

Rueil-Malmaison, le 7 décembre 2017

## SHOWROOMS CITROËN : UNE TRANSFORMATION EN MARCHÉ !

Dans le cadre de son renouveau, Citroën opère une transformation à 360° qui, au-delà du renouvellement de sa gamme, impacte l'ensemble de son expérience client, à commencer par celle offerte dans ses showrooms.

C'est ainsi qu'à vu le jour 'La Maison Citroën', nouveau concept de point de vente urbain éterné à Paris et en déploiement dans le monde entier (Chine, Amérique Latine, etc.) avec une trentaine d'ouvertures prévues d'ici fin 2018.

En ligne avec ce concept, les concessions de la Marque se modernisent également avec de nouveaux aménagements intérieurs qui seront déployés dans l'ensemble du réseau international d'ici 2019.

Dans ce processus de transformation, Citroën travaille sur un projet de nouveau 'flagship' afin de succéder au C\_42 des Champs-Élysées qui fermera définitivement ses portes à la fin de l'année.

Ambition affichée de toutes ces initiatives : bousculer les codes de la distribution automobile traditionnelle en offrant une expérience chaleureuse, 'comme à la maison', afin d'attirer de nouveaux clients.



### DÉPLOIEMENT INTERNATIONAL DE 'LA MAISON CITROËN'

Symbole phare de la transformation de Citroën en matière de showrooms, 'La Maison Citroën' est un nouveau concept de point de vente spécialement conçu pour les centres-villes. Après avoir inauguré sa [première adresse en avril dernier](#) à Paris, 'La Maison Citroën' se déploie aujourd'hui dans le monde entier, avec plusieurs ouvertures déjà réalisées à l'international, comme en Chine, au Japon ou encore en Colombie. D'ici fin 2018, ce sont pas moins de trente Maisons Citroën qui devraient ainsi être ouvertes, dont les prochaines en Belgique et au Maroc.

#### Ouvertures depuis avril 2017 :

France	Paris 16 <sup>ème</sup> (39 rue Saint-Didier)	avril 2017
Japon	Tokyo, Chuo	juin 2017
Chine	Wuhan Hongtai	juin 2017
Chine	Anhui Weifeng	juin 2017
France	Paris 14 <sup>ème</sup> Alesia (98 avenue du Général Leclerc)	novembre 2017
Colombie	Bogota	novembre 2017

Si sa superficie, plus réduite qu'une concession classique, limite le nombre de modèles exposés, 'La Maison Citroën' se démarque par une expérience physique amplifiée, portée par une atmosphère boisée chaleureuse faisant la part belle à la dimension tactile grâce aux éléments de couleurs et matières exposés, tout y en mêlant le meilleur de l'expérience digitale grâce à de nombreux écrans interactifs : configurateur 3D, Citroën Advisor, Citroën Origins, etc.

En matière de déploiement, la déclinabilité de 'La Maison Citroën' est facilitée par un système de **modules architecturaux**, tels que les 'murs' dédiés aux modèles, avec visuels, merchandising et contenus digitaux associés.

Concept 'retail' remarqué, 'La Maison Citroën' a déjà fait l'objet de plusieurs récompenses (Janus du Commerce 2016, Grand Prix Stratégie du Design catégorie Architecture Commerciale, Label 2018 par l'Observateur du design, etc.).

### NOUVEAUX AMÉNAGEMENTS INTERIEURS DANS LES CONCESSIONS

En cohérence avec l'univers de 'La Maison Citroën', les concessions de la Marque se modernisent elles aussi, avec de **nouveaux aménagements intérieurs**. Espaces repensés, couleurs, nouveaux mobiliers, décorations, bureaux, etc. : autant d'éléments qui modernisent instantanément les showrooms et insufflent une atmosphère chaleureuse, en rupture avec les codes de la distribution automobile traditionnelle. Ainsi la dimension du confort, chère à Citroën, prend également tout son sens dans les showrooms de la Marque !

D'ici 2019, l'ensemble des points de vente du réseau primaire dans le monde aura adopté le nouvel aménagement intérieur. En 2017, déjà **près de 150 points de vente ont achevé leur transformation** et près de 1 000 l'ont engagé, suivis en 2018 par près de 1 500 autres chantiers. D'ores et déjà, le nouvel aménagement est visible en Europe (90 points de vente transformés), en Amérique Latine (39), au Moyen Orient (7), en Asie (10).

**En France**, pas moins d'une **quarantaine de points de vente sont déjà engagés**, à l'image des concessions de Dijon, Saint Denis, Reims, Bordeaux et Clermont-Ferrand, qui ont déjà adopté ces évolutions qui seront déployées dans l'ensemble du réseau primaire (hors agents) de Citroën France en 2018.

Cette transformation de l'atmosphère intérieure des concessions s'accompagne **de la création d'une collection de vêtements dédiée au conseillers commerciaux**. Proposée à l'ensemble des concessionnaires dès cette fin d'année, cette collection de tenues se compose de 3 kits homme et 4 kits femme au choix, en harmonie avec le nouvel univers coloré de la Marque. Pour parfaire l'esprit 'confort', ces tenues sont associées à des chaussures 'sneakers', à l'image de celles portées par les hôtesse et hôtes sur les stands de la Marque lors des salons internationaux.

### NOUVEAU 'FLAGSHIP'

Enfin, dans ce processus de transformation de ses showrooms, Citroën prévoit l'ouverture d'un nouveau 'flagship' dans les 24 prochains mois. Celui-ci succèdera au C\_42 des Champs-Élysées qui fermera définitivement ses portes à la fin de l'année, après 34 expositions, dix années d'exploitation, et plus de dix millions de visiteurs.

A l'image de 'La Maison Citroën', la nouvelle vitrine internationale de la Marque portera tous les gènes du renouveau de Citroën et pourra également être un lieu de vente. A suivre donc...

D'ici là, rendez-vous est donné jusqu'à la fin de l'année pour profiter de [la dernière exposition](#) en cours actuellement au C\_42, consacrée au Nouveau SUV C3 Aircross !



### **La Marque Citroën**

Marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste, Citroën cultive audace et créativité depuis 1919. Différentes par leur design, génératrices de bien-être par leur confort et leurs technologies, les Citroën font souffler un vent de fraîcheur dans le paysage automobile, à l'image de la Nouvelle C3 ou du Nouveau SUV Compact C3 Aircross. Marque populaire au sens noble, Citroën fait des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit incarné par sa signature 'Inspired By You' et porté par son expérience client unique, notamment avec son site d'avis en ligne Citroën Advisor ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile et Earn&Drive). Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans près de 80 pays et plus d'1,1 million de véhicules vendus en 2016. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2016, un 3<sup>ème</sup> titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.

[www.citroen.com](http://www.citroen.com) - site presse : <http://fr-media.citroen.com>