

Volvo Car France harmonise son image premium sur l'ensemble de son réseau grâce à Cenareo

Le constructeur suédois s'appuie sur la technologie de Cenareo pour unifier la communication dans 125 concessions et renforcer la cohérence de sa marque sur tout le territoire.



Paris, octobre 2025 — Pour Volvo Car France, filiale du constructeur suédois, le défi est clair : offrir une expérience premium homogène à chaque visite, dans chacune des 125 concessions du réseau. Une ambition à la hauteur de l'image de la marque, que l'entreprise a choisi d'incarner à travers un dispositif d'affichage dynamique national déployé avec **Cenareo**, acteur français de référence dans la diffusion et la gestion de contenus sur écrans.

Une communication unifiée et agile, du siège aux concessions

Sous l'impulsion de **Victoria Aubry, Responsable Marketing et Communication de Volvo Car France**, la marque a repensé la cohérence de sa communication réseau autour d'un double objectif:

1. **Garantir une identité de marque forte et harmonisée**
2. **Préserver la capacité d'adaptation locale des concessions.**

Grâce à la **plateforme Cenareo**, les contenus diffusés sur écran, qu'il s'agisse de films de marque, d'offres commerciales ou d'initiatives locales sont synchronisés sur tout le territoire. Chaque point de

vente dispose ainsi d'une programmation actualisée, parfaitement alignée sur la charte premium de la marque, tout en conservant une marge d'expression locale.

Le système permet également d'**automatiser la gestion des campagnes événementielles** : à l'approche d'un lancement ou d'une offre clé, la fréquence de diffusion augmente sans action manuelle, garantissant une visibilité maximale au bon moment.

145 écrans, 125 concessions : une cohérence nationale en six semaines

Le projet, mené à un rythme soutenu, a permis d'**équiper l'ensemble du réseau en six semaines**. Les équipes locales ont bénéficié d'une formation et d'un accompagnement complet par Cenareo, incluant un dispositif de support et de maintenance proactive assurant continuité de service et qualité perçue.

Les écrans sont également utilisés au siège de Volvo Car France, où ils diffusent les mêmes contenus qu'en concession. Un moyen symbolique et concret de reconnecter le siège à la réalité terrain et à l'expérience client.

Depuis le déploiement, **le nombre de licences a augmenté de 20 %**, preuve de l'adhésion du réseau et de la valeur ajoutée du dispositif dans le quotidien des équipes marketing locales.

L'écran, nouveau média stratégique de l'expérience Volvo

Pour **Victoria Aubry**, cette transformation dépasse la seule question technique : *"On ne laisse rien au hasard quand on parle d'image premium. L'affichage dynamique nous permet d'aligner la marque sur l'ensemble du réseau, sans perdre la proximité locale. C'est un levier stratégique de cohérence, mais aussi d'émotion : chaque écran devient un espace d'expression de la marque Volvo."*

Une collaboration technologique et humaine

Au-delà de la technologie, **Cenareo** a joué un rôle clé d'accompagnement.

"Le succès de ce projet illustre la capacité de Cenareo à allier exigence technique, simplicité d'usage et accompagnement humain. Dans un univers retail où la cohérence et la réactivité sont devenues essentielles, Volvo Car France montre qu'un réseau peut se transformer en un média homogène et vivant, au service de la marque" souligne **David Keribin, CEO de Cenareo**.

L'efficacité du dispositif français suscite déjà l'intérêt du siège mondial, qui envisage un déploiement à plus grande échelle.

À propos de Volvo Car France

Volvo Car France est la filiale française de Volvo Cars, constructeur automobile suédois fondé en 1927, reconnu pour son engagement en matière de sécurité, de design scandinave et de transition énergétique. Présent en France depuis plus de 90 ans, Volvo Car France opère à partir de son siège situé à Nanterre (Immeuble Nielle) et dispose d'un réseau de 125 concessions à travers le pays. En 2024, la marque a enregistré 19 793 immatriculations en France, soit une croissance de 32,1 %.

À propos de Cenareo

Créée en 2012, Cenareo est la martech qui met son expertise de l'affichage dynamique, des smart videos content et la gestion de flotte d'écrans au service de campagnes percutantes. Cenareo accompagne les entreprises dans le déploiement de leur stratégie d'engagement clients- shoppers et/ou collaborateurs en leur permettant de devenir leurs propres médias. Grâce à sa solution de pilotage de parcs d'écran à grande échelle, Cenareo offre aux entreprises de maîtriser leurs contenus, en proposant une gestion des campagnes au niveau national avec la possibilité d'interventions et de personnalisations locales. En 2023, EasyMovie rejoint Cenareo et lui confère un positionnement unique en ajoutant à sa palette d'expertises la création de contenus vidéos.

Conçue pour répondre aux exigences des installations de grands réseaux retail ou de communication corporate, Cenareo propose une gestion des contenus en mode SaaS. La plateforme permet aux marques de piloter leurs campagnes au plus près de leurs audiences, avec des fonctionnalités à forte valeur ajoutée telles qu'actualités, flux dynamiques et RSS, réseaux sociaux, synchronisation des écrans, contextualisation, indicateurs de performance... Un système piloté en toute simplicité, surveillé, fonctionnant 24h/24, 7j/7 conçu pour maximiser l'engagement.

Cenareo en chiffres:

- . 70 experts répartis entre Toulouse, Paris, Tunis, New-York
- . 350 références clients (des pionniers du retail aux régies publicitaires, en passant par les services communication de grandes entreprises et les réseaux de DOOH) parmi lesquelles Volvo, St Gobain, Etam, Celio,, Fitness Park, Boulanger, Airbus, Dassault.
- . 25 000 écrans pilotés répartis dans 32 pays
- . 7 M€ de CA en 2024

www.cenareo.com