



RENAULT
Passion for life

Concept Book

Mise en lumière des showrooms



Sommaire

1 L'éclairage des Renault Store

- 1.1 Les objectifs du document
- 1.2 Mettre en valeur par la lumière
- 1.3 Le concept de mise en lumière
- 1.4 La mise en lumière des pôles thématiques
- 1.5 Variante matérielle
- 1.6 Les acteurs du projet d'éclairage

2 Préconisations pour le concessionnaire

- 2.1 Conseils pour un éclairage réussi

3 Préconisations pour l'éclairagiste

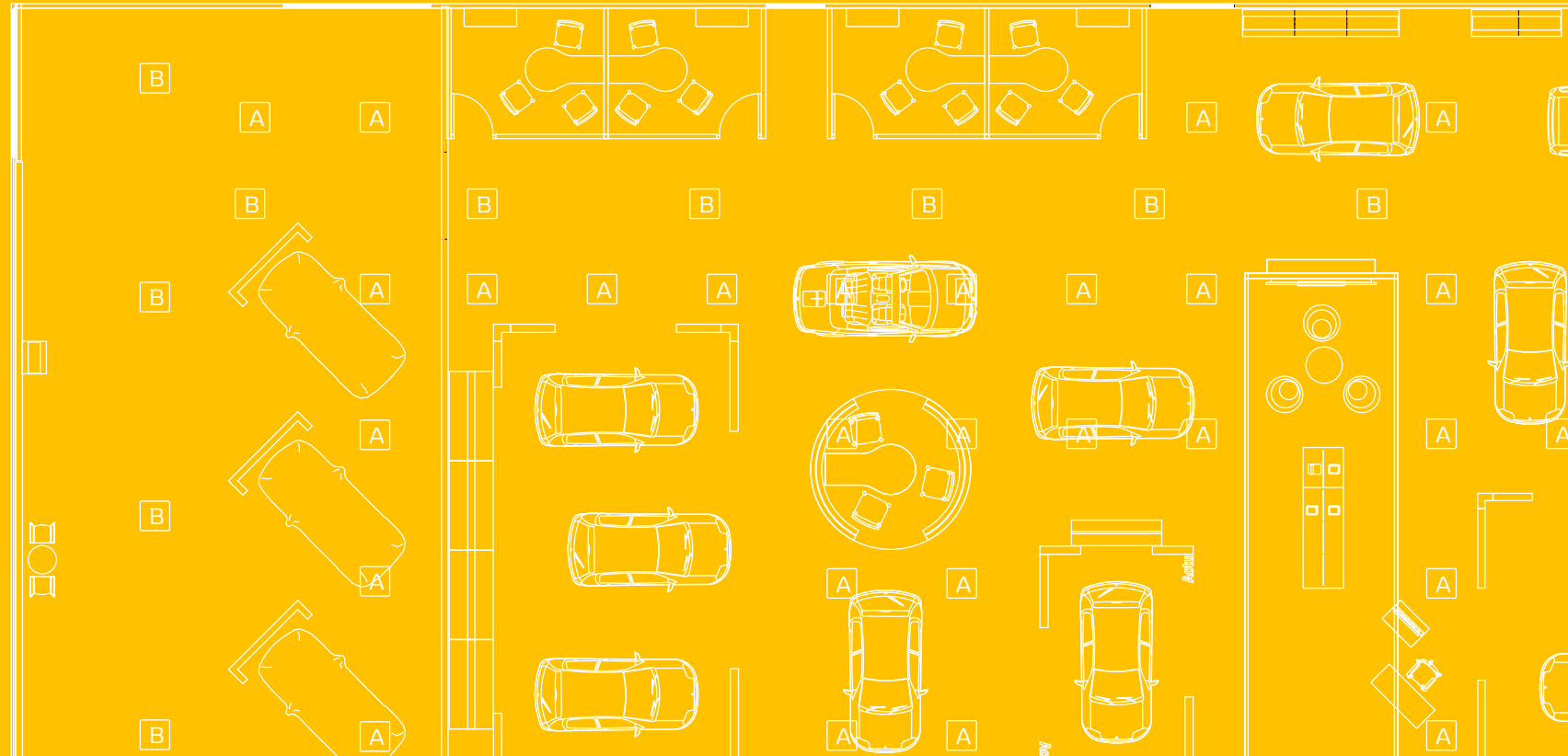
- 3.1 Principes et règles d'implantation
- 3.2 Exposition des véhicules
- 3.3 Les circulations
- 3.4 Zone Actu
- 3.5 Zone ZE
- 3.6 Pôle PRO +
- 3.7 Pôles thématiques
- 3.8 La Renault Road
- 3.9 Les bureaux vendeurs
- 3.10 La livraison des véhicules
- 3.11 L'accueil Service dans le showroom

4 Préconisations pour l'installateur

- 4.1 Les préalables de l'installation
- 4.2 Préparer l'installation
- 4.3 Le process général d'installation
- 4.4 Les grandes étapes de l'installation
- 4.5 Que faire après l'installation ?

1

L'éclairage du Renault Store



1.1 . Les objectifs du document

Depuis plusieurs années, les enseignes commerciales ont fait fortement évoluer le niveau de sophistication de leurs magasins, en cherchant à mieux valoriser leurs produits et à mieux affirmer leur image, à partir d'une véritable prise en compte du comportement d'achat des clients.

L'architecture des espaces de vente s'est ainsi métamorphosée, le concept d'agencement a été repensé et la lumière est devenue un élément déterminant : en fonction des choix d'éclairage, les messages sur l'identité et le positionnement des Marques sont transmis aux clients

Ces changements majeurs ont fait évoluer le client qui est devenu aujourd'hui plus mature et plus sensible aux environnements commerciaux, et donc plus exigeant.

En déployant ses standards Renault Store, Renault s'inscrit dans une démarche de transformation de ses showrooms en « magasins » avec un double objectif d'image et d'efficacité commerciale.

Mettre en valeur les produits, accessoires et services, donner à la Marque des supports d'expression tout en proposant au Client les attentions nécessaires à la qualité de son expérience avec la Marque, voilà les enjeux.

Mais la maîtrise de l'environnement commercial n'est possible que si l'éclairage est intégré en tant que composante du projet de rénovation d'un showroom, pris en compte dès le début du projet.

Ainsi, directeur d'établissement, bureau d'étude éclairage/fabricant, installateur, chacun à un rôle déterminant dans la réussite de la mise en lumière du showroom.

Ce document présente le parti-pris d'éclairage du Renault Store, en développe les principes zone par zone, définit les jalons clés et précise les rôles et les devoirs de chacun des acteurs du projet d'éclairage.

1.2. Mettre en valeur par la lumière

Un éclairage étudié et travaillé, doit mettre en valeur un produit :

- il donne son identité au produit : il n'y a que lui qui est comme cela.
- il l'isole : on le voit et on oublie le reste
- il le "met en scène" : ce que je regarde, c'est ce qui m'intéresse.

Faire un éclairage de qualité est nécessaire pour être attractif et concurrentiel : c'est renforcer son pouvoir de séduction et de vente.

Il n'y a pas de mise en valeur efficace d'un objet sans le travail spécifique de l'éclairage qui révèle cet objet au milieu de ce qui l'entoure.



1.3. Le concept de mise en lumière des showrooms Renault Store

Le concept de mise en lumière des showrooms Renault Store repose sur 3 idées directrices :

Une théâtralisation des véhicules au sein des pôles thématiques

Les carrosseries des véhicules sont soigneusement mises en valeur par un éclairage directionnel plus puissant que dans le reste du showroom. Les fresques éclairées en fond de pôles participent à la théâtralisation des véhicules.

Un jeu de contraste entre les zones d'exposition et les pôles thématiques

L'intensité lumineuse moins forte que celle utilisée dans les pôles thématiques vise à mettre en valeur tous les véhicules exposés (hors pôles thématiques) dans le showroom.

Le contraste ainsi obtenu ménage une respiration pour le client parcourant le showroom.

Un éclairage feutré dans les zones d'accueil des clients

L'éclairage doux - plus feutré et plus chaud - présent dans les zones d'accueil est propice au bien-être du client et vise à favoriser la relation commerciale.



1.4. La mise en lumière des pôles thématiques

Un jeu de contrastes

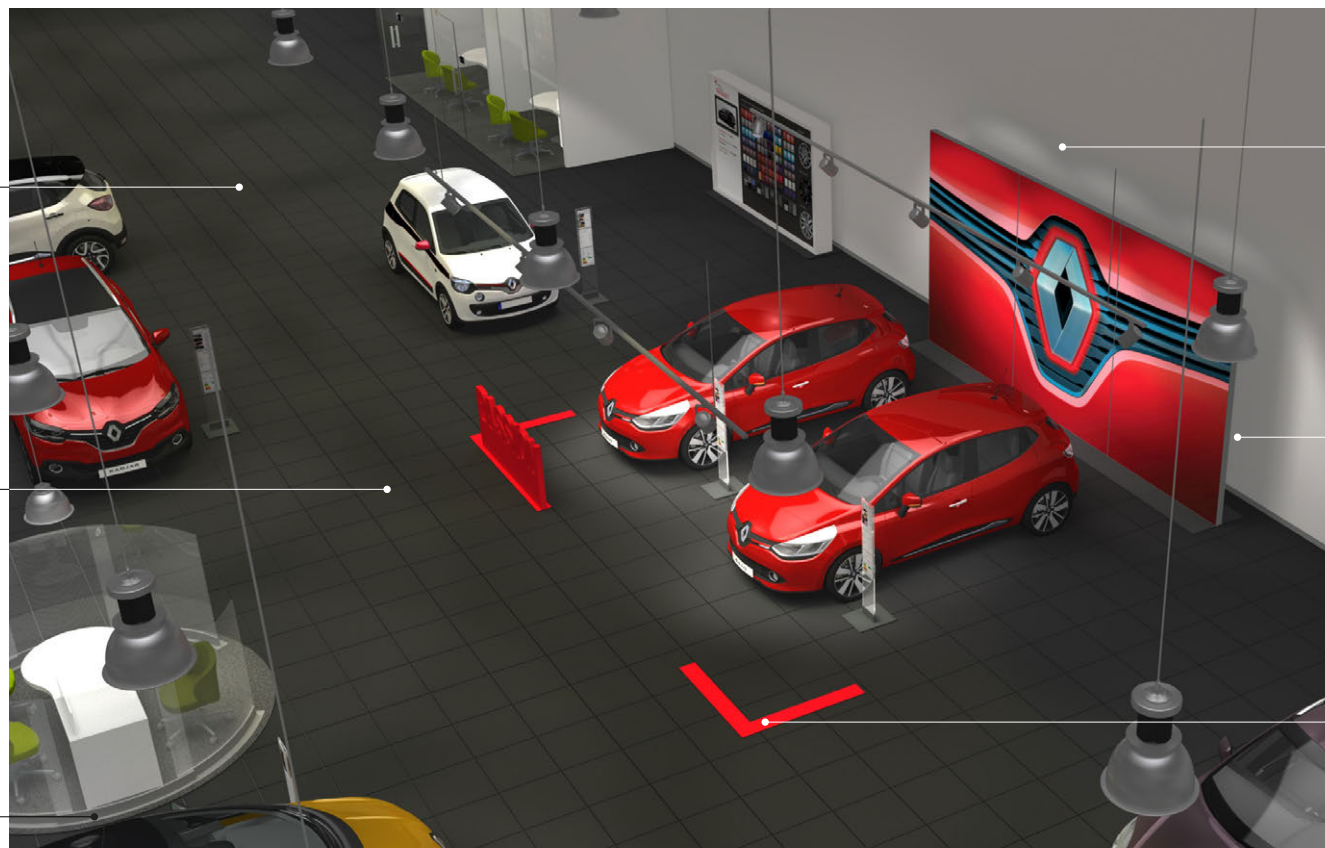
200 lux pour les circulations contrastent avec les 1200 lux pour la mise en scène des produits.

Sol foncé

Le sol foncé absorbe la lumière, accentuant la mise en lumière des carrosseries : les véhicules paraissent comme "lumineux" au sein des zones thématiques.

Zones d'échanges avec le client

Ces zones (bureaux vendeurs, accueil AV,...) sont mises en valeur par un éclairage plus chaud que le reste du showroom et une intensité contrôlée (700 lux).



Des pôles mis en exergue

L'éclairage est renforcé sur les pôles thématiques pour en appuyer l'attractivité et structurer l'espace.

La fresque attire le regard

L'accentuation de la fresque par la lumière crée un plan vertical lumineux attirant le regard du client.

Mise en scène

Le marquage au sol définit l'espace "où il se passe quelque chose". Symboliquement, le véhicule est sur une scène.

1.5. Variante matérielle

Sourcing

Différents fournisseurs sont susceptibles de proposer des matériels d'éclairage répondant aux caractéristiques décrites dans ce document parmi lesquels figurent, entre autres : Ansorg, Philips, Targetti,...

Illustrations du document

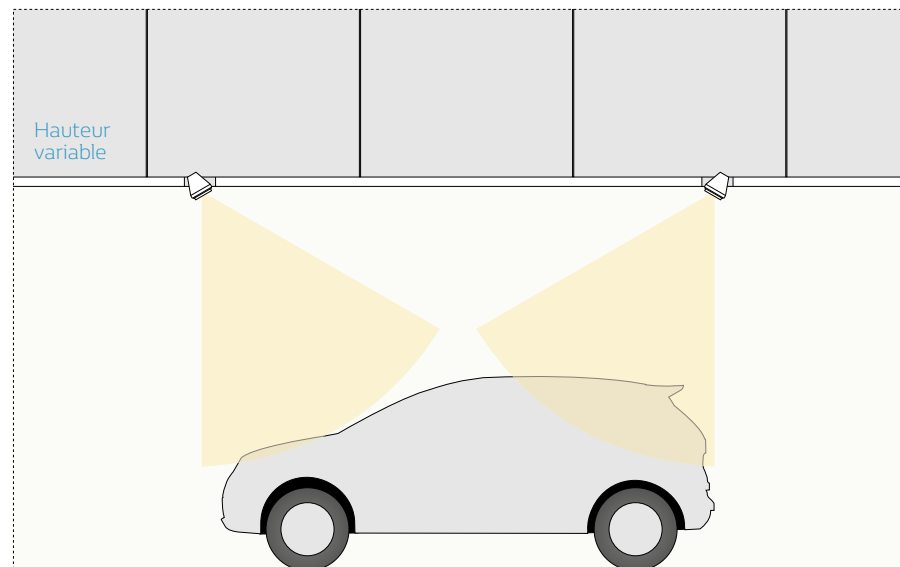
Les illustrations du document représentent des matériels fictifs n'appartenant à aucune des marques citées ci-dessus.

Avec ou sans faux-plafond

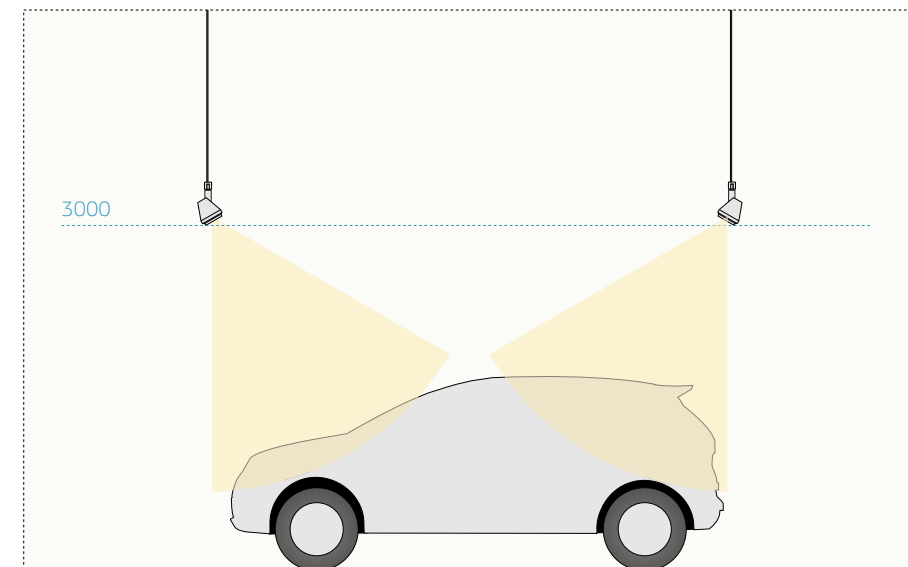
Le choix des matériels est conditionné par la présence ou non d'un faux-plafond.

- En présence d'un faux-plafond, les matériels y seront intégrés et seront de couleur blanc.
- En l'absence de faux-plafond, les projecteurs seront suspendus à des rails implantés à une hauteur normalisée à 3 m* du sol. L'ensemble des matériels sera en finition gris RAL 9006.

* Cette hauteur permet d'intervenir pour les réglages ou la maintenance dans de bonnes conditions de sécurité, sans mobilisation de matériel lourd et coûteux.



