



# LES SITES MULTIMARQUES RENAULT

## GUIDE D'APPLICATION

**GROUPE RENAULT**

# LES SITES MULTIMARQUES RENAULT

## sommaire

- 0 INTRODUCTION
- 1 LES PRINCIPES GÉNÉRAUX
- 2 LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE
- 3 LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET+)
- 4 LES CONFIGURATIONS PARTICULIÈRES
- Les sites multimarques avec un corner renault
  - Les zones commerciales automobiles
  - Les showrooms partagés
  - Les showrooms dans les centres commerciaux en sous-sol
  - Les showrooms dans les centres commerciaux sur parking extérieur
- 5 CAS PARTICULIERS
- Les sites avec façades atypiques
  - Les showrooms multimarques avec entrée commune

Pour accéder directement à un chapitre,  
cliquer sur le titre correspondant.



# quand parle-t-on de sites multimarques ?

## OBJECTIFS

Un site est dit "multimarque" dès qu'une autre Marque que Renault est présente. Cela concerne tant les marques concurrentes que celles du Groupe Renault.

Les standards d'identité du Réseau Renault, regroupés sous l'appellation Renault Store, doivent être appliqués dans toute situation.

Ce document définit les règles d'implantation à respecter au sein des sites multimarques (pour les marques hors du groupe Renault), **lorsque la mise en place de bâtiments séparés par marque ne sera pas réalisable.**

## RÈGLES D'APPLICATION

Les règles concernant Renault sont à appliquer rigoureusement.

Celles concernant les autres marques ne constituent que des propositions destinées à être validées par les constructeurs concernés.

Ces règles d'application doivent permettre le déploiement de sites multimarques :

- **proposant à nos clients les parcours les plus lisibles** pour une expérience client cohérente quelle que soit la nature du site,
- **respectant les standards Renault**, en matière de signalétique et d'aménagement,
- **assurant une présence équilibrée de Renault** par rapport aux autres marques,
- **permettant le respect de l'identité des marques** grâce à des règles claires de séparation.

## PROCESS ET PÉRIMÈTRE

Les règles sont à appliquer sur l'ensemble des Régions.

Les cas particuliers, qui doivent rester une exception, seront remontés à la Région, afin de permettre, si nécessaire, **un échange avec les équipes de Brand Stores.**

# 1

## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

Enjeux et contexte	1.1
Les abords des sites	1.2
Les façades	1.3
Le showroom	1.7
La réception Après-Vente	1.8
La livraison	1.10

Pour retourner au sommaire général,  
cliquer sur le bouton.





## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

### enjeux et contexte

#### OFFRIR UNE EXPÉRIENCE HOMOGENE

Pour une Marque, se distinguer est avant tout de respecter son identité, **conserver sa personnalité, ses fondamentaux, ses signes de reconnaissance** en toutes situations.

Avec Renault Store, **Renault a défini un territoire complet et cohérent**, pour accompagner le client de la manière la plus efficace.

Il est essentiel de le préserver aussi dans les sites multimarques, il ne s'agit pas de développer de nouvelles composantes mais de les implanter au mieux **afin d'offrir aux clients une expérience de Renault homogène et cohérente**.

#### DES PRINCIPES SIMPLES ADAPTÉS À LA DIVERSITÉ DES SITES

Pour ce faire, des principes simples sont définis et applicables sur les composantes suivantes :

- Les abords des sites,
- Les façades,
- Les showrooms,
- L'Après-Vente,
- La livraison.



## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

### les abords du site

#### ① Point de départ

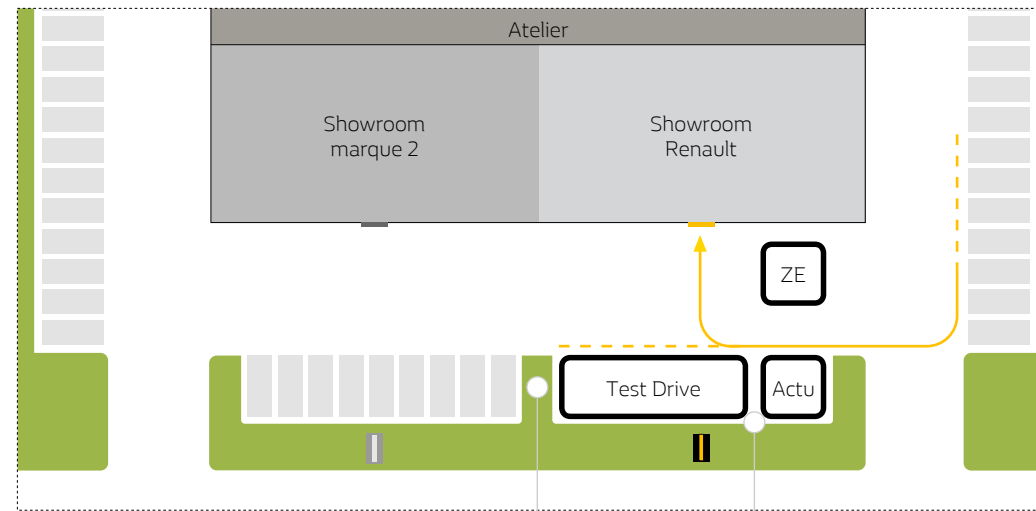
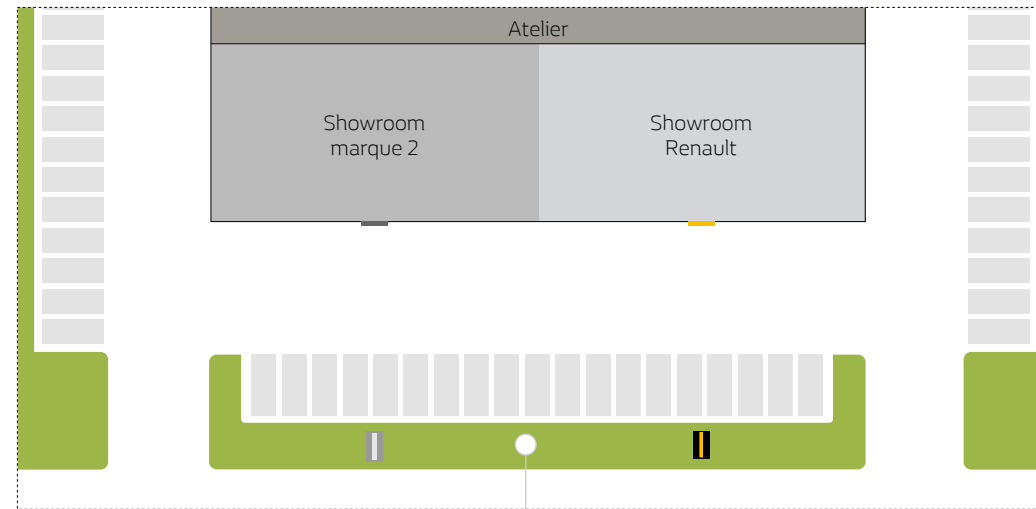
- Les abords comportent des parkings devant le showroom et de part et d'autre du bâtiment.
- Chaque marque possède une entrée dédiée.

#### ② Principe 1. Séparation

- Les zones occupées par chaque marque sont séparées par un terre-plein.

#### ③ Principe 2. Identification

- Les expositions extérieures sont implantées devant le showroom Renault.
- Les parcours clients sont clairement définis par les cheminements piétons organisant les flux entre le parking clients et le showroom.

