COMMUNIQUÉ DE PRESSE LONSDALE

Février 2018

# LONSDALE ACCOMPAGNE CITROËN DANS LE DÉPLOIEMENT DE SON CONCEPT URBAIN « LA MAISON CITROËN » EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL.

**Après avoir imaginé avec succès le concept « La Maison Citroën » à Paris en 2017, Lonsdale accompagne la marque pour déployer ce concept novateur à l'international.**

Avec de nouvelles ouvertures à Ixelles (Belgique), Wuhan Hongtai et Anhui Weifong (Chine), ou encore Bogota (Colombie), et des adresses en cours de réalisation à Casablanca (Maroc), Méguro (Japon) et à Paris (Grenelle, République...), Citroën confie à Lonsdale les clés du déploiement de « La Maison Citroën » et de l'internationalisation de ce concept qui rompt avec les codes de la distribution automobile.

Après avoir accompagné Orange, Natura Siberica, Maison du Chocolat ou Deep Nature dans leurs ambitions internationales, l'agence présidée par Frédéric Messian confirme sa capacité à guider les marques dans le déploiement de leur réseau à travers le monde.

C'est à Paris, au n°39 de la rue Saint-Didier (16ème arrondissement), que Citroën avait choisi d'implanter son nouveau concept de point de vente urbain nommé « La Maison Citroën », pensé par Lonsdale et son pôle Architecture & Retail, Lonsdale AKDV.

Déclinaison architecturale du concept précédemment imaginé pour les stands Citroën des derniers salons automobiles, que Lonsdale AKDV réalise pour la marque depuis 2009, « La Maison Citroën » incarne parfaitement la promesse de la marque : « Be Different, Feel Good ». Le concept a déjà reçu plusieurs distinctions (Grand Prix Stratégies du Design dans la catégorie « Architecture commerciale » 2017, Janus du Commerce 2016).

Forte de son expertise en architecture commerciale, Lonsdale AKDV a pensé « La Maison Citroën » comme un cocon de bien-être, un havre de paix au cœur même de la ville. Il y a certes des voitures au centre mais le décor diffère d'un lieu de vente traditionnel, en plaçant l'usager au centre d'une expérience immersive globale. *« On n'achète pas qu'une voiture, mais aussi le mode de vie qui va avec ! »* souligne François Hannebicque, directeur de création de Lonsdale.

À propos de LONSDALE

Lonsdale, première agence de branding et design en France accompagne les entreprises, les marques produits et les enseignes et, construit avec elles les preuves de leur singularité qui garantissent leur pertinence auprès de leurs publics.

Élue Agence de Branding Stratégique de l'Année 2017 et à deux reprises «Agence de Design de l'année», Lonsdale emploie 230 collaborateurs dont 120 designers et architectes, et réalise un chiffre d'affaires de 30M€.

Lonsdale accompagne les marques : Altarea Cogedim, Auchan, AXA, BNP Paribas, CCI Paris, Citroën, Coca-Cola, DS Automobiles, E.Leclerc Optique, Engie, Hammerson, Harmonie Mutuelle, Havas Voyages, Henkel, JDE, Kiloutou, L'Oréal, Nestlé, Nexity, Metro Germany, Orange, Paris Aeroport, Peugeot, Smartbox, Samsung...

Dès la vitrine, un écran géant suscite la curiosité et attire l'attention, invitant les passants à rentrer. La porte franchie, le décor chaleureux est composé de bois naturel, de murs de mots hauts en couleurs. Ici, l'expérience se distingue avec de nombreux écrans, des accessoires dédiés à la personnalisation mais aussi des vitrines de produits lifestyle.

Une version 3.0 du concessionnaire qui mêle technologies digitales et boutique façon concept store et intègre les services traditionnels : parc de voitures d'essai et atelier en sous-sol. On choisit ses jantes, son volant ou la garniture de ses sièges sur étagère et on personnalise sa voiture sur écran tactile.

Le lieu s'inscrit ainsi dans une démarche résolument omni-canal. Chaque visiteur est invité à y vivre une expérience unique, mariant le « cosy » et la technologie, dans un concept urbain hybride à la croisée du digital et du point de vente physique.

Prolongement de l'identité de la marque, de la singularité de ses produits, « La Maison Citroën » est un lieu unique qui incarne l'innovation, l'audace technique et créative et un formidable héritage. Convivialité, confort, design : tout se combine pour rompre avec les standards de l'exposition automobile.

Crédits photos : Monique Dupont Sagorin

À propos de LONSDALE

Lonsdale, première agence de branding et design en France accompagne les entreprises, les marques produits et les enseignes et, construit avec elles les preuves de leur singularité qui garantissent leur pertinence auprès de leurs publics.

Élue Agence de Branding Stratégique de l'Année 2017 et à deux reprises «Agence de Design de l'année», Lonsdale emploie 230 collaborateurs dont 120 designers et architectes, et réalise un chiffre d'affaires de 30M€.

Lonsdale accompagne les marques : Altarea Cogedim, Auchan, AXA, BNP Paribas, CCI Paris, Citroën, Coca-Cola, DS Automobiles, E.Leclerc Optique, Engie, Hammerson, Harmonie Mutuelle, Havas Voyages, Henkel, JDE, Kiloutou, L'Oréal, Nestlé, Nexity, Metro Germany, Orange, Paris Aeroport, Peugeot, Smartbox, Samsung...