Projecteurs intégrés dans un faux-plafond



Projecteurs accrochés sous des rails

1.6. Les acteurs du projet d'éclairage

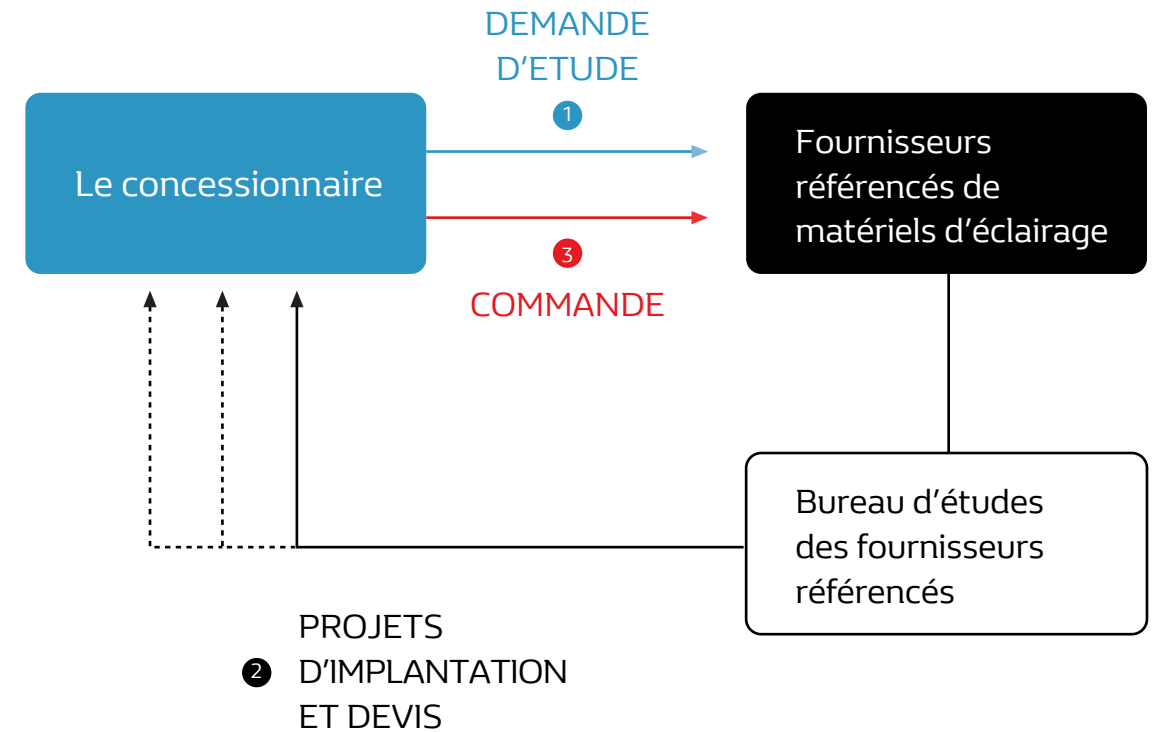
Le concessionnaire doit solliciter les services des **fournisseurs référencés de matériels d'éclairage**.

Les bureaux d'études de ces fournisseurs ont pour mission de réaliser un **projet d'implantation** comportant pour chacune des zones de la concession :

- la recommandation de matériel,
- le plan d'implantation,
- un devis,
- un planning prévisionnel.

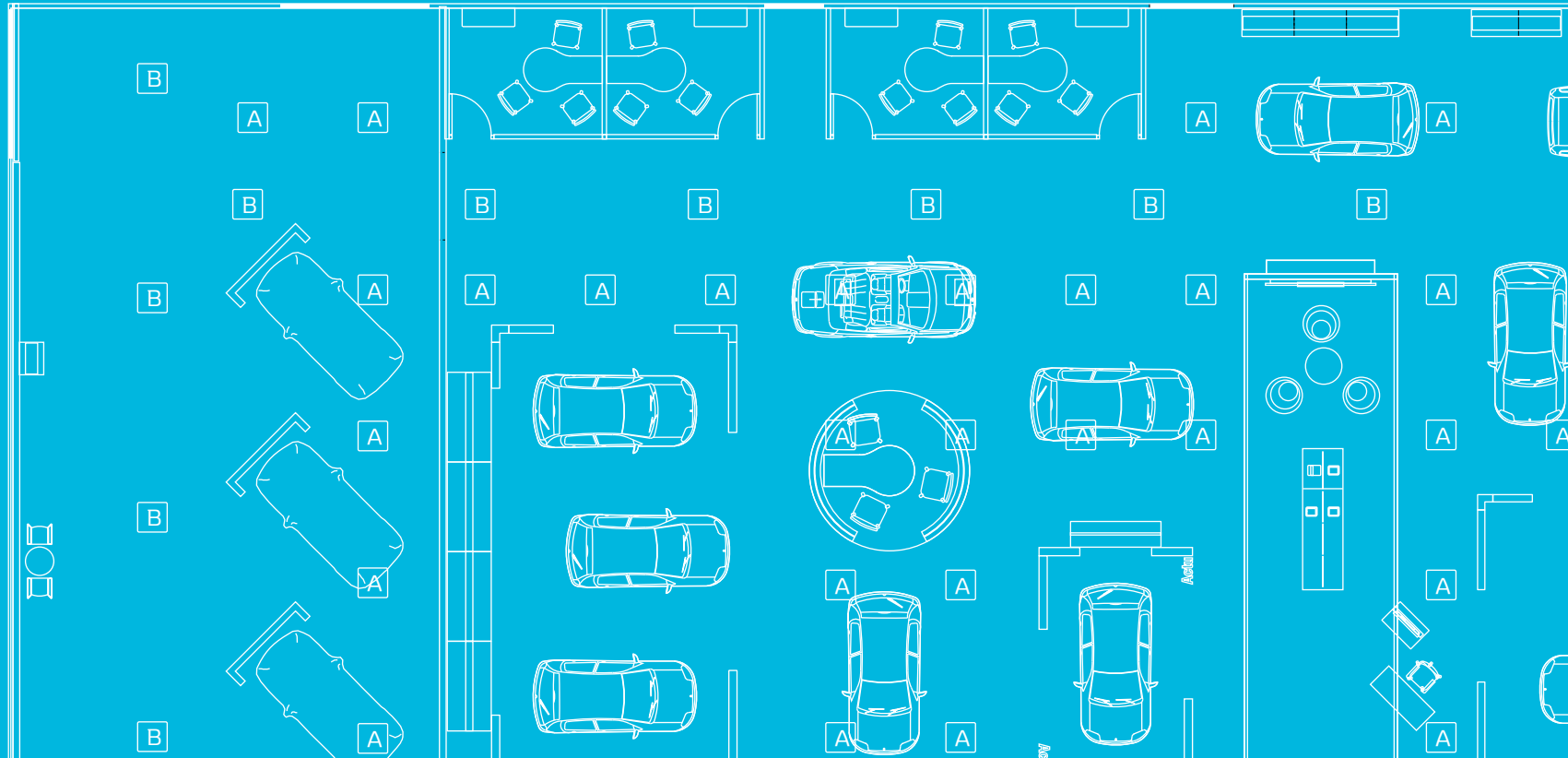
Le concessionnaire doit alors **passer commande auprès du fournisseur** qu'il choisira de retenir après validation du projet d'implantation.

Lorsque le concessionnaire **a recours à un installateur**, c'est à ce dernier de faire appel aux fournisseurs référencés.



2

Préconisations pour le concessionnaire



2.1. Conseils pour un éclairage réussi

LE RÔLE DU CONCESSIONNAIRE ET DE SON MAÎTRE D'ŒUVRE

Le concessionnaire a un rôle clé car c'est à lui de relayer et affirmer les attentes du constructeur en termes de valorisation de son showroom.

C'est aussi à lui d'exiger de ces partenaires (architecte, fabricant, installateur) le respect des principes d'éclairage du Renault Store.

C'est enfin à lui de provisionner le budget nécessaire.

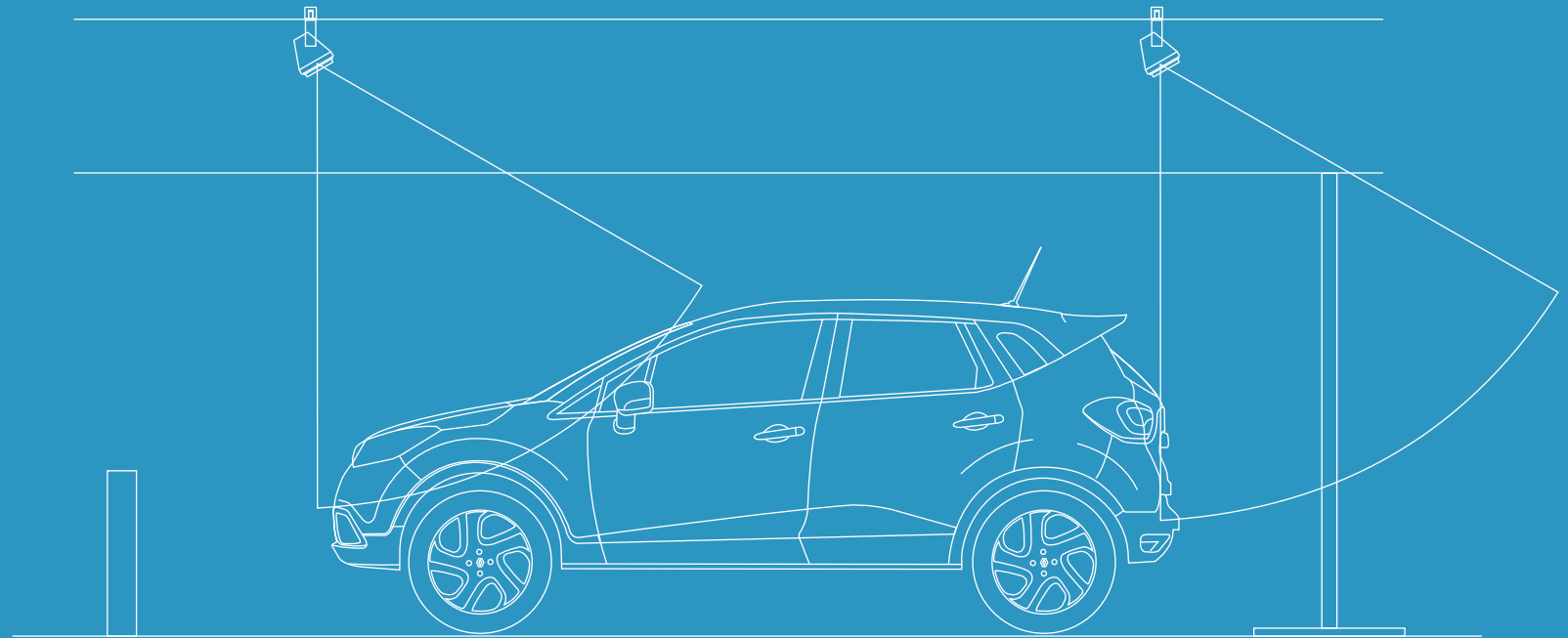
LES JALONS CLÉS

- Transmettre les plans définitifs d'implantation et informer le BET des modifications éventuelles.
- Contrôler la concordance des plans : s'assurer que le plan d'éclairage respecte bien le plan d'implantation au sol.
- Contrôler que la commande du matériel corresponde bien au plan validé.
- Contrôler l'installation et le réglage du matériel en vérifiant que les éclairages sont bien en place pour :
 - accentuer les véhicules positionnés dans les zones Actu / ZE et les zones thématiques.
 - éclairer uniformément les fresques des zones thématiques.
 - assurer un éclairage général correct.
 - éclairer les points de contact.
- Contrôler les niveaux d'éclairage à l'aide d'un luxmètre.



3

Préconisations pour l'éclairagiste



3.1.1 Principe général d'implantation

PRINCIPE GÉNÉRAL

L'ambiance lumineuse des showrooms est contrastée.

La distribution lumineuse est «contrôlée», avec une distinction prononcée entre les véhicules, les zones d'échanges, d'attente et d'accueil et les zones de cheminement.

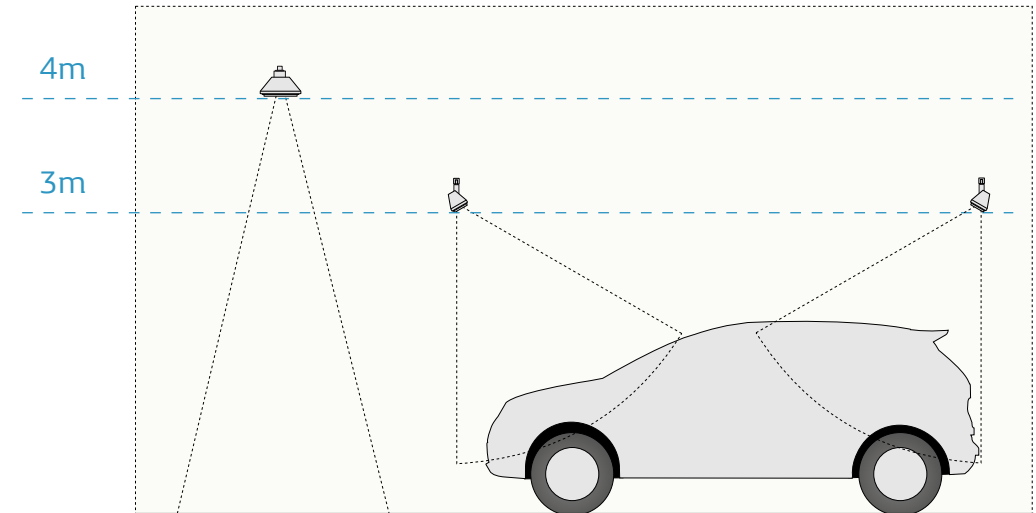
L'éclairage est rythmé : il structure l'espace.

RÉSULTAT

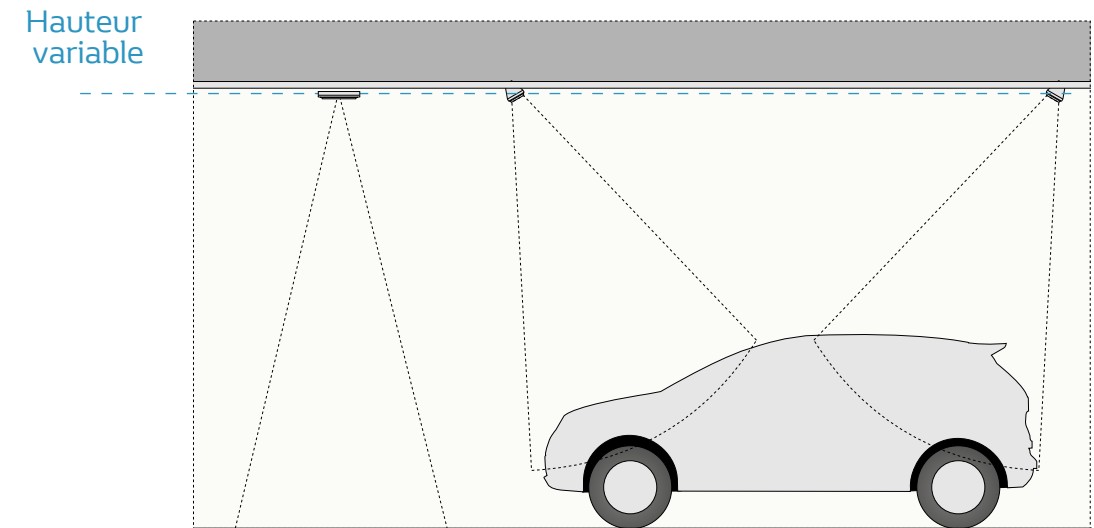
Le client a un repérage immédiat des différentes zones composant le showroom. Les véhicules deviennent naturellement le centre d'intérêt.

CARACTÉRISTIQUES

- Le concept Renault Store vise à structurer le showroom, grâce à la mise en place de différents pôles thématiques destinés à faciliter la «lecture» du client, en fonction de son parcours (achat, information, livraison ou après-vente).
- L'éclairage ne doit donc pas être général, mais adapté à chaque zone en fonction des objectifs définis.
- Pour chaque zone sont établis des principes d'éclairage : caractéristiques techniques (niveau d'éclairage, puissance, ...) et type de matériel à utiliser.
- La température d'éclairage préconisée (couleur) est de 4.000° K correspondant à une ambiance neutre pour les éclairages des véhicules et de 3.000° K (ambiance générale chaude) pour la mise en lumière des espaces d'accueil et des circulations.



Principe d'implantation sans faux plafond



Principe d'implantation avec faux plafond

3.1.2 Caractéristiques

Principe

Le contraste entre zones d'exposition (y compris pôles thématiques) et le reste du showroom est une des données importantes à prendre en compte.

Les niveaux moyens d'éclairage doivent être respectés afin de favoriser la mise en valeur des véhicules exposés et procurer une sensation de confort dans les zones d'échange (Renault Road, Accueil Service, Bureaux vendeurs).

Les performances attendues

① Circulations	200 lux	3000°K
② Accueil Service	400 lux	3000°K
③ Bureaux Vendeurs	400 lux	3000°K
④ Renault Road	350 lux	3000°K
⑤ Exposition véhicules	700 lux	4000°K
⑥ Pôles thématiques	1200 lux	4000°K
⑦ Livraison	1200 lux	4000°K



3.2.1 Exposition des véhicules - Préconisations

Objectif assigné

L'objectif est de créer une base d'éclairage suffisante permettant :

- de valoriser les véhicules exposés avec un niveau d'éclairage suffisant (700 lux moyens) mais toutefois inférieur à celui des pôles thématiques (1200 lux moyens), afin d'aider le client à percevoir les deux types d'exposition de véhicules.
- L'éclairage est «contrôlé» : efficace sur les véhicules, mais confortable pour le client (non éblouissant et chaleureux).