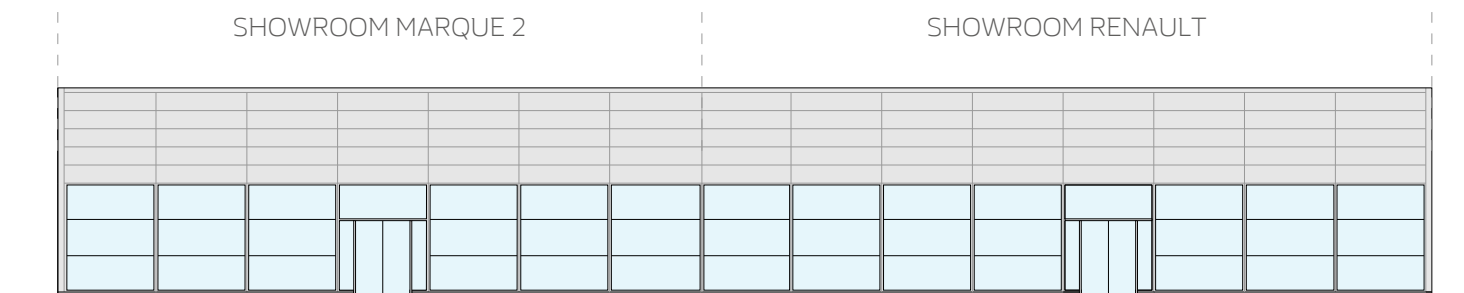


## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

### la façade principale

#### 0 Point de départ

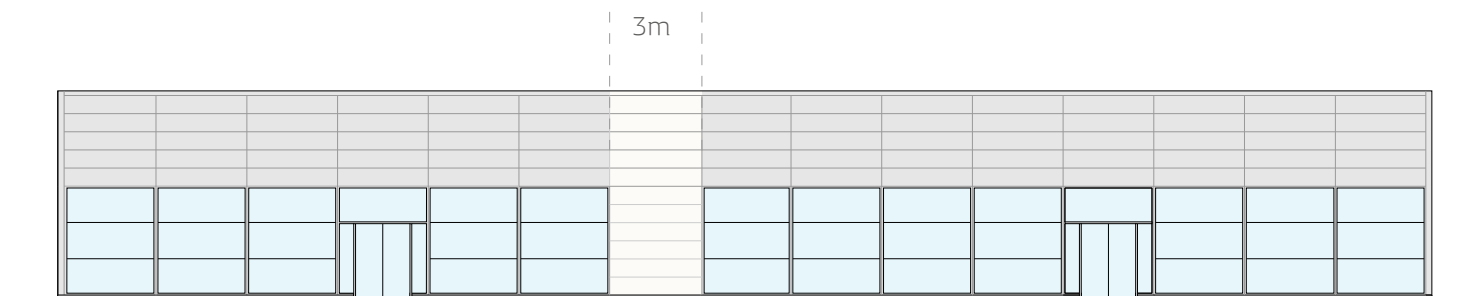
- La façade du bâtiment est vierge, comportant 2 entrées séparées donnant accès au showroom de chacune des marques.



0

#### 1 Principe 1. Séparation

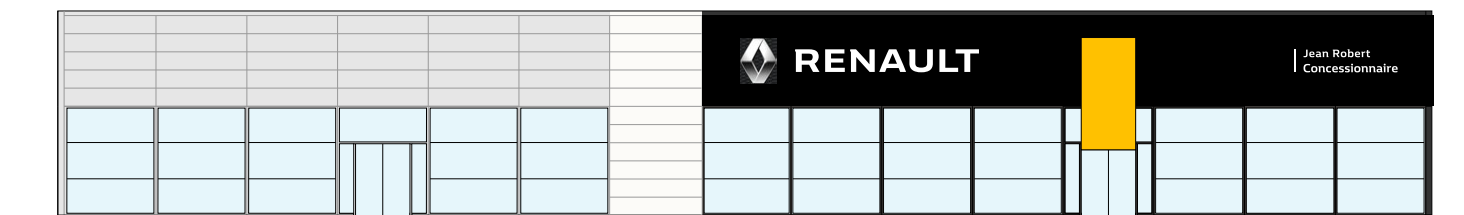
- Une zone de neutralisation blanche ou gris clair matérialise la séparation des 2 showrooms.



1

#### 2 Principe 2. Identification

- Le fronton du showroom Renault est identifié par la résille sur laquelle sont implantées la signature Renault et la Raison Sociale.
- L'entrée est identifiée par l'imposte.
- Les huisseries sont peintes en gris foncé.



