

PEUGEOT AVENUE BEIJING : Plongée dans l'univers PEUGEOT au cœur de la capitale chinoise

1650 m², 4 niveaux sur la plus importante artère piétonne pékinoise, à deux pas de la place Tiananmen: après Paris et les Champs Elysées, PEUGEOT inaugure à Pékin son deuxième PEUGEOT AVENUE. Bienvenue dans l'univers PEUGEOT au cœur du premier marché automobile mondial!

C'est le plus important axe piétonnier de Chine. Au cœur du quartier historique magnifiquement restauré de Pékin, s'ouvrant sur la place Tiananmen et conduisant vers le palais impérial – la Cité Interdite! L'avenue Qianmen est, depuis des temps immémoriaux, la première artère commerciale de la capitale chinoise. Regroupant enseignes traditionnelles chinoises et grandes marques internationales, elle est redevenue, depuis sa rénovation en profondeur en 2008, année olympique, un point de passage obligé des visiteurs dans la capitale chinoise. Avec 90 millions de visiteurs par an, l'avenue Qianmen est la plus fréquentée de Pékin. C'est le lieu qu'ont choisi PEUGEOT et DONGFENG PEUGEOT pour y installer leur nouvelle vitrine en Chine. Après Paris et les Champs Elysées, PEUGEOT AVENUE propose une plongée dans l'univers de la marque, sur 1650 m² et quatre niveaux, au cœur de l'avenue Qianmen à Pékin. Maxime Picat, directeur général de PEUGEOT a inauguré PEUGEOT AVENUE BEIJING le 25 mai 2016, en présence de Jean-Pierre Raffarin, ancien Premier Ministre français et d'Iris Mittenare, Miss France 2016.

Le visiteur sur Qianmen est instinctivement attiré par PEUGEOT AVENUE. La beauté du bâtiment qui sert d'écrin à PEUGEOT AVENUE tout d'abord: magnifique bâtisse de granit gris du XIXe siècle, surmontée d'une horloge, elle marie harmonieusement les influences chinoises et occidentales. Devant: une réplique en bronze de la PEUGEOT Bébé, clin d'œil au passé historique de la rue et à la longue histoire qui lie PEUGEOT et la Chine. Mais le regard est immédiatement happé par la présence, d'Onyx, concept-car futuriste et manifeste du style PEUGEOT mis en majesté derrière les immenses vitrines du lieu. L'invitation à entrer est irrésistible. Dans un environnement associant des matériaux nobles – cuivre, granit brut, black chrome – à côté du concept-car, le rez-de-chaussée accueille la boutique, des expositions temporaires et permet de découvrir les gammes de PEUGEOT et DONGFENG PEUGEOT commercialisées en Chine.

Un escalateur entraîne le visiteur à la découverte du patrimoine de la marque. Il est accueilli au niveau -1 par une collection de lions qui ornaient jadis les calandres des PEUGEOT. Véhicules anciens, outillage, moulins à café, à sel et à poivre, crinoline, jouets, anciennes affiches publicitaires,



objets réels prêtés par le musée de l'AVENTURE PEUGEOT à Sochaux, ou reproduits par projection holographique: le visiteur voyage dans le temps et prend conscience de l'extraordinaire richesse des plus de deux siècles d'histoire industrielle de PEUGEOT.

Marque de designer et marque d'ingénieur, PEUGEOT conçoit des véhicules endurants qui procurent des sensations de conduite valorisantes, stimulantes et qui font naître des sensations intenses. Le 1^{er} étage du PEUGEOT AVENUE BEIJING leur est consacré. Côté ingénieurs, «l'engines juke-box» permet de découvrir les performances et le plaisir de conduite procurés par la gamme de moteurs – 1.2 PureTech, 1.6 CVVT, 1.6 THP, 1.8THP – proposée aux clients chinois tandis qu'un simulateur de conduite permet de tester les nouvelles aides à la conduite. Côté design, les dernières créations du PEUGEOT DESIGN LAB illustrent la créativité des designers PEUGEOT, tandis que le client imagine sa future PEUGEOT via un configurateur immersif de dernière génération permettant de se découvrir au volant de sa prochaine voiture.

Espace privatif et VIP, le 2^e étage permettra à PEUGEOT et DONGFENG PEUGEOT de recevoir, au cœur de la capitale chinoise, dans un environnement élégant et raffiné, leurs invités de marque.

La visite s'accompagne d'une expérience digitale inédite. Situé dans le cœur historique de Pékin, PEUGEOT AVENUE est également présent au cœur du premier réseau social chinois WeChat. Dès son entrée à PEUGEOT AVENUE, le visiteur peut en effet se connecter à PEUGEOT via WeChat, le réseau social chinois aux plus de 500 millions de membres. Un guide de visite virtuel ainsi que des jeux et quizz pour les plus jeunes visiteurs sont proposés. Le visiteur peut ainsi également partager en temps réel son expérience à PEUGEOT AVENUE avec l'ensemble de ses contacts sur le réseau.

L'inauguration de PEUGEOT AVENUE BEIJING a lieu quelques semaines après la présentation du plan de développement stratégique à 5 ans en Chine de PEUGEOT et DONGFENG PEUGEOT : Blue Upper.

Blue Upper a une ambition claire: faire de DONGFENG PEUGEOT d'ici 5 ans la marque généraliste haut de gamme de référence en Chine et intégrer le Top 10 des marques les plus vendues sur le premier marché mondial.

Pour atteindre cet objectif, Blue Upper s'appuie sur trois piliers:

- Viser toujours plus haut en termes de **produits**. DONGFENG PEUGEOT lancera ainsi 18 nouveaux véhicules dans les 5 prochaines années. Cette offensive produits en Chine a déjà démarré avec la présentation par DONGFENG PEUGEOT en première mondiale de **deux nouveautés au salon de Pékin le 25 avril dernier**, les nouvelle 3008 et nouvelle 308 Sedan, deux parmi ses trois best-sellers en Chine!
- Viser toujours plus haut en termes de **technologies**: demain, de nouvelles aides à la conduite, de nouvelles motorisations et de nouvelles boîtes de vitesse permettront d'améliorer encore l'efficacité et le plaisir de conduite procurés par les véhicules PEUGEOT en Chine.



- Viser toujours plus haut en termes **d'expérience client**. Aujourd'hui, DONGFENG PEUGEOT est déjà sur le podium en termes de satisfaction de service clientèle en Chine selon l'étude de J.D. Power. En s'appuyant notamment sur le développement des usages numériques, DONGFENG PEUGEOT vise à renforcer sa relation avec chacun de ses clients en Chine et améliorer leur satisfaction.

Ouvert sur l'axe piétonnier le plus fréquenté de la capitale Chinoise, PEUGEOT AVENUE BEIJING, en offrant une expérience unique, valorisante et marquante à ses visiteurs, est un atout essentiel à la marque pour renforcer le lien émotionnel qui la relie à ses clients en Chine.

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 2015 de 4,6% à 1 710 000 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 de la victoire* de la 2008 DKR sur les pistes du Dakar.

* Sous réserve d'appel