Données générales

- Niveau d'éclairement moyen : 700 lux
- Température de couleur : 4000 °K
- IRC : > 90



3.2.2 Exposition des véhicules - Implantation

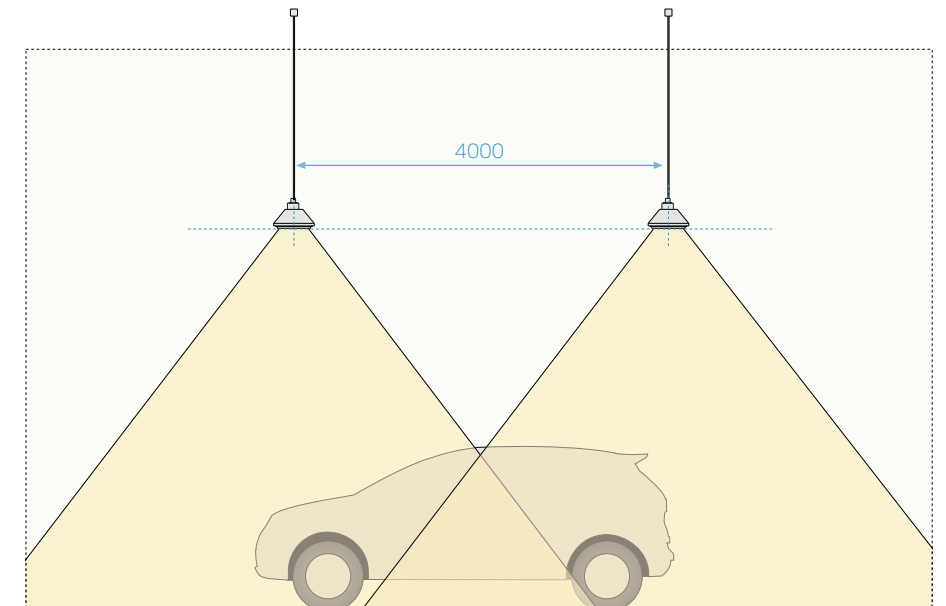
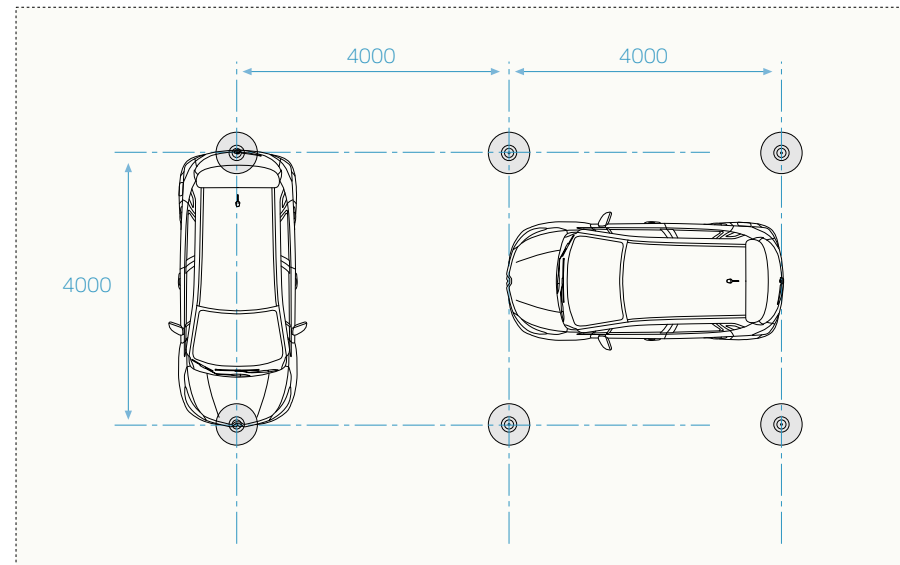
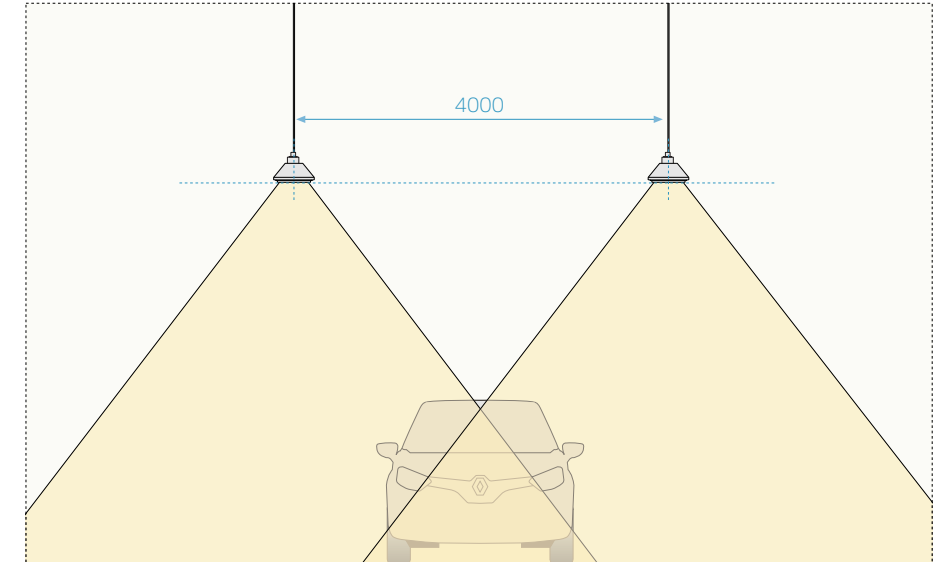
Principe

Les luminaires sont implantés au-dessus des zones d'exposition à une hauteur adaptée à chaque showroom, créant un quadrillage à l'exception des pôles thématiques et des circulations.

De fait, un contraste est créé permettant de renforcer l'attractivité des pôles thématiques.

Les performances attendues

- | | | |
|---|----------------------------------------|--------|
| ① | 700-800 lux
(zones d'exposition) | 4000°K |
| ② | 200-300 lux
(allées de circulation) | 3000°K |



3.3.1 Zones de circulation - Préconisations

Objectif assigné

L'éclairage des circulations doit aider le client à se diriger facilement vers les différentes zones du showroom.

L'utilisation d'un luminaire «visible» et d'une température de couleur différente permet de matérialiser ces zones (200 lux moyen).

Données générales

- Niveau d'éclairage moyen : 200 lux
- Température de couleur : 3000 °K
- IRC : > 90



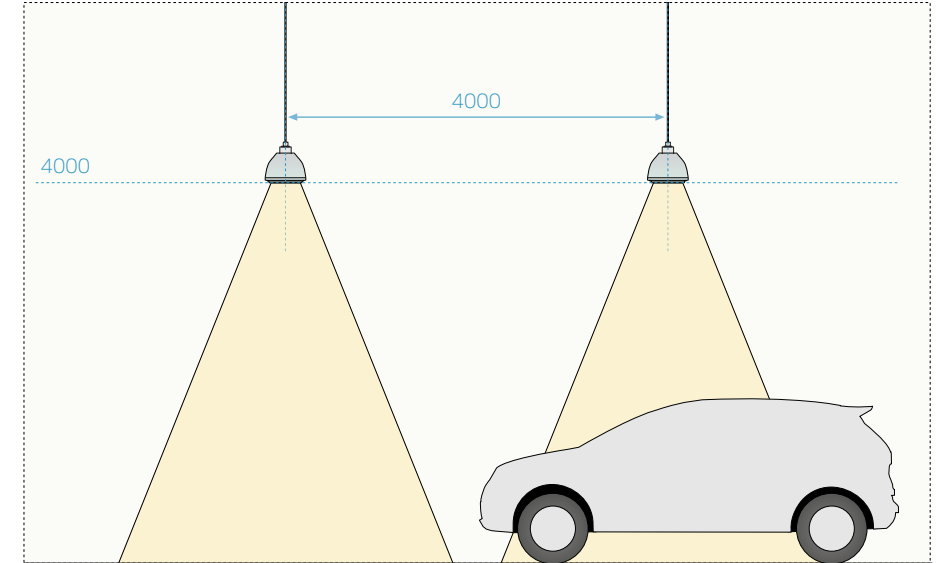
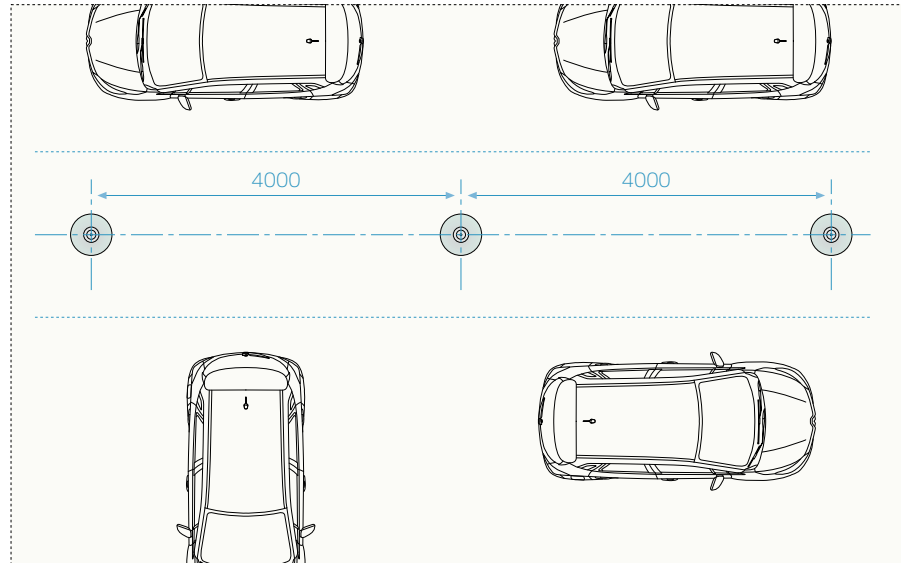
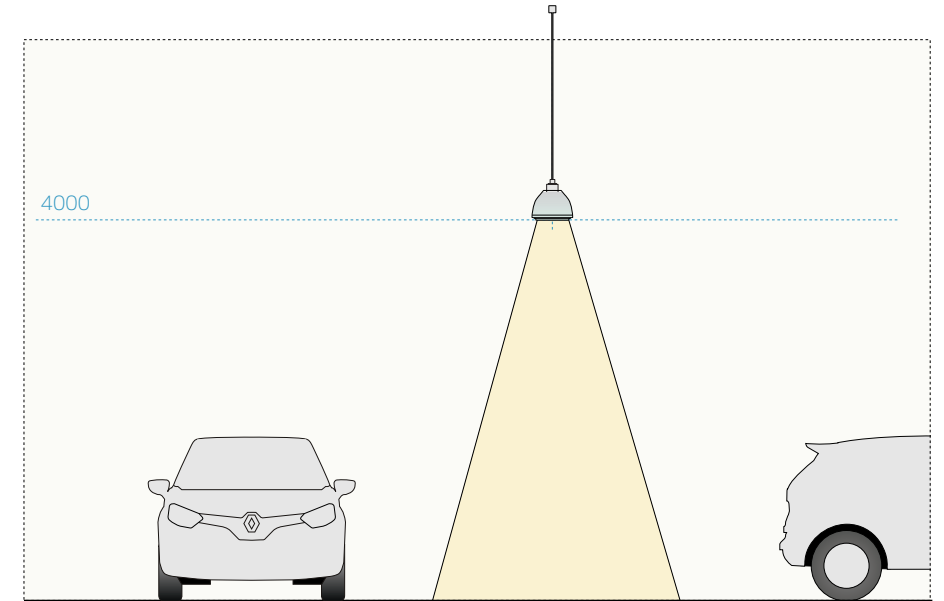
3.3.2 Zones de circulation - Implantation

Principe

Les luminaires sont implantés à l'axe des allées de circulation jouxtant les zones d'exposition.

Les performances attendues

① 200-300 lux 3000°K



3.4.1 Zone Actu - Préconisations

Objectif assigné

L'objectif est de mettre en évidence la nouveauté commerciale du moment, afin de capter le regard du client dès son entrée dans le showroom :

- Les projecteurs directionnels, sont pointés sur le véhicule et mettent en évidence son design, sa brillance, ses formes et orientent la vision du client.
- Dans le cas d'un site avec faux plafond, on utilise des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques

Données générales

- Niveau d'éclairage moyen : 1200 lux
- Température de couleur : 4000 °K
- IRC : > 90



3.4.2 Zone Acti - Implantation

Principe

Les luminaires sont implantés sur les rails aux 4 angles de la zone.

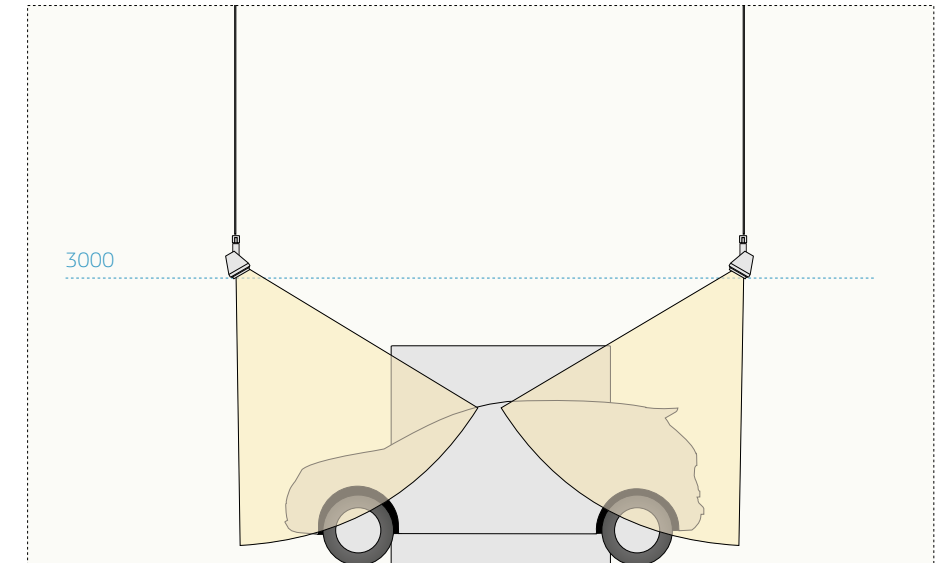
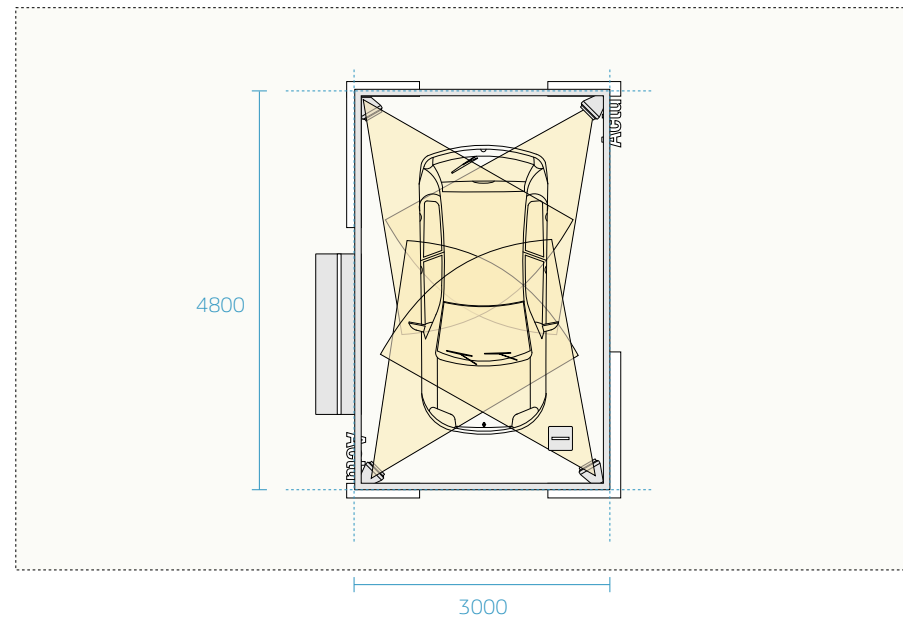
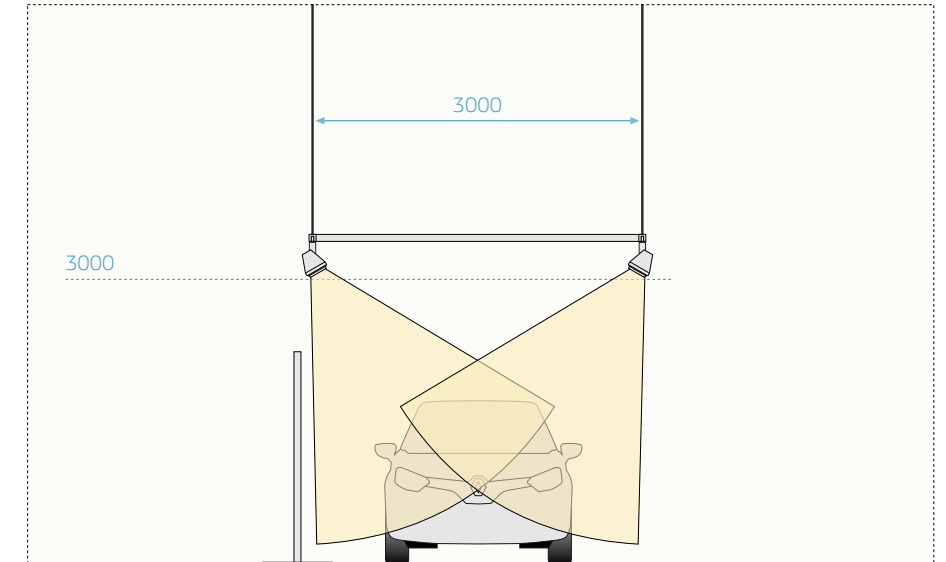
Les projecteurs sont orientés vers le véhicule exposé.

On observera 2 précautions lors de l'installation :

- En raison de la proximité de la Renault Road, on veillera à ce que les projecteurs n'éblouissent pas les clients à proximité du Bar de Marque ou du Lounge.
- Les projecteurs frontaux ne devront pas être trop orientés vers le parebrise afin de ne pas gêner les clients installés aux places avants du véhicule.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 400-600 lux
- ③ 700-800 lux
- ④ 1000-1200 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.5.1 Pôle ZE - Préconisations

Objectif assigné

L'objectif est de mettre en évidence les véhicules présents (1, 2 ou 3 selon le format de la zone) afin de capter le regard du client .

