

PEUGEOT : INAUGURATION D'UN NOUVEAU CONCEPT DE DISTRIBUTION EN CENTRE VILLE

Le 27 avril 2017, PEUGEOT inaugure en présence de M. Xavier Duchemin, Directeur PSA Retail et M. Guillaume Couzy, Directeur PEUGEOT France, son nouveau concept de point de vente en centre-ville. Situé au 39 rue St Didier dans le 16^{ème} arrondissement de Paris, il propose aux visiteurs et aux clients une expérience immersive dans l'univers de la marque pour découvrir son histoire et son actualité.

Conçu pour s'adapter dans les centres urbains aux nouveaux usages d'une clientèle toujours plus exigeante en termes d'expérience digitale et de proximité, ce nouveau concept store proposé par PEUGEOT répond également aux problématiques d'optimisation de coût d'implantation en centre-ville.

Dans un lieu résolument contemporain à l'architecture épurée et élégante, mêlant verre, bois et béton, le visiteur construit son projet automobile au travers d'un parcours intuitif qui lui fait découvrir la gamme PEUGEOT de manière exclusive grâce à des outils numériques de très haute qualité.

Ce nouveau format de point de vente est conçu autour de trois temps forts pour le visiteur : la découverte de la marque, la configuration et projection digitale d'un véhicule avant de terminer par la concrétisation de son projet.

La première étape immerge immédiatement le visiteur dans l'univers PEUGEOT, afin de lui faire découvrir son histoire et son actualité, notamment via la présence du dernier modèle lancé par la marque.

Dans la suite de son parcours, le client accompagné de l'ambassadeur commercial PEUGEOT affine son projet automobile grâce à une expérience digitale immersive et intuitive complète lui permettant de découvrir l'ensemble de la gamme, de configurer son futur véhicule et de le visualiser sur un écran géant.

A l'issue de son parcours, la dernière zone permet au client d'enregistrer sa configuration réalisée sur un compte personnel pour le partager avec ses proches, ou de finaliser son achat avec l'ambassadeur commercial, dans un environnement confortable et confidentiel.

Accompagnant la stratégie de montée en gamme de la marque, ce nouveau concept de distribution en hyper-centre est la réponse de PEUGEOT aux exigences des visiteurs friands d'expérience de marque globale.



PEUGEOT

Une conduite stimulante et valorisante, un design racé, une qualité sans compromis constituent l'engagement de la marque auprès de ses clients et contribuent à l'émotion que procure chaque PEUGEOT.

Présente dans près de 160 pays avec plus de 10 000 points de vente, PEUGEOT a progressé en 2016 de 12,3% à 1 919 460 véhicules commercialisés dans le monde. PEUGEOT allie partout Exigence, Allure et Emotion avec l'ambition d'être la marque généraliste haut-de-gamme à vocation mondiale.

Entamée en 1889, l'histoire automobile de la marque s'enrichit cette année d'une nouvelle victoire sur les pistes du Dakar avec un triplé des nouvelles 3008 DKR.