2

## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

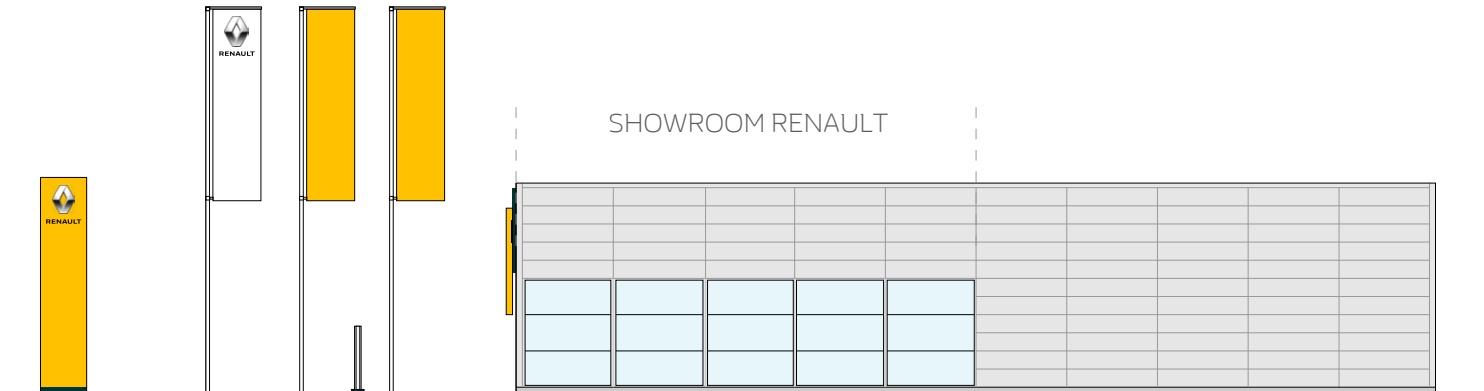
# la façade secondaire

### ① Point de départ

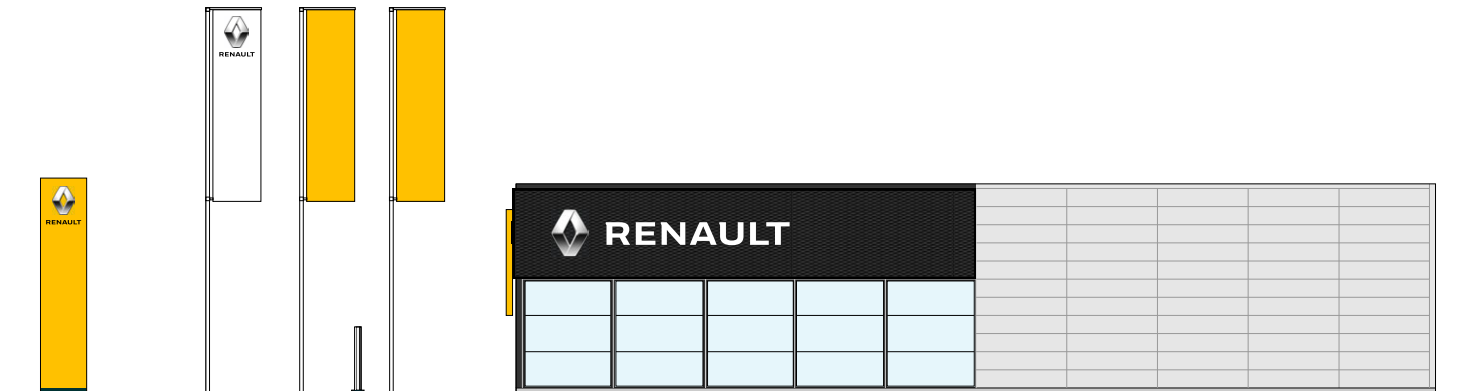
- La façade secondaire du bâtiment est vierge.

### ① Principe 1. Identification

- Lorsque le showroom Renault dispose d'une façade secondaire, la partie vitrée est identifiée par la résille avec la signature Renault.
- Les huisseries sont peintes en gris foncé.
- Le totem est placé face à l'entrée du showroom.
- Les drapeaux en limite de parcelle, regroupés par 3 ou 5 selon les possibilités.



0



1

## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

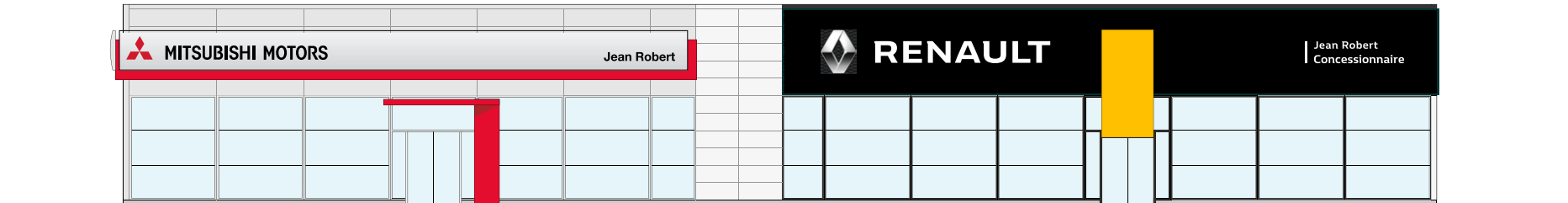
## la Raison Sociale

## ① Principe 1. Raisons sociales séparées

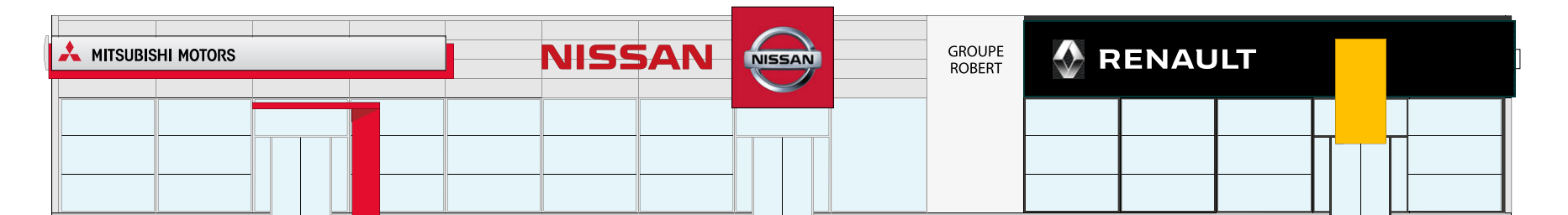
- La Raison Sociale est présente sur la façade de chaque marque, selon ses modalités.