Renault veut affirmer son expertise dans les véhicules électriques :

- Les projecteurs directionnels, sont pointés sur le véhicule et mettent en évidence son design, sa brillance, ses formes et orientent la vision du client.
- Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



3.5.2 Pôle ZE - Implantation

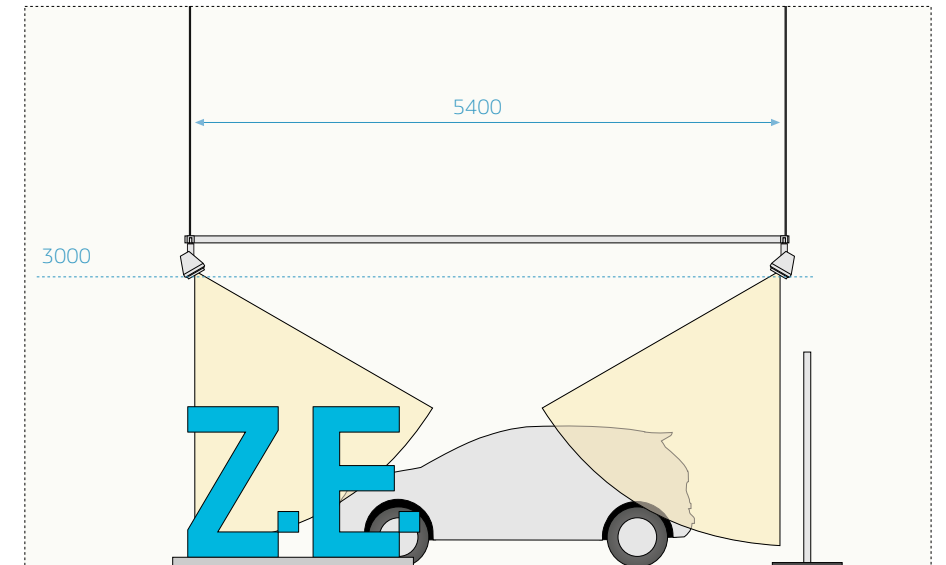
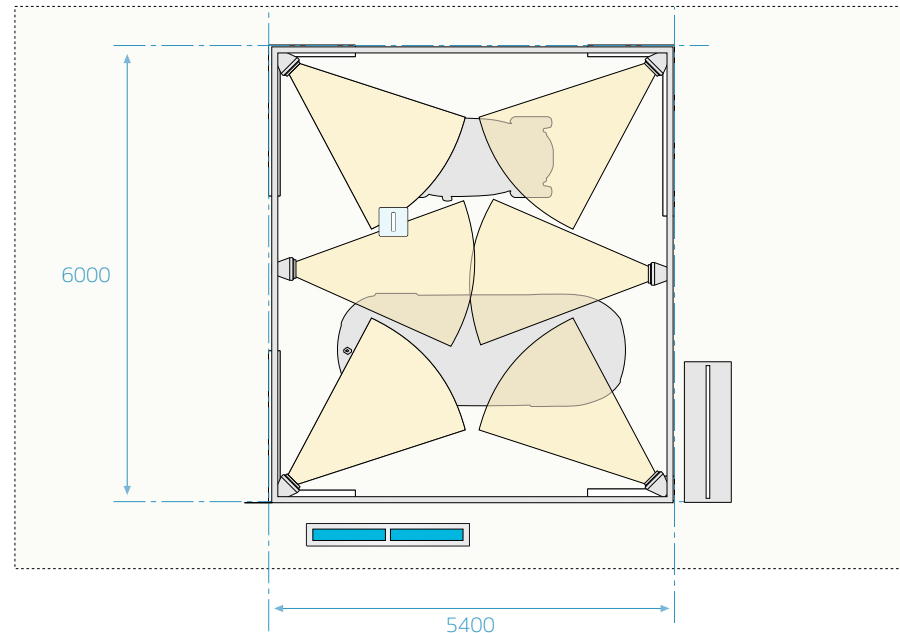
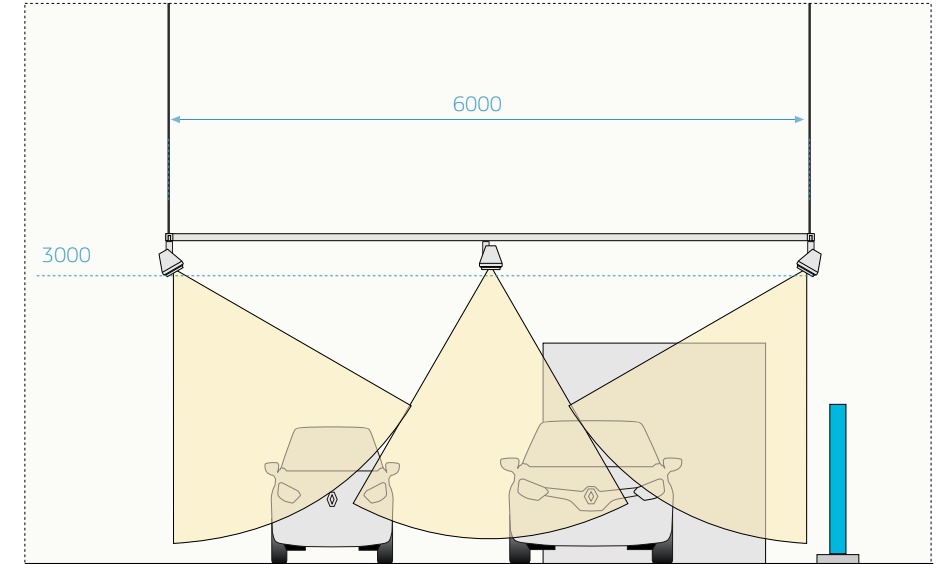
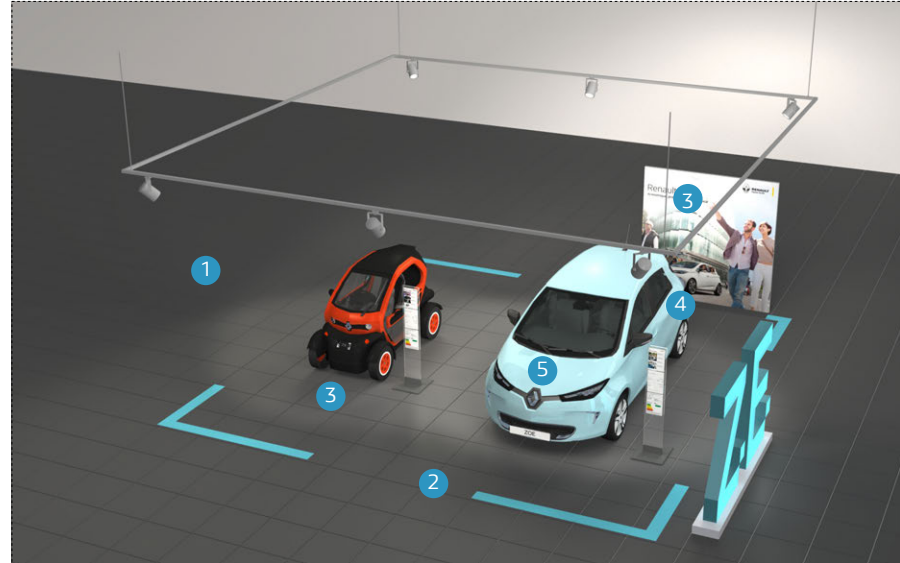
Principe

Les projecteurs peuvent être installés sur un cadre composé de 4 rails raccordés en angle :

- dans chacun des angles, un projecteur est dirigé vers l'avant ou l'arrière des voitures.
- au centre, sur le rail avant et arrière, figure un projecteur éclairant le côté des voitures.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 400-600 lux
- ③ 700-800 lux
- ④ 1000-1200 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.6.1 Pôle Pro+ - Préconisations

Objectif assigné

L'objectif est de mettre en évidence le véhicule présent afin de diriger le regard du client professionnels vers le pôle Pro+.

Avec le pôle Pro+, Renault entend valoriser les Véhicules Utilitaires :

- Les projecteurs directionnels sont pointés sur le véhicule mettant en exergue ses formes et la brillance de la carrosserie.
- Un projecteur accentue la visibilité de la PLV 2x2 implantée derrière le véhicule exposé.
- Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



3.6.2 Pôle Pro+ - Implantation

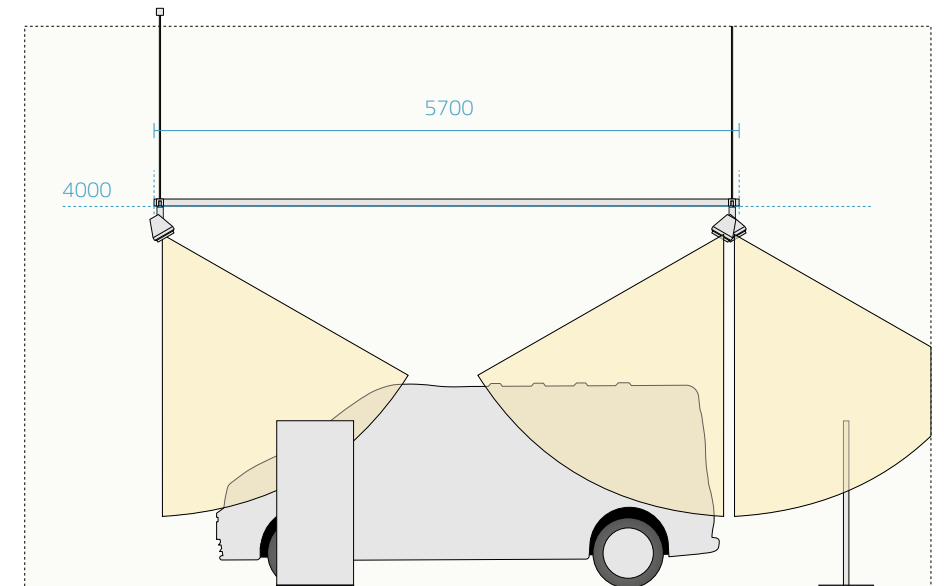
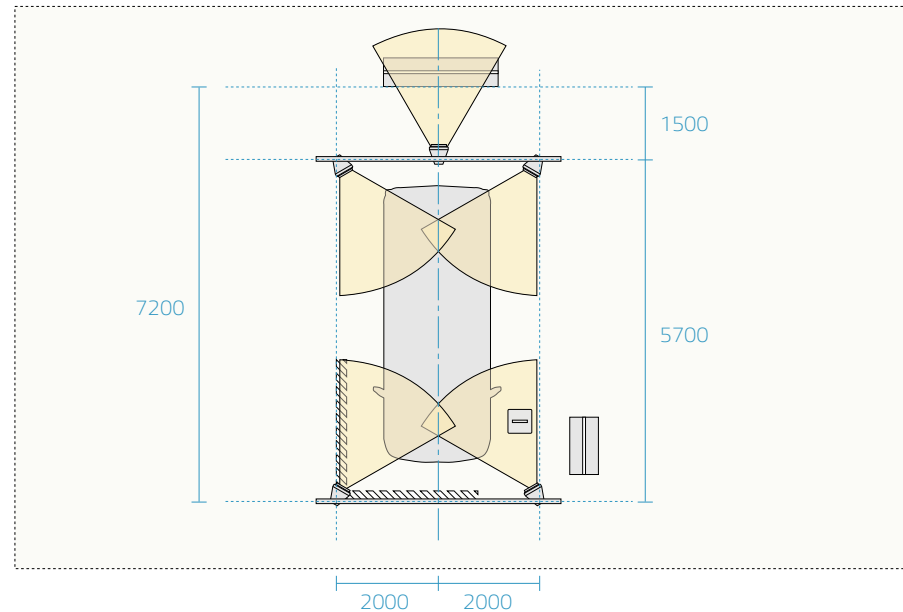
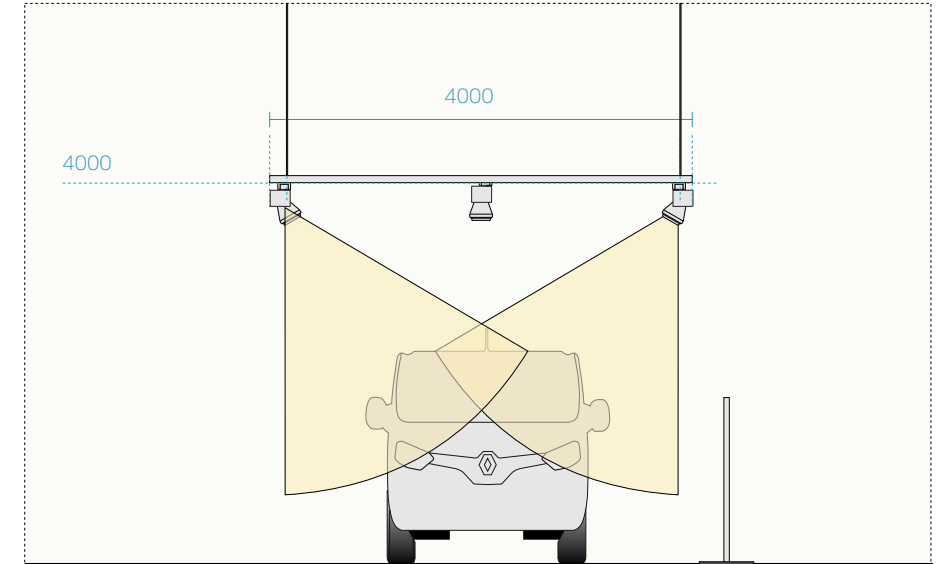
Principe

Les projecteurs sont installés sur 2 rails :

- les projecteurs situés aux extrémités des rails, sont dirigés vers l'un des angles du véhicule exposé.
- sur le rail arrière, un spot implanté à l'axe du véhicule, est dirigé vers la fresque.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 400-600 lux
- ③ 700-800 lux
- ④ 1000-1200 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.7.1 Pôle thématique 1 véhicule - Préconisations

Eclairage du véhicule

L'éclairage est étudié pour mettre en valeur le véhicule :

- Les projecteurs directionnels pointés sur le véhicule assurent sa brillance et mettent en évidence des formes par le jeu des contrastes.

Eclairage de la fresque

La fresque est intensément éclairée de manière uniforme : elle crée un appel visuel pour le client dès qu'il entre dans le showroom.

- Son éclairage contribue à structurer l'espace.
- Elle doit être éclairée en recto/verso (sauf si elle est positionnée contre un mur).
- La distance entre les luminaires, les véhicules et la fresque a été minimisée, assurant ainsi performance et confort pour le client, sans l'éblouir, et intensité lumineuse contrôlée.

Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



3.7.2 Pôle thématique 1 véhicule - Implantation

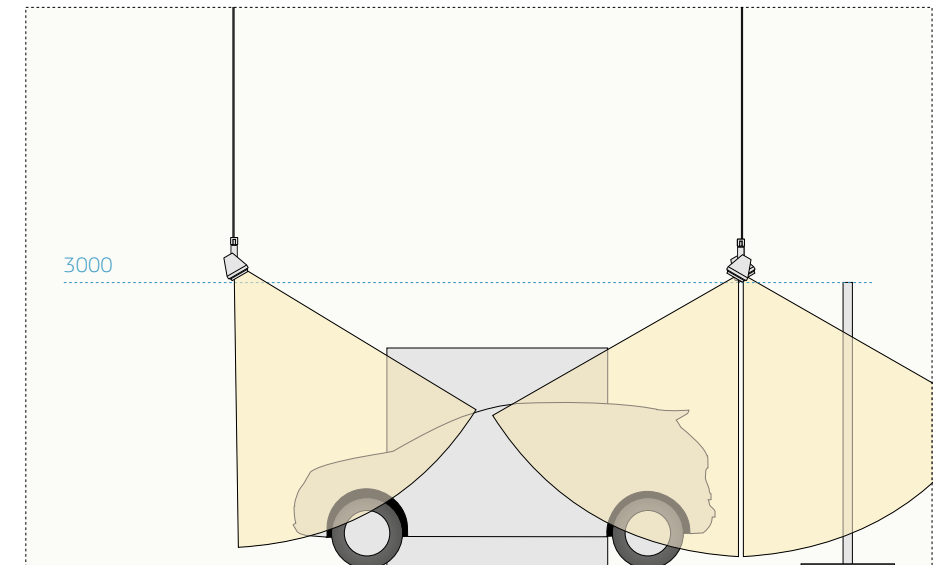
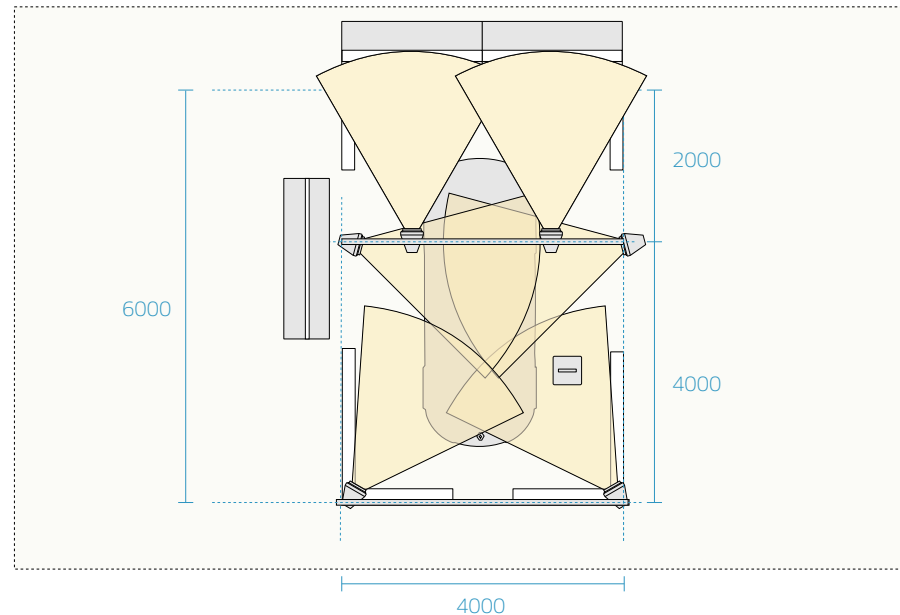
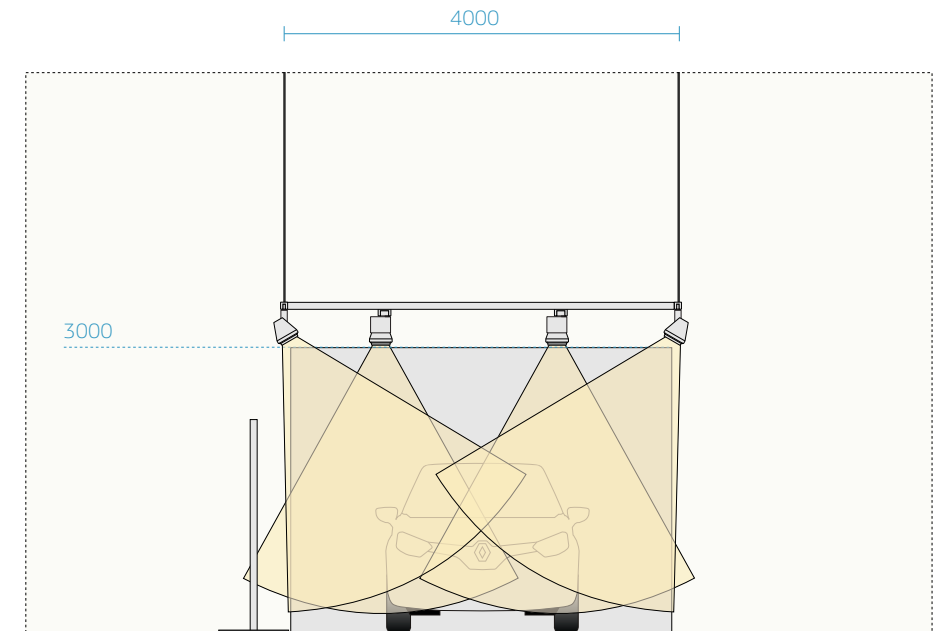
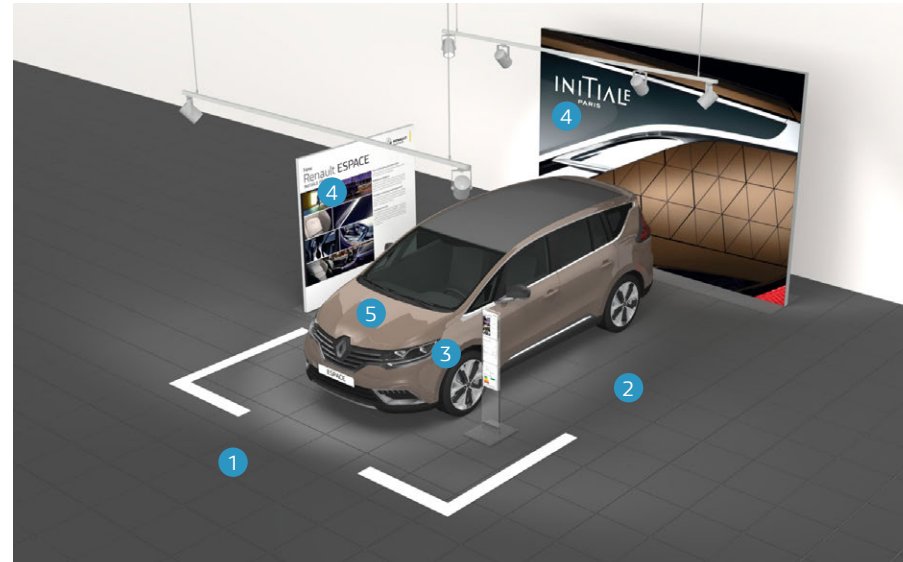
Principe

