

Date : 28/02/11

Citroën devient vendeur de services de mobilité

Le constructeur automobile lance un site Internet destiné à l'organisation de ses déplacements, et qui sera en même temps une agence de voyage en ligne

Citroën met en ligne mardi 1er mars un site Internet destiné à l'organisation de ses déplacements. Baptisé « Multicity »

ce site calcule le meilleur moyen de rejoindre un endroit depuis un autre. Les sites qui fournissent ainsi une feuille de route aux voyageurs sont déjà nombreux. C'est par exemple le cas du calculateur Mappy , qui délivre aux automobilistes une carte routière, des renseignements sur la circulation et même les stations-service où s'arrêter en cours de son trajet. Pour les Parisiens, la RATP propose aussi un site performant afin de se trouver le meilleur trajet en utilisant les transports publics (3).

Un agent de voyage en ligne

L'originalité de Multicity est d'intégrer sur un même site tous les modes de transport, et de les mettre en concurrence. L'utilisateur indique son adresse de départ, celle d'arrivée, et le site lui propose plusieurs solutions utilisant le métro, le train, le bateau, l'avion ou la voiture. Les résultats apparaissent classés en fonction du temps passé à voyager, du coût et de la consommation de CO2. De plus, l'utilisateur peut, sans sortir du site, acheter sa place d'avion, sa nuit d'hôtel et, bien sûr, y effectuer une location de voiture. Cela fait donc de ce site un agent de voyage en ligne susceptible de concurrencer, par exemple, celui créé par la SNCF , dont le succès a dépassé les attentes de la société de chemins de fer. Ce nouveau site a été conçu par **Citroën** . Mais pour offrir cette gamme de services, le constructeur s'est entouré de partenaires : sa filiale National/Citer pour la location de voitures ; Lastminute.com pour les réservations de billets et d'hôtel ; Go Voyages pour les séjours de vacances.

Le rapport à l'automobile est en train de changer. En lançant Multicity, **Citroën** s'aventure donc un peu plus sur le terrain de la vente de services de mobilité. Tous les constructeurs

Évaluation du site

Site du journal papier La Croix. Il dispense une actualité quotidienne et généraliste composée d'articles de la rédaction et de dépêches AFP.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 426
* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

s'intéressent actuellement au sujet. Renault a, par exemple, créé il y a quelques mois une direction des nouvelles mobilités. Tous ont en effet conscience que le rapport à l'automobile est en train de changer. Les jeunes utilisateurs urbains sont de plus en plus adeptes de l'autopartage ou de services de location de voiture. Peugeot a beaucoup investi sur ce créneau en proposant un service, baptisé « Mu », qui permet de changer de véhicule en fonction de ses besoins du moment.

« **Ce site doit devenir rentable d'ici à deux ans** »

Pour autant, Multicity n'est pas un pur investissement d'image, pour **Citroën**. « Nous estimons que ce site doit devenir rentable d'ici à deux ans », explique Xavier Duchemin, directeur du marketing et de la communication. Il se refuse à donner des chiffres sur le montant investi dans ce projet. Mais il précise qu'une vingtaine de collaborateurs du service marketing de **Citroën** travaillent aujourd'hui à concevoir et animer les différents sites de la marque. « Sur un an, nous avons 75 millions de visiteurs uniques qui passent sur le site Internet de **Citroën**. C'est plus que le nombre de personnes qui entrent dans nos points de vente. Nous voulons être en pointe en termes de services offerts sur le Web », explique-t-il. Le site est gratuit et permet à **Citroën** de s'adresser à tous, au-delà des seuls automobilistes ou adeptes de la marque aux chevrons.

Alain GUILLEMOLES