

# Peugeot Motorcycles Risveglia i tuoi sensi.



Reinventa il piacere a due ruote

## RS

bellezza da rubare

# 54





Reinventa il piacere a due ruote

## Storia e innovazione

### Brand Values

Il valore storico del marchio Peugeot poggia su alcuni elementi forti e distintivi quali: innovazione, dinamismo, estetica e valore sicuro. Grande importanza viene attribuita al valore del prodotto e del servizio acquistato. Peugeot è da sempre attenta a rispondere a tutte le esigenze dell'utente delle due ruote con veicoli sinonimo di tecnologia, estetica, sicurezza ma senza trascurare un aspetto fondamentale quale il rispetto dell'ambiente. Il brand e il logo col Leone, che sono uguali per tutti i prodotti Peugeot, veicolano l'univocità del messaggio di visibilità e riconoscibilità ovunque. Correlato al concetto di valore sicuro è la forza di un grande gruppo industriale, che opera nei vari settori della mobilità con lo stesso approccio tecnologico, grandi risorse e una filosofia di partnership.

### Soddisfare i bisogni di mobilità e di riconoscimento sociale

La mission di Peugeot è quella di soddisfare tutti i bisogni di mobilità a due ruote di un target trasversale, che va dal giovane all'adulto, dallo sportivo al classico, dal cliente esigente e attento ai dettagli a quello amante della semplicità ma non vuole rinunciare al piacere di un veicolo funzionale. Tre sono le linee di prodotto che soddisfano ogni bisogno: moto e scooter 50cc, scooter Gran Turismo e scooter "Ruota Alta". Nella categoria dei "cinquantini", gli scooter occupano la gran parte del mercato e Peugeot vanta l'offerta e la gamma più ampie con modelli che vanno dallo sportivo (es. Jet C-Tech) al minimalista (Ludix) passando per l'Urban chic New Vivacity ultimo nato della famiglia Peugeot. Nella categoria dei GT grande spazio a Satelis disponibile in diverse cilindrata: 125cc 4 valvole, 125cc Compressor, 250cc, 400cc, 500cc. Alcuni di questi veicoli montano motori di origine Piaggio e rafforzano una filosofia che accomuna tutte le aziende del gruppo Peugeot: scegliere le eccellenze tecnologiche di singoli comparti, stipulare partnership commerciali per offrire il miglior prodotto possibile. Nella categoria "Ruota Alta, il prodotto di riferimento è il Geopolis che da poco è stato arricchito con la

cilindrata regina 500 cc. che viene a completare una gamma già molto ampia e molto apprezzata anche dall'utenza femminile con cilindrata da 125, 250, 400 cc. Questo modello ha conseguito vari premi e riconoscimenti in Europa tra i quali nel 2005 il titolo di "Scooter più bello" da parte della Motorcycle Design Association, caratterizzato dal design ricercato ed elegante si identifica come lo scooter "felino" del mercato e si rivolge ad un target trasversale. Peugeot spinge il concetto ancora oltre proponendo una personalità inedita di Geopolis con la serie speciale RS dedicata agli amanti del look "aggressivo". Caratterizzata da una carrozzeria esclusiva che valorizza sottilmente parti nero perlato e nero opaco, la serie RS è dedicata ad un'utenza più sportiva che non rinuncia però ad essere chic.

### Nel nome dell'Innovazione

Il primo "bicicletto" Peugeot (prodotto da Les Filles de Peugeot Frères) arriva in Italia nel 1902. All'epoca Peugeot, già famosa grazie alla notorietà del marchio legato al mondo delle quattro ruote, dà prova di una notevole competitività, possibile grazie alla forza di una grande potenza industriale di oltre 2000 operai. Gli esordi ci rivelano che fin da subito fu un vero successo. Nel 1905 una moto Peugeot, la 7cv, partecipa alla prima Targa Florio: questa è la data che si fa coincidere con la nascita di Peugeot come costruttore di veicoli a due ruote. L'azienda vanta il merito storico di aver prodotto il suo primo scooter già nel 1953: realizza infatti il modello S54: uno scooter biposto con un motore a 125cc. Nel 1982 Peugeot Motorcycles immette nel mercato il primo scooter di nuova concezione - il modello SC Metropolis - realizzato con una carrozzeria in plastica e un motore moderno con variatore. Le altre innovazioni introdotte da Peugeot Motorcycles riguardano, nel 1996 Scoot'elec, il primo scooter elettrico ad emissione zero, nel 2002 l'introduzione nelle Due Ruote di media/piccola cilindrata del sistema ABS, nel 2005 il compressore volumetrico e nel 2007 il brevetto DSL

(fissaggio del motore) per i Satelis 400 e 500cc che elimina le vibrazioni pur consentendo grande precisione di guida.

### Innovazione: parola chiave anche nel Marketing

Al Centro delle Iniziative di Marketing di Peugeot Motorcycles ci sono sempre le persone. Sono loro che decidono e hanno quindi il diritto di essere coinvolte, provare, interagire e condividere le esperienze con il loro network. Per questo Peugeot Motorcycles cerca sempre strade nuove di comunicazione in cui il marchio e il prodotto siano "a disposizione" del consumatore. Attività di Guerrilla e Field Marketing sono state realizzate in diverse città in cui le persone potevano avere un'immediata "Product Experience" e testare "live" il veicolo. Ma l'integrazione di quanto accade sul field con il Web diventa il momento chiave in cui le persone condividono immagini, commenti ed esperienze di quanto accaduto off-line con i propri amici. Peugeot infatti crede molto nell'integrazione con il web parlando con il linguaggio e i "segnali" propri della generazione web 2.0. Peugeot Motorcycles ha saputo evolversi e crescere nel tempo adeguandosi ai bisogni ed al linguaggio degli utenti delle due ruote ottenendo così un grande riscontro da parte del pubblico, il suo costante impegno rimane legato ai valori storici ma con una grande propensione al futuro che è visto come un'avvincente sfida per ottenere sempre nuovi successi.