Les projecteurs sont installés sur 2 rails :

- sur le rail arrière, 2 spots sont dirigés vers la fresque tandis que les 2 spots d'extrémité sont pointés vers le côté de la voiture.
- sur le rail avant, les projecteurs sont pointés vers l'avant de la voiture.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 200-300 lux
- ③ 400-600 lux
- ④ 700-800 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.7.3 Pôle thématique 2 véhicules - Préconisations

Eclairage des véhicules

L'éclairage est étudié pour mettre en valeur les 2 véhicules :

- Les projecteurs directionnels pointés sur les véhicules assurent leur brillance et mettent en évidence les formes par le jeu des contrastes.

Eclairage de la fresque

La fresque est intensément éclairée de manière uniforme : elle crée un appel visuel pour le client dès qu'il entre dans le showroom.

- Son éclairage contribue à structurer l'espace.
- Elle doit être éclairée en recto/verso (sauf si elle est positionnée contre un mur).
- La distance entre les luminaires, les véhicules et la fresque a été minimisée, assurant ainsi performance et confort pour le client, sans l'éblouir, et intensité lumineuse contrôlée.

Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



3.7.4 Pôle thématique 2 véhicules - Implantation

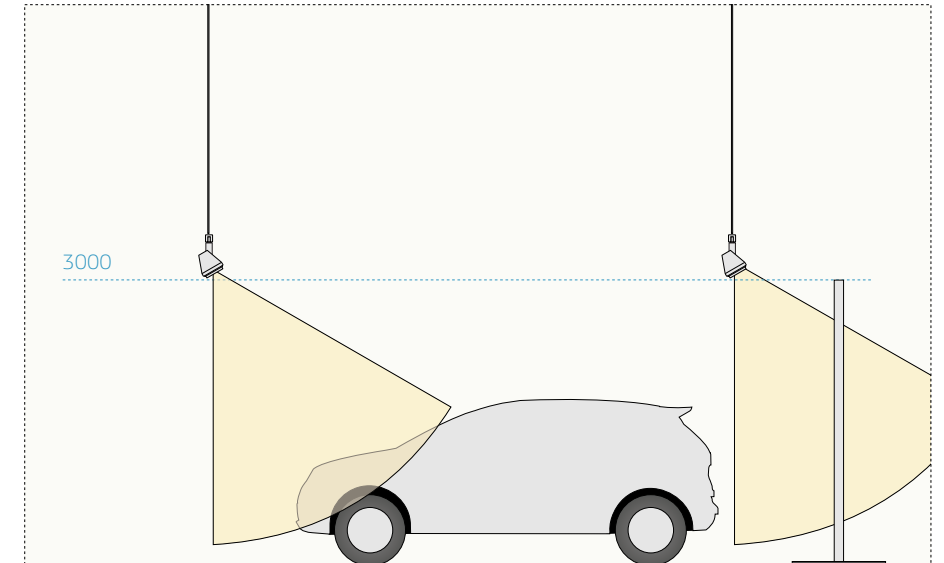
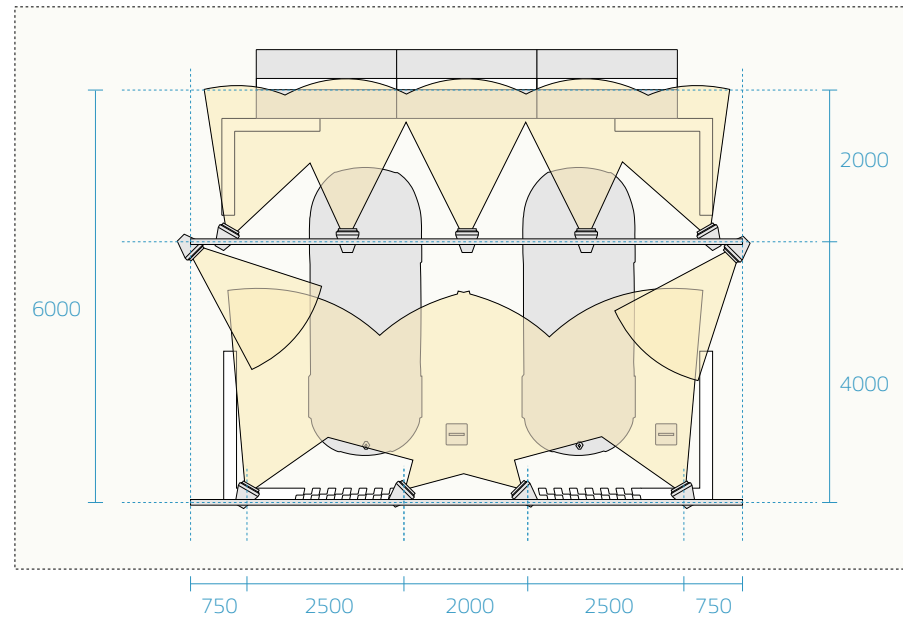
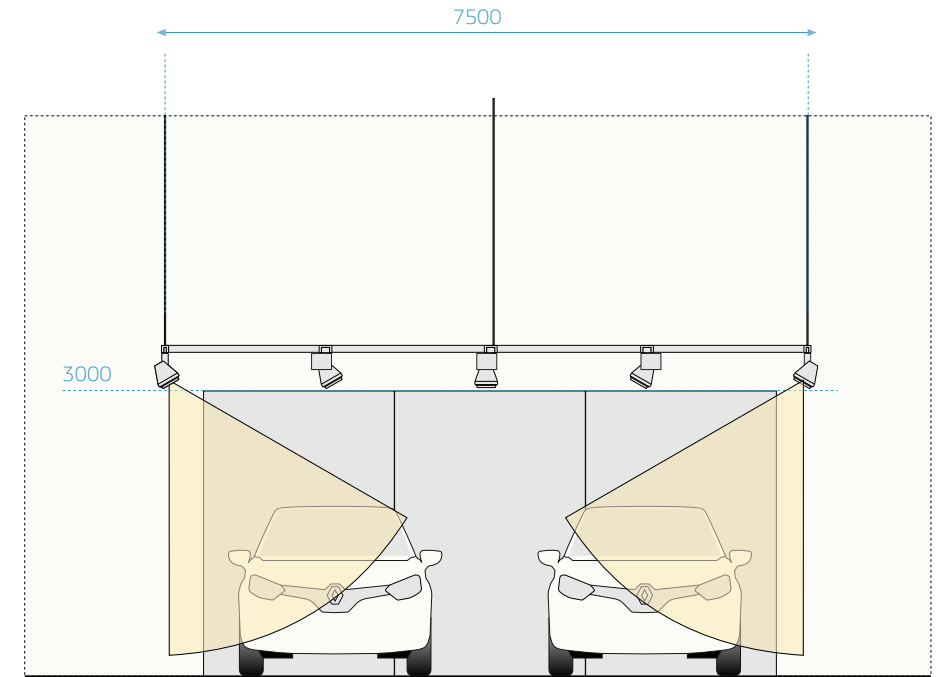
Principe

Les projecteurs sont installés sur 2 rails :

- sur le rail arrière, les spots sont dirigés vers la fresque à l'exception des 2 spots d'extrémité, pointés vers le côté des voitures.
- sur le rail avant, les projecteurs d'extrémité sont pointés vers l'avant des voitures tandis que les spots du milieu croisent leurs faisceaux pour mettre en valeur le côté des véhicules grâce à un recul plus important.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 200-300 lux
- ③ 400-600 lux
- ④ 700-800 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.7.5 Pôle thématique 3 véhicules - Préconisations

Eclairage des véhicules

L'éclairage est étudié pour mettre en valeur les 3 véhicules :

- Les projecteurs directionnels pointés sur les véhicules assurent leur brillance et mettent en évidence les formes par le jeu des contrastes.

Eclairage de la fresque

La fresque est intensément éclairée de manière uniforme : elle crée un appel visuel pour le client dès qu'il entre dans le showroom.

- Son éclairage contribue à structurer l'espace.
- Elle doit être éclairée en recto/verso (sauf si elle est positionnée contre un mur).
- La distance entre les luminaires, les véhicules et la fresque a été minimisée, assurant ainsi performance et confort pour le client, sans l'éblouir, et intensité lumineuse contrôlée.

Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



3.7.6 Pôle thématique 3 véhicules - Implantation

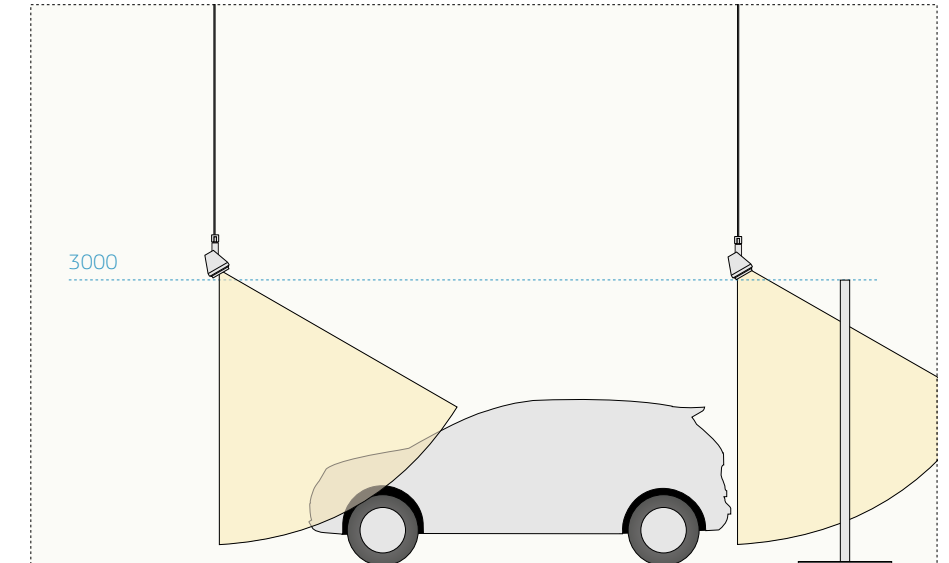
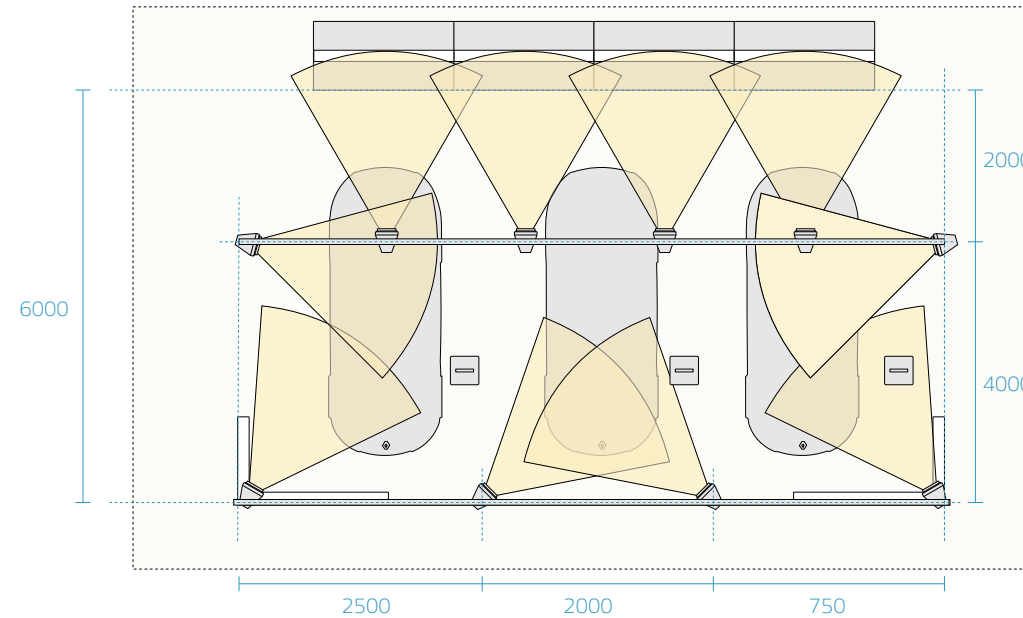
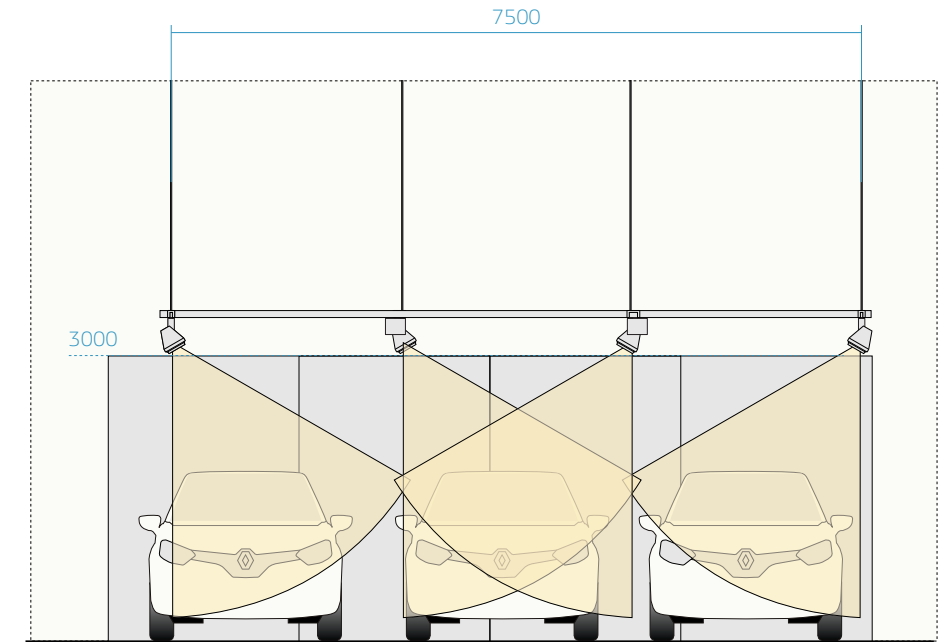
Principe

Les projecteurs sont installés sur 2 rails :

- sur le rail arrière, les spots sont dirigés vers la fresque à l'exception des 2 spots d'extrémité, pointés vers le côté des voitures.
- sur le rail avant, les projecteurs d'extrémité sont pointés vers l'avant des voitures tandis que les spots du milieu croisent leurs faisceaux pour mettre en valeur le côté des véhicules grâce à un recul plus important.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 200-300 lux
- ③ 400-600 lux
- ④ 700-800 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.8.1 La Renault Road avec canopée - Préconisations

Cette zone est essentielle car elle représente le premier message perçu par le client, lorsqu'il arrive dans le showroom : celui-ci doit être incité à se diriger naturellement vers le bar de marque et le mur de marque.

L'éclairage a une fonction fondamentale, celle d'accompagner le client.

Il doit être :

- Localisé : il délimite précisément le périmètre de la Renault Road,
- Modéré : il diffuse une lumière douce, agréable et conviviale (rythmée et non éblouissante).

Cet éclairage est intégré et fourni avec la canopée sous la forme de mini-encastrés LED.



