italienne mondiale depuis 1910.

Pour célébrer le lancement commercial du nouveau Tonale sur les principaux marchés européens, Alfa Romeo a inauguré le 09 juin à Milan son nouveau *flagship store*. Situé dans la ville où la marque a été fondée en 1910, c'est le premier showroom au monde à présenter la nouvelle identité d'Alfa Romeo : une réinterprétation du style classique de la marque dans une tonalité contemporaine.

Situé symboliquement au même endroit que le Portello en 1910 – le premier site de production d'Alfa Romeo, cette inauguration constitue un nouveau chapitre important de l'histoire de la marque. Cette journée a également permis de consolider le lien indissociable qui unit Alfa Romeo à la capitale mondiale de la mode, du design et de la créativité italienne. En effet, toutes deux sont des symboles de l'excellence italienne et se nourrissent l'une l'autre, s'inspirant de leur passé glorieux pour construire un avenir plus durable, plus technologique et plus audacieux. L'accent est toutefois mis sur l'humain, ses passions et ses inspirations. C'est pourquoi Alfa Romeo propose une expérience client immersive, mettant en avant ses valeurs et sa vision du futur.

Avec un design moderne et linéaire, le nouveau *flagship store* d'Alfa Romeo est un espace minimaliste et technologique qui combine harmonieusement les éléments qui le composent. À l'extérieur de la structure, les visiteurs sont accueillis par la traditionnelle écriture cursive, et à l'entrée, par un grand totem rouge réfléchissant, qui contribue conceptuellement à offrir une expérience viscérale. Le client se reflète ainsi dans l'objet qui représente les valeurs de la marque, créant une sorte de symbiose entre la "tribu" et la nouvelle maison Alfa Romeo.

L'espace présente l'historique "rouge Alfa", une couleur vibrante et audacieuse rappelant les émotions profondes qui ont fait de cette marque un symbole de la noblesse sportive italienne depuis 1910. La vivacité du rouge est associée à l'élégance du gris qui, dans ses gradations, exprime le positionnement premium de la marque et le haut niveau technologique de la gamme Alfa Romeo. C'est cette combinaison de Passion et d'Innovation qui rend Alfa Romeo si spéciale et si importante dans le cluster premium de Stellantis.

Inspirés par la nature, les espaces intérieurs du showroom combinent des matériaux aux effets tactiles uniques, des textures innovantes et des colorations rappelant le processus d'oxydation des matériaux. Ainsi, le rouge devient une éclaboussure de magma entre les roches tandis que des LED rouge aux tons chauds éclairent les zones d'exposition. La beauté et la puissance de la nature sont s'intègrent ainsi parfaitement à l'univers numérique et technologique, signe distinctif de la dernière génération des véhicules de la gamme Alfa Romeo. Une fois à l'intérieur, le visiteur est invité à vivre une expérience immersive en parcourant les différentes parties du showroom.

Dans l'espace Lounge, il est ainsi possible de découvrir l'histoire légendaire de la marque en feuilletant des livres, en s'offrant des produits dérivés ou en se relaxant simplement au café. L'espace *"Join the Tribe"*, quant à lui, est un portail vers l'avenir de la marque où il est possible de découvrir en avant-première les prochaines sorties du Biscione et de se sentir pleinement membre de la "tribu" Alfa Romeo, cette communauté particulière qui partage les valeurs de la marque. Le nouveau showroom est enfin complété par un espace dédié à la vente, plus confidentiel, et un autre dédié à l'après-vente, autre étape clé de l'expérience client Alfa Romeo. Ce dernier faisant l'objet d'horaires spécifiques pour répondre aux besoins des clients premium.

La star incontestée du *flagship store* de Milan est la nouvelle Alfa Romeo Tonale, le premier SUV compact électrifié de son histoire. Design italien, technologie au plus haut niveau, conduite électrique inégalée et orientation client sont les cinq pierres angulaires du Tonale, un modèle stratégique qui marque la métamorphose de la marque vers une nouvelle ère de connectivité et d'électrification.

Francesco Calcara, Senior Vice President Global Marketing and Communication Alfa Romeo :

*« L'inauguration ici à Milan du tout premier flagship store à la nouvelle identité de marque est un moment crucial pour nous et une occasion d'inspirer le monde depuis l'Italie tout en restant fidèle à nos racines. »*

*Avec le nouveau Tonale, Alfa Romeo inaugure une révolution radicale vers une nouvelle ère de connectée et électrifiée. Cette "métamorphose" ne s'applique pas seulement aux produits et à la technologie, mais redéfinit l'ensemble de l'expérience client, ce qui inclut la qualité de service et l'identité de la marque.*

*Alfa Romeo veut offrir à ses clients des expériences immersives, profondes, partout où ils sont en contact avec la marque. Cela commence chez nos concessionnaires, où les clients pourront explorer l'ensemble de l'écosystème de la marque, au cœur d'une expérience d'achat premium. »*

Poissy, le 13 juin 2022