

Nouvelle identité de marque pour La Centrale, 1^{ère} marketplace auto en France

- Un nouveau site, une nouvelle application et un assistant de recherche personnel basé sur l'intelligence artificielle pour simplifier l'expérience d'achat et de vente de véhicules
- Une nouvelle identité visuelle et sonore plus lisible et fonctionnelle pour moderniser l'image de La Centrale
- Une nouvelle campagne publicitaire pour s'affirmer comme une véritable marque au cœur du quotidien des Français et les aider à trouver la voiture qui leur convient dans tous les moments clés de leur vie

Paris, le 17 juillet 2024

[La Centrale, première marketplace spécialiste automobile](#), avec 8,2 millions de visiteurs uniques mensuels, 8 200 partenaires et revendeurs professionnels et 300 000 véhicules d'occasion disponibles à la vente, présente aujourd'hui son rebranding réalisé pour moderniser son image et accompagner sa croissance.

La Centrale, une marque patrimoniale positionnée comme l'expert auto préféré des Français

Créée en 1969, La Centrale est passée d'un magazine traditionnel de petites annonces à une marketplace spécialisée, s'adaptant à l'évolution du marché de l'automobile et aux besoins des automobilistes français.

Sur les six derniers mois, La Centrale a ainsi lancé un nouveau site internet, une nouvelle application, de nouveaux services innovants avec le premier assistant de recherche 100 % auto basé sur l'intelligence artificielle pour permettre aux utilisateurs de rechercher un véhicule selon leur besoin en langage naturel, une nouvelle identité visuelle et engagé une campagne publicitaire avec de nouveaux spots télévisés. Ces investissements renforcent la position d'expert de La Centrale et visent à capter une audience plus jeune tout en consolidant la confiance de ses utilisateurs actuels.

Les premiers résultats montrent que La Centrale arrive en tête des sites de confiance pour les Français, devant les sites de constructeurs et les autres sites d'annonce. La Centrale se retrouve également en première position des sites consultés par les particuliers qui ont l'intention d'acheter un véhicule dans les 12 prochains mois. ¹

Anaïs Harmant, Directrice Marketing de La Centrale déclare : « Fondée il y a plus de 50 ans, La Centrale est passée d'un journal de petites annonces automobiles à une marketplace en tête des intentions de visites pour l'achat et la vente automobile en France. Pour honorer cet héritage et renforcer son statut d'expert indépendant accessible à tous, nous avons engagé une stratégie de repositionnement de l'image

¹ Etude IFOP réalisée auprès d'un échantillon national de 886 individus en décembre 2023

de marque de La Centrale et sommes devenus le premier investisseur média parmi les sites auto spécialisés sur les six derniers mois. Cette stratégie de modernisation et de croissance s'accompagne également d'innovations structurantes basée sur les besoins réels des Français pour simplifier l'expérience d'achat et de vente de véhicules, comme l'illustre le lancement du premier assistant de recherche 100 % auto basé sur l'intelligence artificielle. »

Une nouvelle image moderne et accessible pour incarner l'expertise et l'indépendance

En collaboration avec l'agence de design Seenk, La Centrale a repensé son identité visuelle grâce à un nouveau logo au design moderne qui symbolise la fiabilité et l'innovation, à une nouvelle palette colorimétrique dominée par le rouge pour dynamiser l'image de la marque et grâce à l'utilisation d'une typographie contemporaine pour renforcer l'accessibilité des services.

Avec l'aide de Sixième Son, La Centrale renouvelle également son identité sonore pour exprimer la confiance et la simplicité d'utilisation de sa marque. Cette signature sonore facilite la mémorisation pour ancrer le "réflexe" La Centrale.