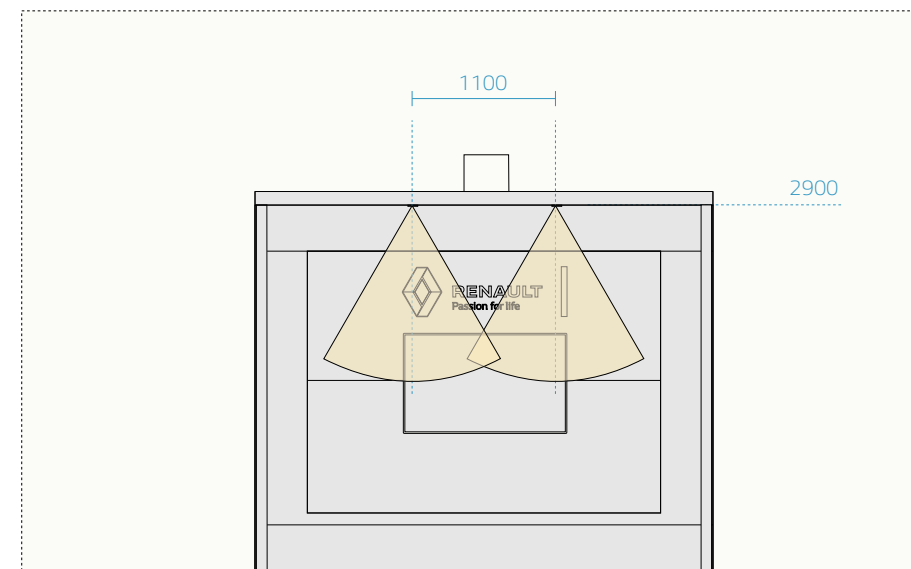
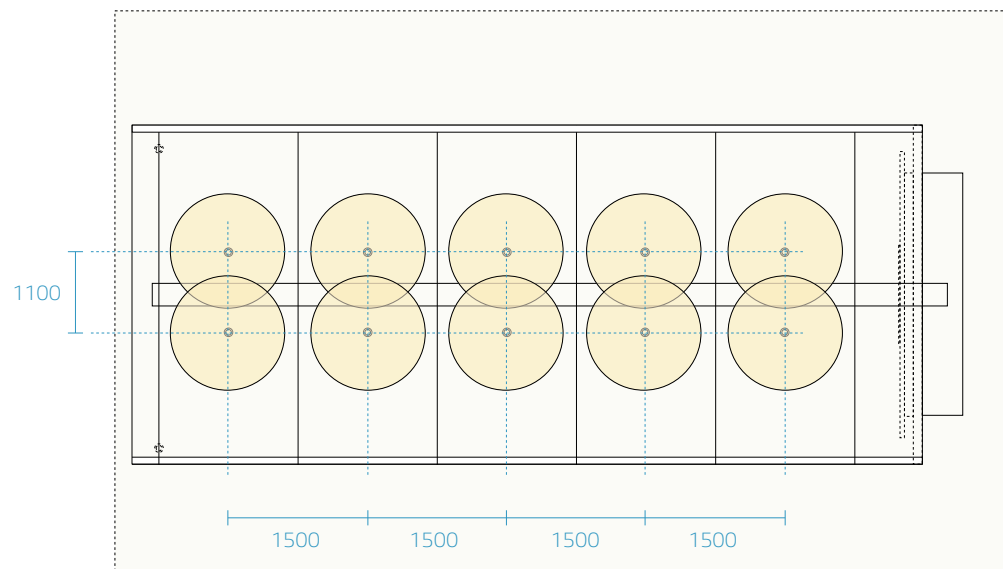
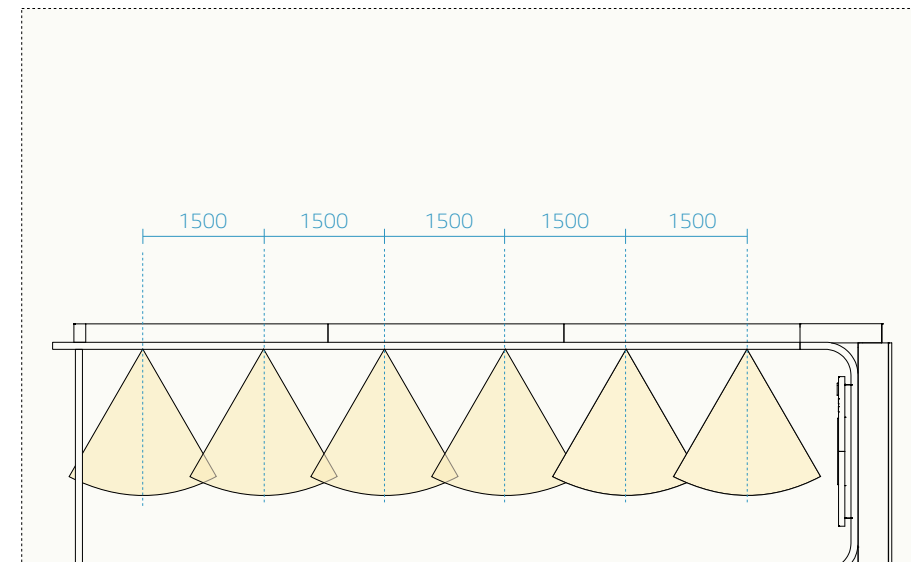
3.8.2 La Renault Road avec canopée - Implantation

Principe

L'usage des LED à faisceaux directionnels permet d'obtenir une ambiance propice à l'usage des tablettes et éléments de communication lorsque le client est assis au bar de marque.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 300-400 lux



3.8.3 La Renault Road sans canopée - Préconisations

Cette zone est essentielle car elle représente le premier message perçu par le client, lorsqu'il arrive dans le showroom : celui-ci doit être incité à se diriger naturellement vers le mur de marque.

L'éclairage a une fonction fondamentale, celle d'accompagner le client.

Il doit être :

- Localisé : il délimite précisément le périmètre de la Renault Road,
- Modéré : il diffuse une lumière douce, agréable et conviviale (rythmée et non éblouissante).



3.8.4 La Renault Road sans canopée - Implantation

Principe

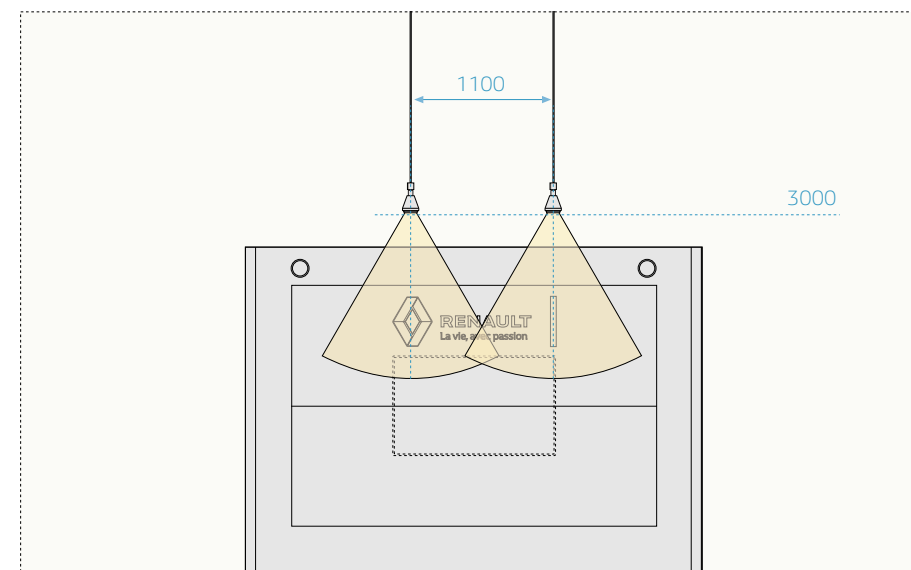
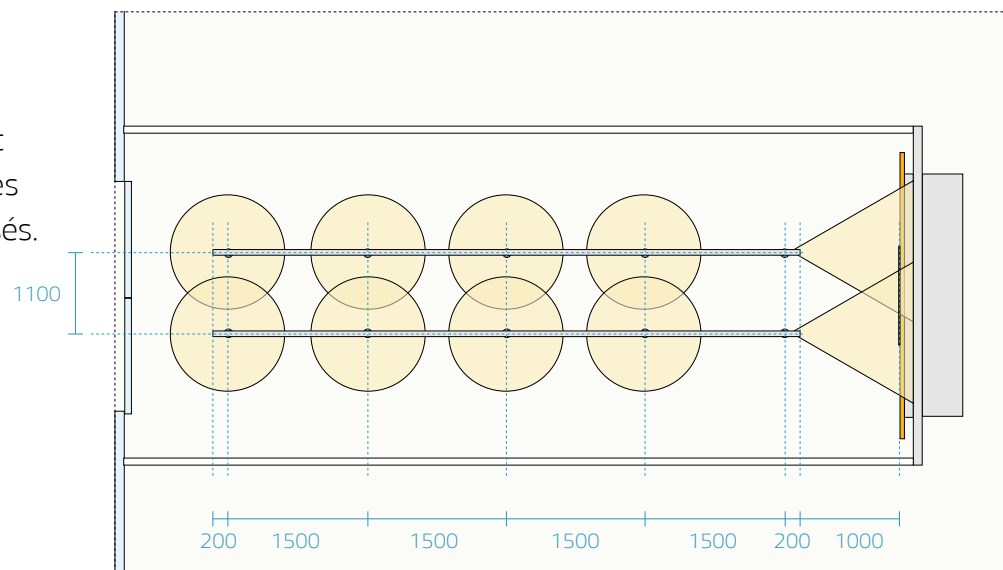
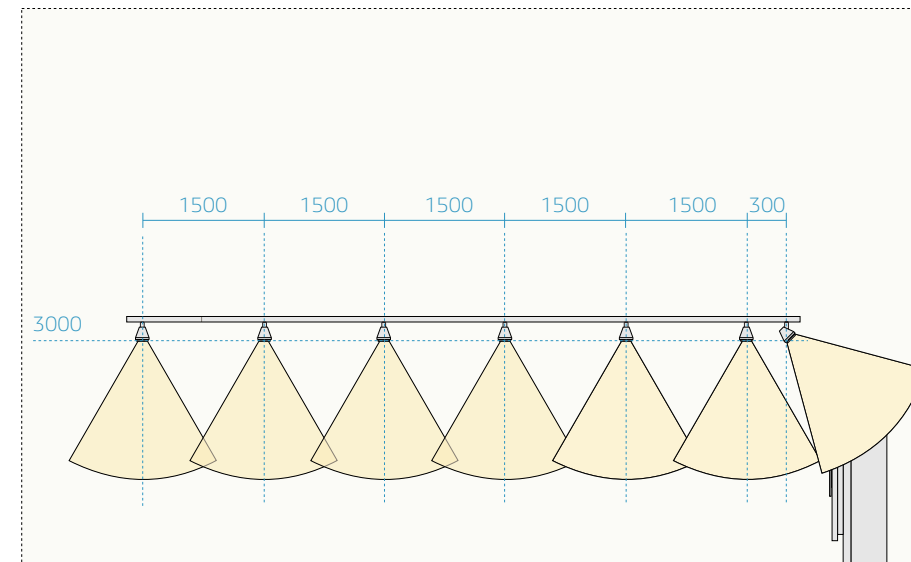
L'usage des LED à faisceaux directionnels permet d'obtenir une ambiance chaleureuse à proximité du mur de marque :

- Les 2 projecteurs les plus proches du mur de marque éclairent la signature de communication et la rendent visible depuis l'entrée.
- Les autres spots sont orientés vers le sol, créant un jalonnement lumineux entre l'entrée et le mur de marque.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 300-400 lux
- ③ 600-700 lux

Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



3.9.1 Espace Livraison - Préconisations

Cette zone permet de recevoir le client dans un espace dédié.

L'objectif est de « théâtraliser » la livraison du véhicule, afin d'en faire un moment d'exception.

L'ambiance doit être contrastée :

- Des accentuations sur l'avant des véhicules,
- Une mise en exergue de la fresque murale du mur jaune porteur de la signalétique de l'espace, du meuble accessoires Livraison, du mur gris et des prises de parole.

Un éclairage de nappe uniforme est présent au-dessus des voitures pour atténuer les effets de micro-rayures et apporter du confort visuel pendant ce moment dédié à la mise en main.

Dans le cas d'un site avec faux plafond, ce sont des luminaires encastrés en quantités similaires et avec les mêmes caractéristiques qui sont utilisés.



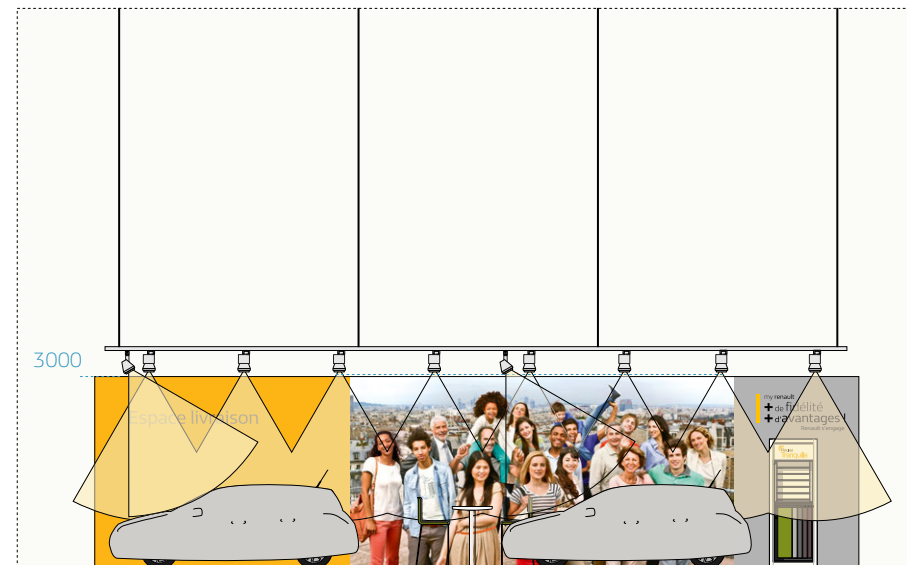
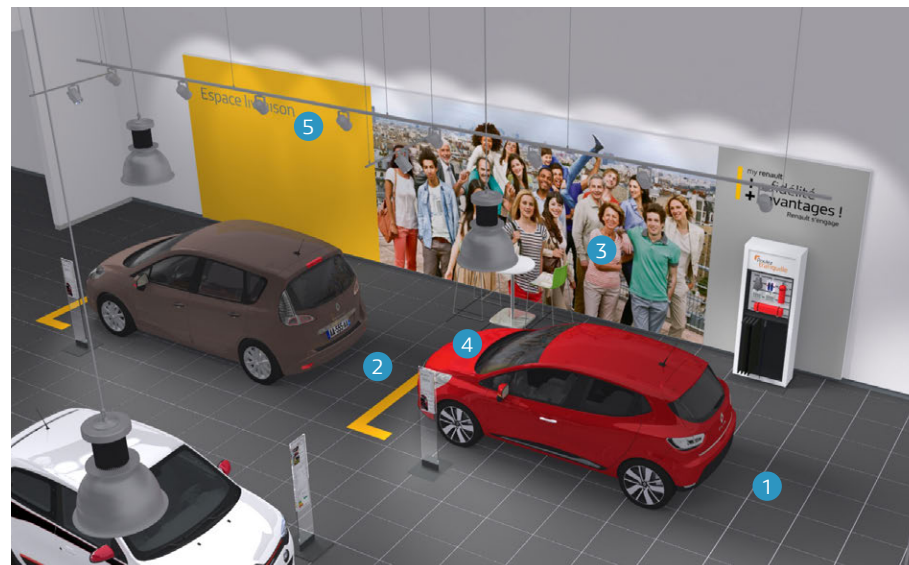
3.9.2 Espace Livraison - Implantation

Principe

Les projecteurs sont installés :

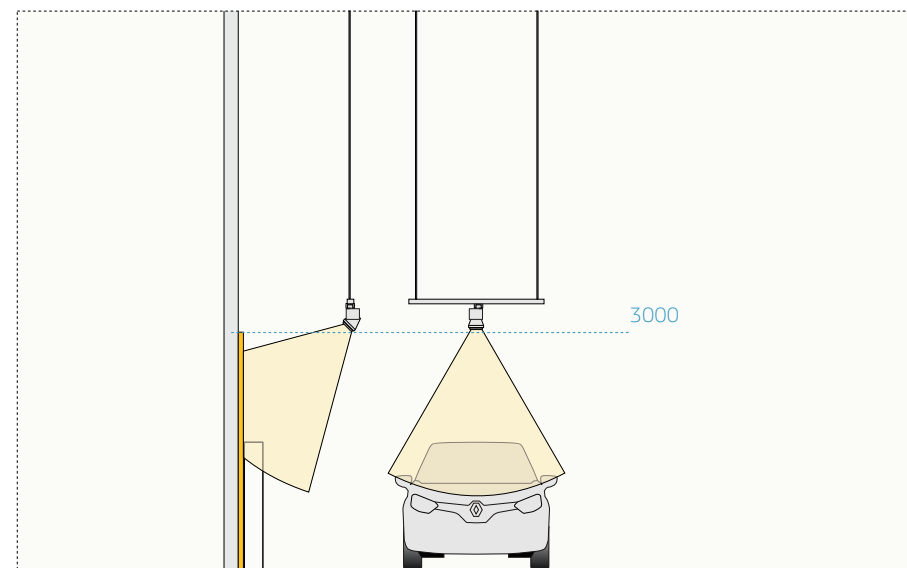
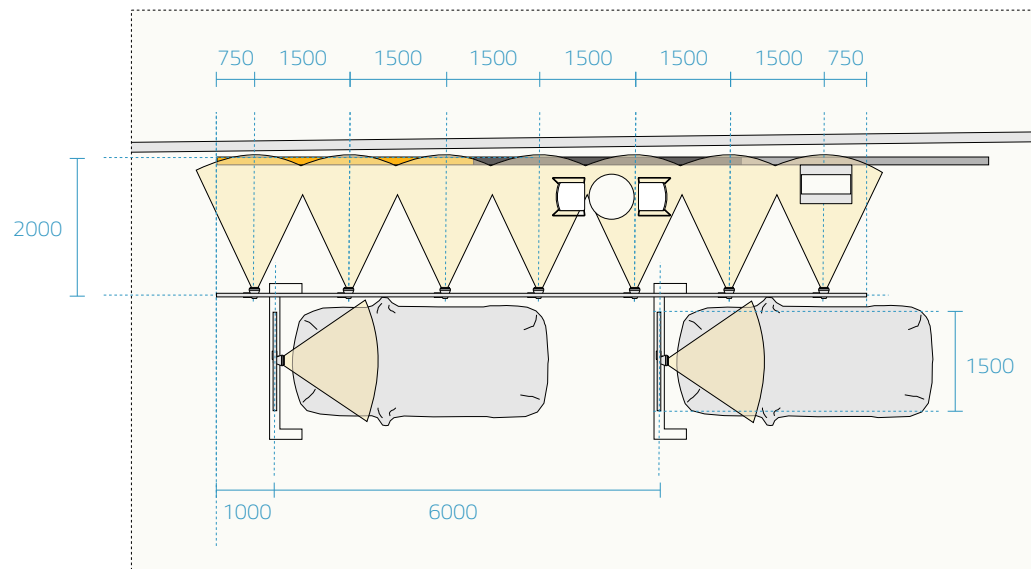
- Sur un rail perpendiculaire au véhicule, le spot étant dirigé vers l'avant de la voiture,
- Sur un rail parallèle au mur avec des spots espacés régulièrement et dirigés vers chaque composante du mur (marquage, visuel et prise de parole).

