

OBJECT: NOUVEAU E.COM CITADIUM

CITADIUM a 20 ans cette année. Pour fêter cet anniversaire, l'enseigne fait peau neuve et par cette même occasion, elle lance son nouveau site internet.

Le seul "department store" du Monde dédié à la jeunesse se dévoile sous une nouvelle identité. Pour ce faire, il a fait appel au studio créatif Large, pour repenser le nouveau CITADIUM comme une enseigne à l'image hyper fun et de plus en plus pointue en matière de streetwear.

Le logo et la typographie sont les parfaits exemples de ce renouvellement. Le logo a été retravaillée sous l'angle du copyright et la nouvelle typographie a été repensée dans un esprit «double vibe ». Distribuée par la fonderie de caractères [Production Type], elle oscille entre capitales très sérieuses et strictes et références aux panneaux des autoroutes françaises.

Le nouveau site est quant à lui rempli d'animations amusantes appelées « visual candies ». Une main emmène directement un produit au panier, des petits coeurs surgissent quand on "like" quelque chose etc. Réalisés par Nicolas Pedde Lay, elles sont pour la plupart, des références à la culture Internet.

Les conditions générales de vente sont par exemple présentées sous le mode du générique de Star Wars, avec le texte qui défile avec l'espace en fond. La page "Magasins" est animée avec une planète interactive – la planète CITADIUM – un peu à la Google Earth, réalisé par Olivier Bémer et Julian Garnier et inspirée du film Powers of Ten [1968]. On peut y zoomer jusqu'à aller sur la laine d'un produit qui se trouve dans le magasin et même à l'intérieur de la matière, où l'on voit des "molécules citadium".

Autre nouveauté du site internet, la réalisation de campagnes dédiées dont l'objectif est de sortir des clichés de photos « street ». Les modèles souris, portent des looks plus inclusifs et plus en lien avec l'image de la clientèle. Leurs tenus sont disponible à l'achat immédiatement.

Le nouveau site est à découvrir [ICI](#)