Briac de Fouchier Directeur général de Seenk, commente : *« Les ambitions de la marque sont fortes, la nouvelle identité se devait de l'être tout autant. Nous avons voulu porter les ambitions du groupe et traduire le nouveau positionnement d'expert accessible à tous. Le travail autour de la marque s'est articulé sur le respect du patrimoine La Centrale, connu des Français depuis plus de 50 ans, tout en lui apportant un nouveau souffle. »*

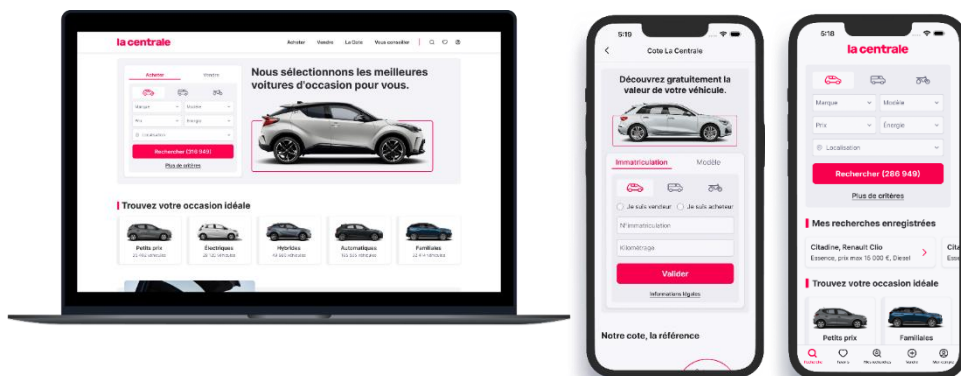
Laurent Cochini, Directeur général de Sixième Son ajoute : *« La Centrale est une marque qui parle aux Français. La musique dit cette proximité, raconte cette complicité, tout en ajoutant à la personnalité de la marque du sérieux et de la modernité. Simple et efficace, à l'image du reste de sa plateforme de marque, l'identité sonore de La Centrale a ce petit plus qui devrait marquer et rester dans les esprits. »*

Une campagne publicitaire à rebours des codes traditionnels : « Vous connaissez quelqu'un qui s'y connaît »

Créée avec l'agence WNP, la nouvelle campagne publicitaire met en avant les besoins des clients plutôt que les voitures elles-mêmes en illustrant des moments de vie tels que le départ en vacances ou le passage à la retraite. Utilisant l'humour et l'empathie, la campagne présente quatre portraits de clients dans des moments de vie clés, avec une nouvelle signature de marque: *« Vous connaissez quelqu'un qui s'y connaît »*.

Benjamin Levy Vice President et Managing Partner de WNP, explique : *« La plupart des gens achètent moins un véhicule que ce qu'ils vont pouvoir faire avec. C'est l'idée qui a sous-tendu toute notre démarche créative chez WNP. D'où l'initiative de mettre moins le focus sur les belles voitures disponibles sur La Centrale que sur des beaux moments vécus par ses clients. Il s'agissait de montrer que La Centrale est une marque proche de ses clients, qui les connaît et les comprend. »*

Note aux rédactions



Une UX/UI du site complètement repensée en adéquation avec les usages digitaux actuels pour épurer et fluidifier le parcours de l'utilisateur et répondre à la mission de de La Centrale : simplifier le projet d'achat-vente auto



Une campagne publicitaire sous forme de saga qui présente trois portraits et des moments de vie auxquels chacun peut s'identifier pour représenter différents besoins automobiles



Une nouvelle campagne multicanal axée sur l'affect et les moments de vie

A propos du Groupe La Centrale

A travers ses marques générant 35 millions de visites par mois, le Groupe La Centrale est le premier expert indépendant du digital automobile pour simplifier l'achat et la vente de véhicules d'occasion pour les professionnels et les particuliers. Le site est devenu également la référence de la cotation pour les particuliers avec 30 millions de cotes par an. Le Rachat *Express* permet l'estimation en temps réel et le rachat de véhicules en direct et sans délai pour les particuliers. Avec 4,3 millions de visiteurs uniques mensuels, Caradisiac est le premier site grand public d'information automobile. En 2024, La Centrale a lancé le premier assistant personnel de recherche automobile basé sur l'intelligence artificielle.