Le spot situé à l'avant de la voiture sera positionné à l'aplomb du marquage au sol, afin de ne pas éblouir.



Les performances attendues

- ① 250-300 lux
- ② 300-400 lux
- ③ 1000-1200 lux
- ④ 1200-1500 lux
- ⑤ 1200-1500 lux



3.10.1 Bureaux vendeurs - Préconisations

Les bureaux vendeurs doivent avoir une atmosphère conviviale pour le client, propice à la négociation commerciale et à l'acte d'achat.

Cette atmosphère sera générée par un environnement soigné, renforcée par un éclairage décoratif procurant une diffusion lumineuse, calme, suscitant le bien-être du client et sa mise en confiance.



3.10.2 Bureaux vendeurs - Implantation

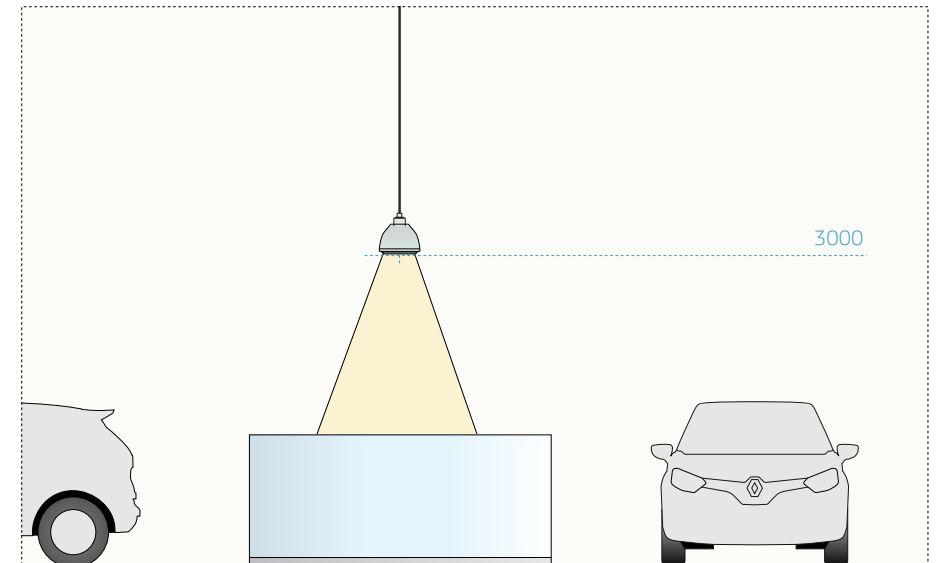
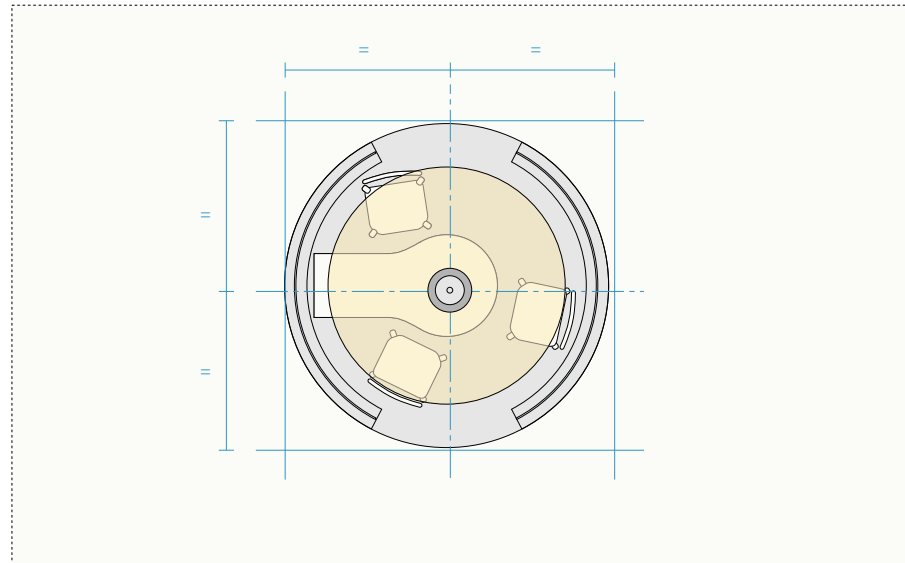
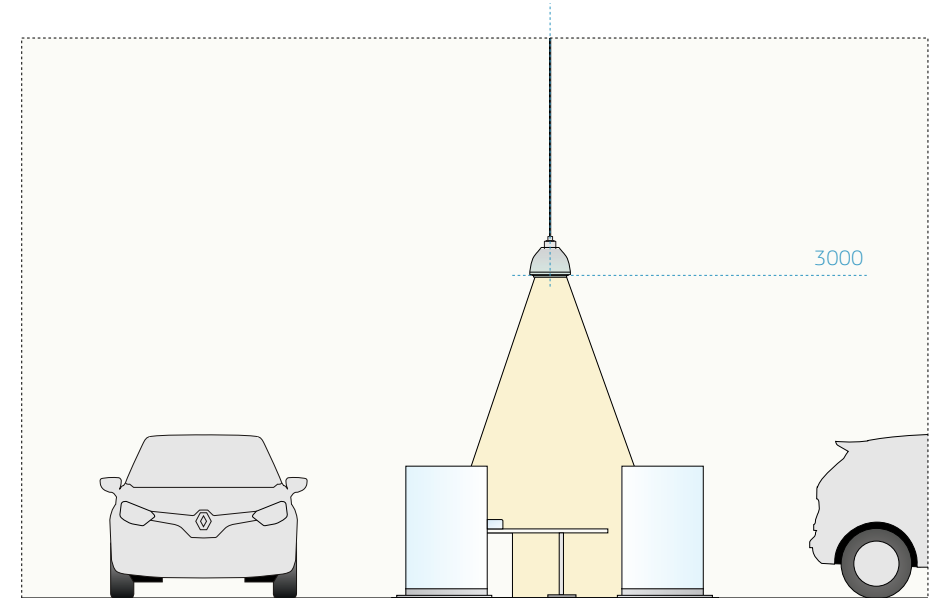
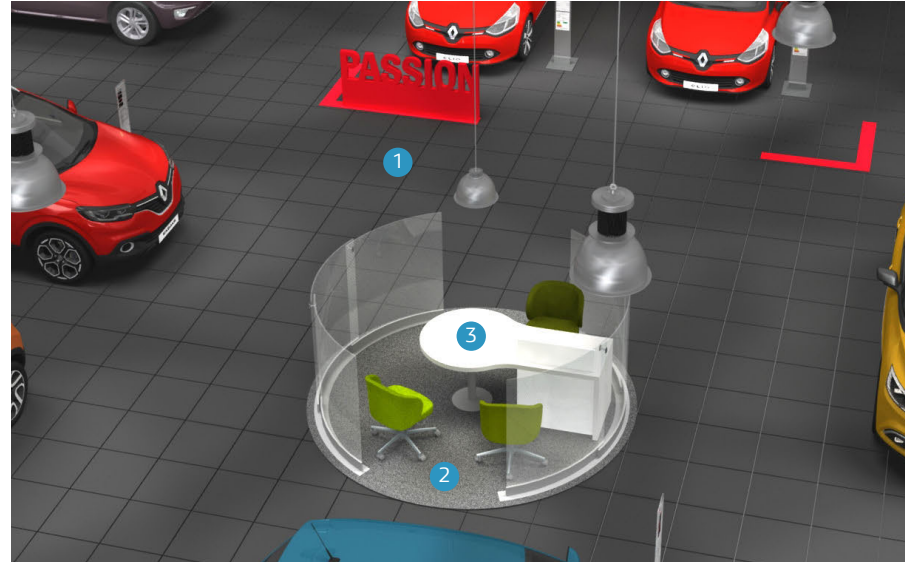
Principe

Le bureau-vendeur s'inscrit au cœur des showrooms.

L'éclairage implanté au-dessus du mobilier se réfléchit sur les parois courbes sérigraphiées, devenant ainsi un îlot lumineux contrastant avec les espaces des circulations.

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 300-400 lux
- ③ 400-500 lux



3.11.1 Accueil Service - Préconisations

Lorsque l'Accueil Service est situé dans le showroom (recommandations Renault Store), il devra être facilement localisable par le client.

- **L'éclairage du comptoir Service,** devra permettre de délimiter le périmètre et assurer un confort de travail pour les Conseillers-Service.
- **L'éclairage du mur jaune,** devra le mettre en évidence et rendre la signalétique très visible : éclairage orientable et directionnel, avec une intensité contrôlée afin d'éviter l'éblouissement et la surbrillance des lettrages de la "promesse-client".



3.11.2 Accueil Service - Implantation

- **Comptoirs Service**

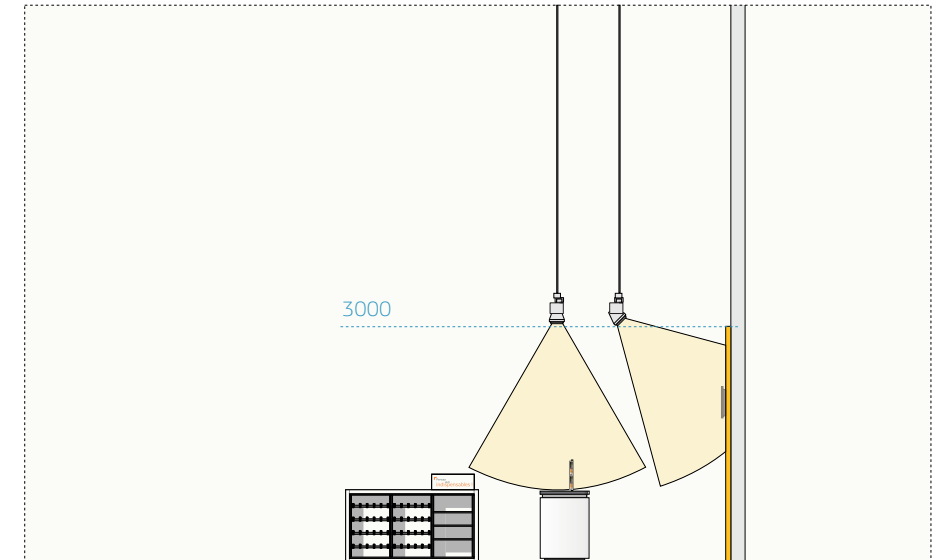
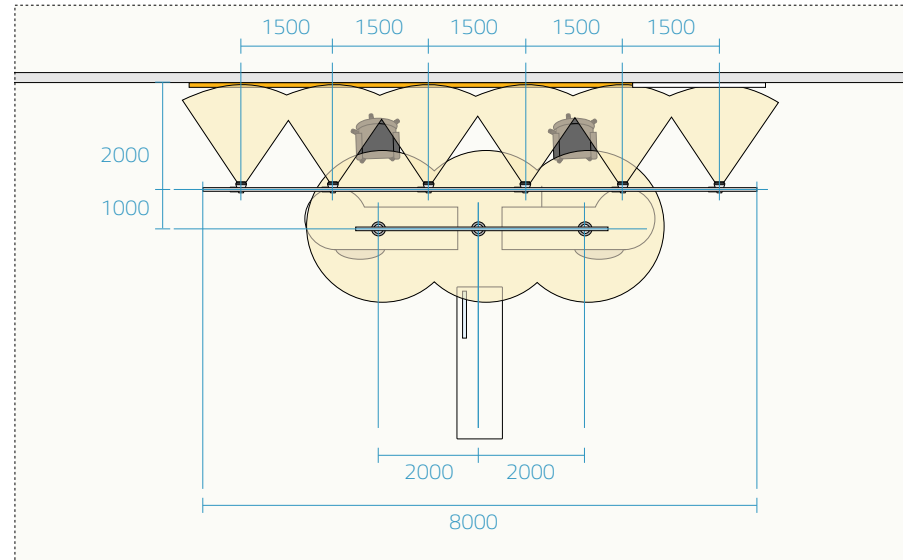
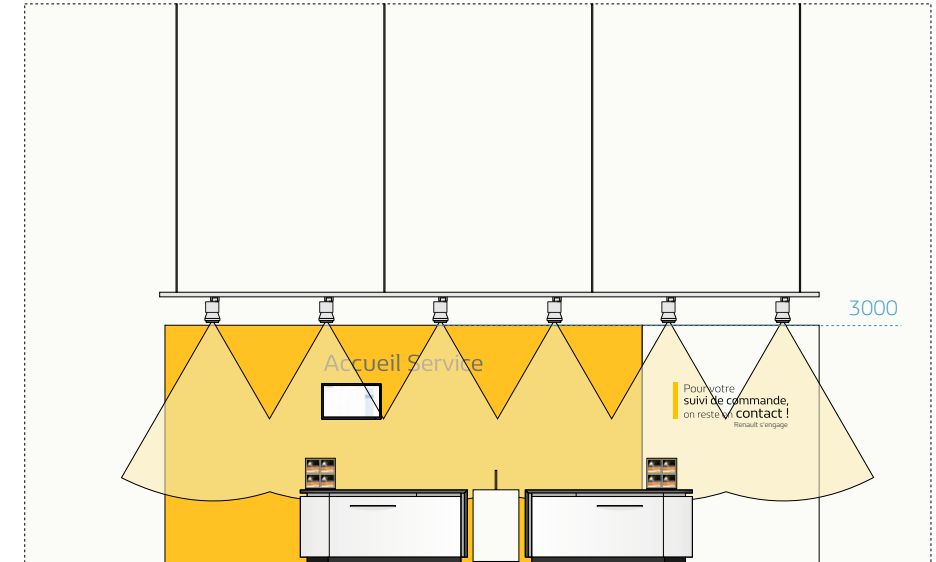
L'éclairage implanté au-dessus des comptoirs est composé de spots dirigés vers les plateaux du mobilier d'accueil.

- **Mur du fond**

Les projecteurs sont installés sur un rail parallèle au mur du fond couvrant le mur jaune et la promesse (lorsqu'elle est associée au mur jaune).

Les performances attendues

- ① 200-300 lux
- ② 200-300 lux
- ③ 400-600 lux
- ④ 700-800 lux

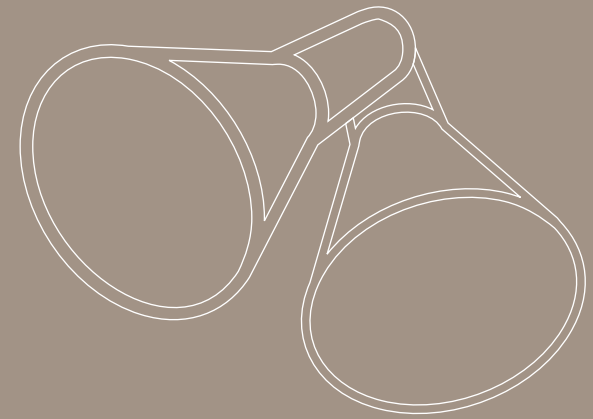


4

Préconisations pour l'installateur

2x

nombre



orientable

4.1 Les préalables à l'installation

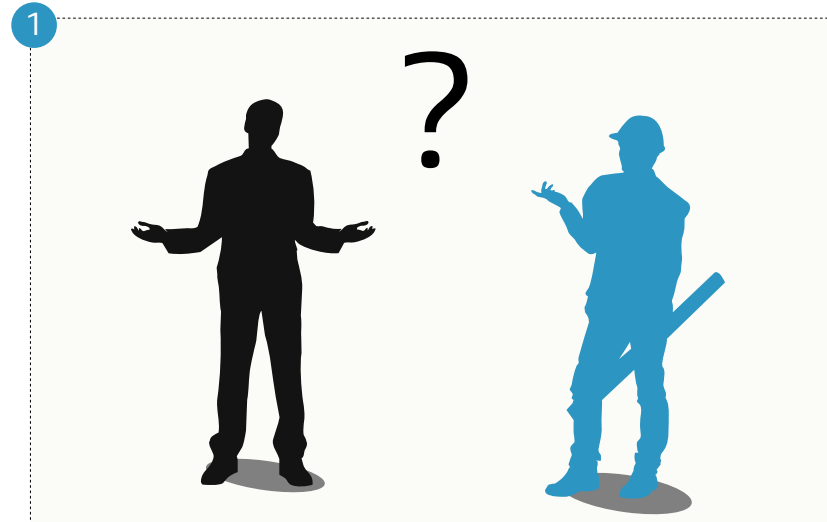
Un projet d'implantation est un nécessaire préalable à toute installation.

Le **concessionnaire** doit solliciter les services des fournisseurs référencés de matériels d'éclairage.

Les **bureaux d'études de ces fournisseurs** ont pour mission de réaliser un projet d'implantation comportant pour chacune des zones de la concessions :

- la recommandation de matériel,
- le plan d'implantation,
- un devis,
- un planning.

Le **concessionnaire** doit alors passer commande auprès du fournisseur qu'il choisira de retenir après validation du projet d'implantation.



Par où commencer ?



Contacteur un fournisseur référencé ou un installateur agréé



Faire une demande d'étude d'implantation et de chiffrage à partir du plan d'implantation définitif du showroom

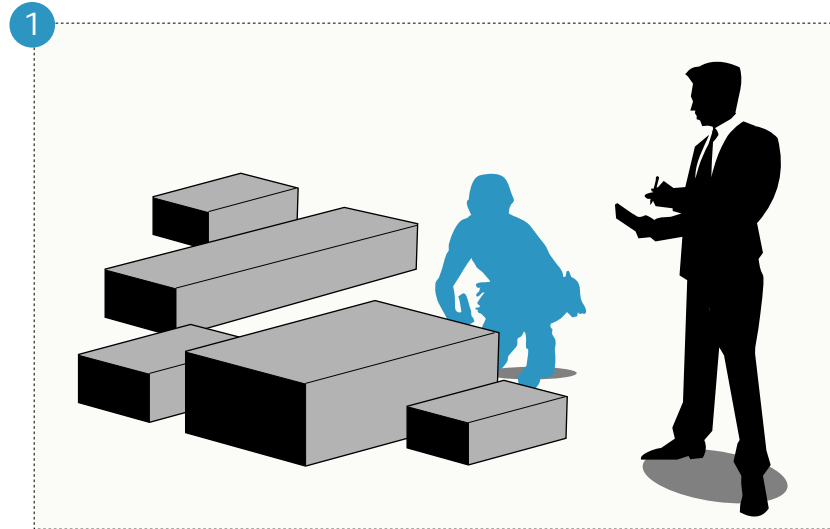


Recevoir le dossier de préconisations d'installation

4.2 Préparer l'installation

Avant de débiter l'installation, le **concessionnaire** (ou son architecte) et l'**installateur** doivent s'assurer des points suivants :

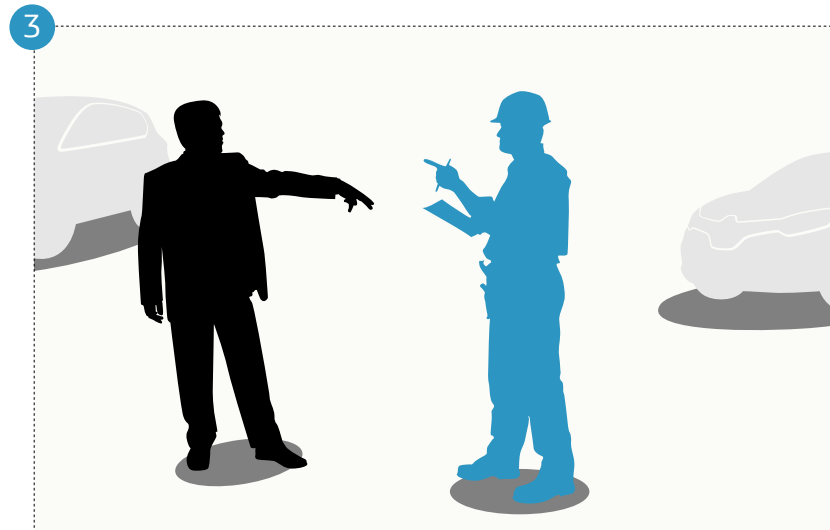
- Réceptionner les colis dans lesquels figurent le matériel et le plan général d'implantation et en vérifier la conformité à la commande.
- Etudier conjointement le plan général d'implantation, décrivant les conditions d'installation de chacune des zones dans lesquelles intervenir.
- Repérer les zones d'intervention.
- Répartir les différents matériels dans chacune des zones.



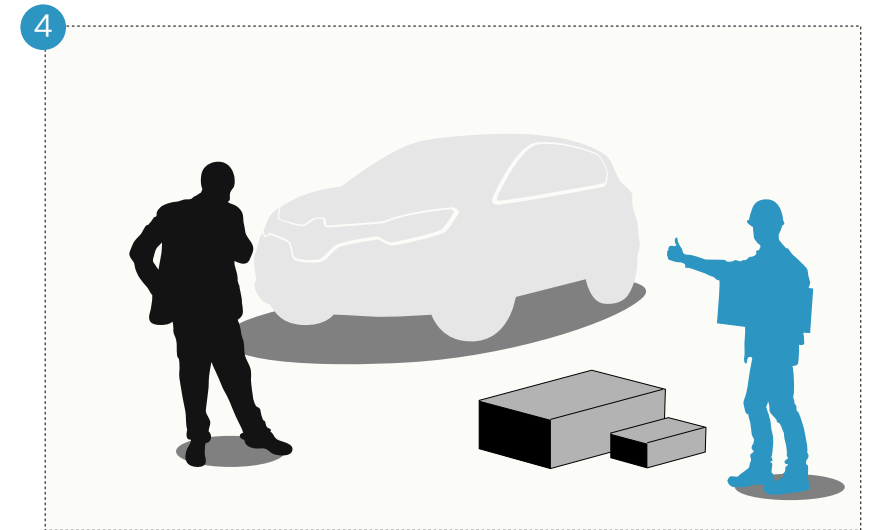
1 Réceptionner et ouvrir les colis



2 Etudier le plan général d'implantation

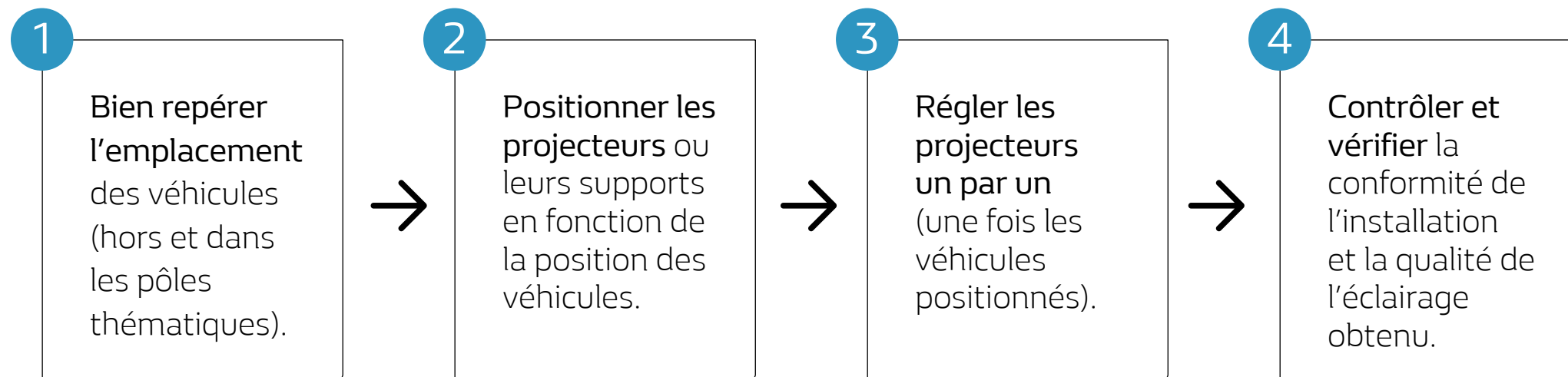


3 Repérer les différentes zones d'installation



4 Répartir les colis dans chacune des zones

4.3 Le process général d'installation



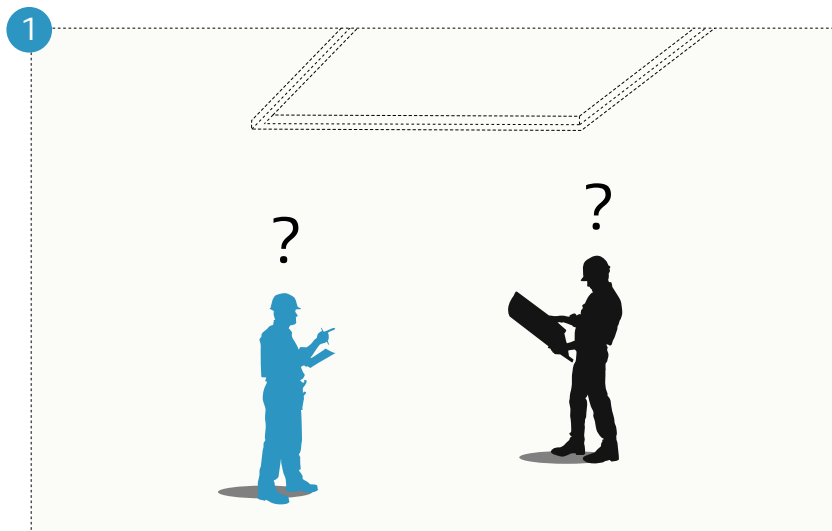
4.4 Les grandes étapes de l'installation

Lors de l'installation, le **concessionnaire** (ou son architecte) et l'**installateur** auront à :

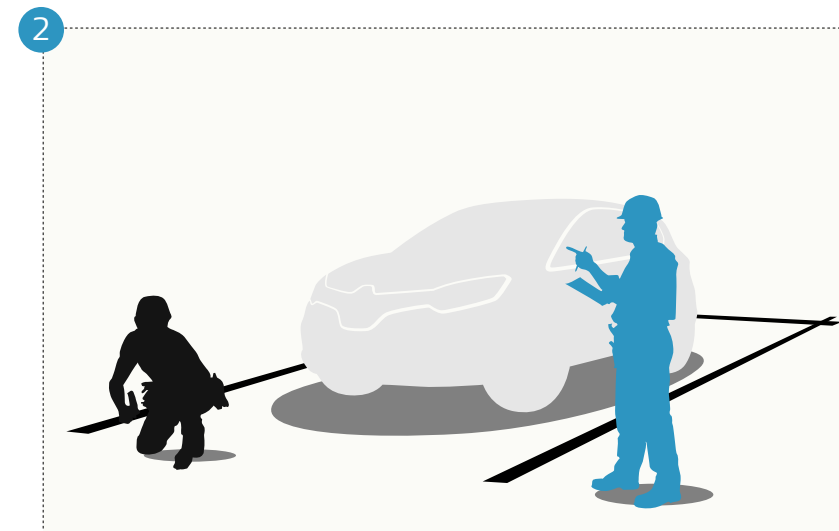
- Repérer les différentes zones au sein de l'exposition et - si nécessaire - positionner les véhicules conformément au plan d'implantation.

Lors de son intervention, l'**installateur** aura pour mission de :

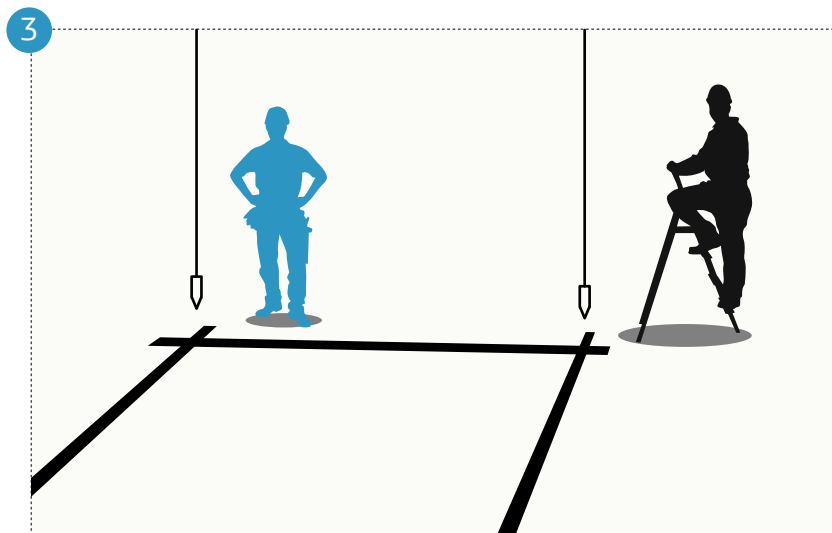
- Tracer les zones et pôles en adhésif,
- Installer les rails d'éclairage au plafond en correspondance avec les tracés réalisés au sol pour les différentes zones,
- Installer les projecteurs sur les rails et procéder à leurs réglages par rapport aux véhicules ou éléments à mettre en lumière.



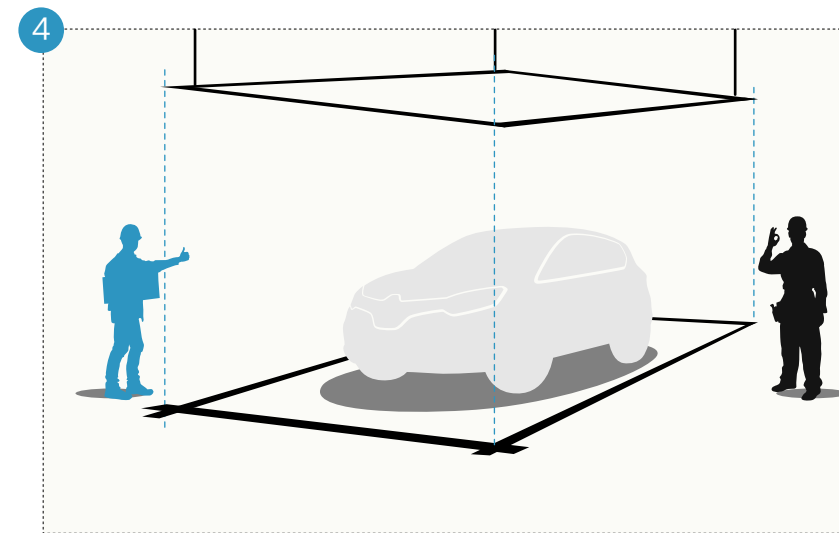
Identifier chacune des zones dans la concession



Tracer la zone en adhésif



Installer les rails d'éclairage au plafond

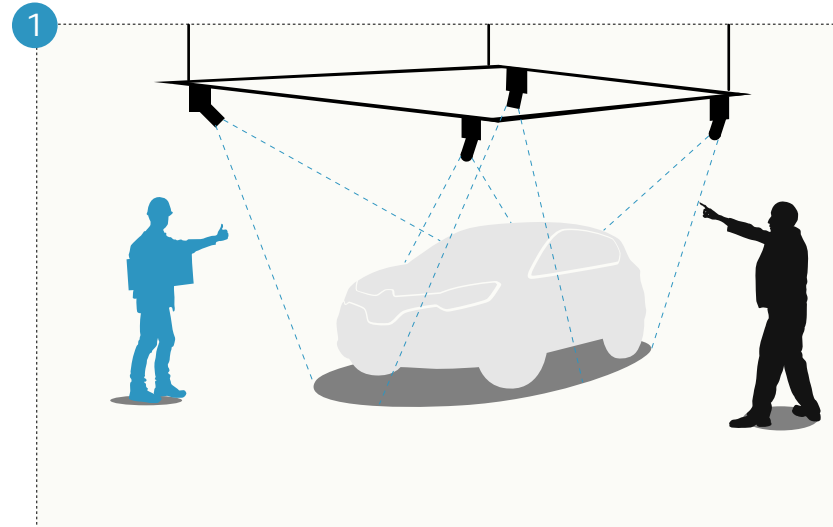


Installer les projecteurs sur les rails

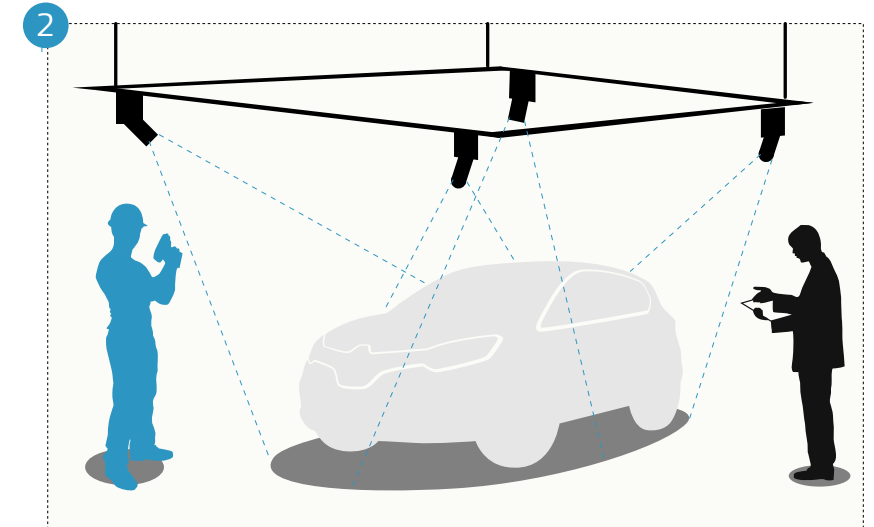
4.5 Que faire après l'installation ?

A l'issue de l'installation, le concessionnaire (ou son architecte) et l'installateur auront à :

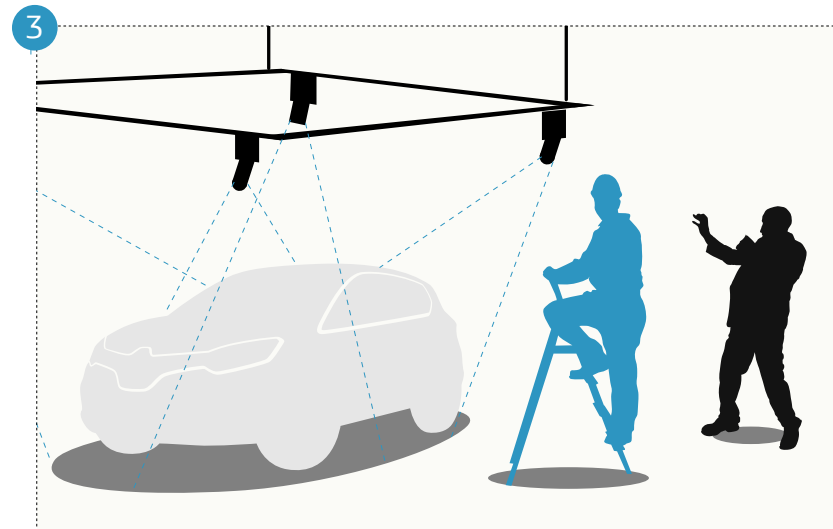
- Vérifier la bonne orientation des projecteurs par rapport aux véhicules ou éléments à mettre en lumière.
- Procéder à des mesures d'intensité lumineuse sur différents points des véhicules ou éléments à mettre en lumière en utilisant le luxmètre de l'installateur.
- Etablir les écarts par rapport aux objectifs et, si nécessaire, procéder aux corrections portant sur l'orientation des projecteurs.



Vérifier la bonne orientation des projecteurs



Procéder aux relevés à l'aide du luxmètre fourni



Procéder aux ultimes ajustements