## ② Principe 2. Raison Sociale commune

- La Raison Sociale se distingue des systèmes des constructeurs en étant appliquée sur un support blanc réalisé dans un matériau différent.
- La hauteur des lettres composant cette Raison Sociale ne peut être supérieure à 50% de la hauteur du mot Renault.
- Toute expression figurative (emblème, fond de couleur, logotype,...) est à éviter car risquant de nuire à l'impact des marques distribuées.



①



②

## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

**la façade Après-Vente**

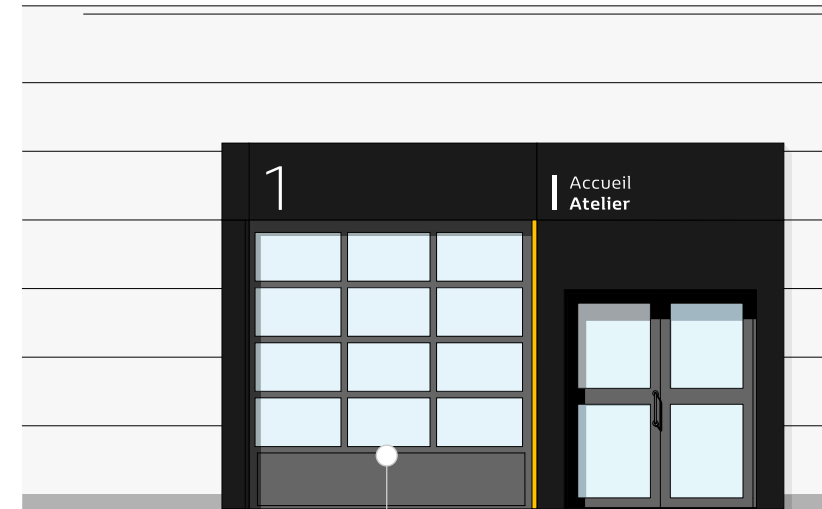
avec accueil commun

## ① Principe 1. Ateliers dédiés

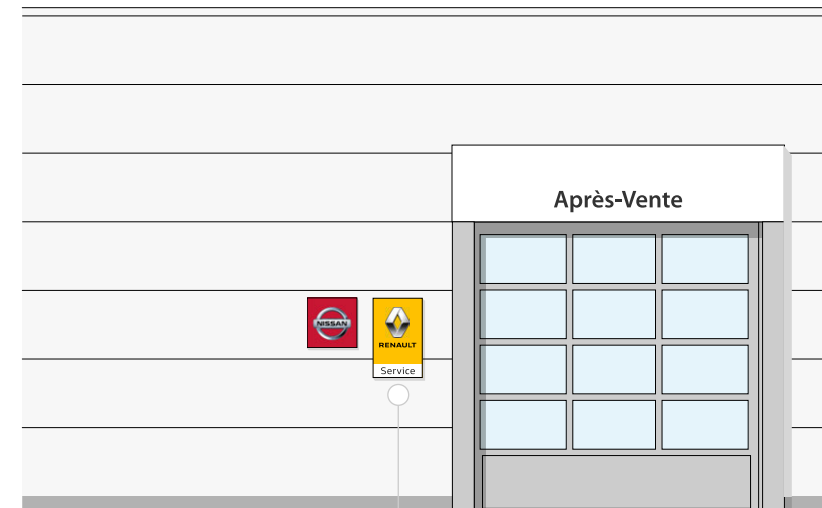
- L'atelier Renault est séparé de l'atelier de la marque 2.
- La baie d'atelier Renault accessible aux clients est identifiée par son habillage gris foncé.

## ② Principe 2. Atelier commun

- L'atelier est commun aux 2 marques..
- La baie d'atelier est neutre.
- Des plaques Service aux couleurs de chacune des marques sont présentes sur le côté de la baie, de dimensions similaires pour un impact comparable.



1



2

## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

## le showroom

## ① Point de départ

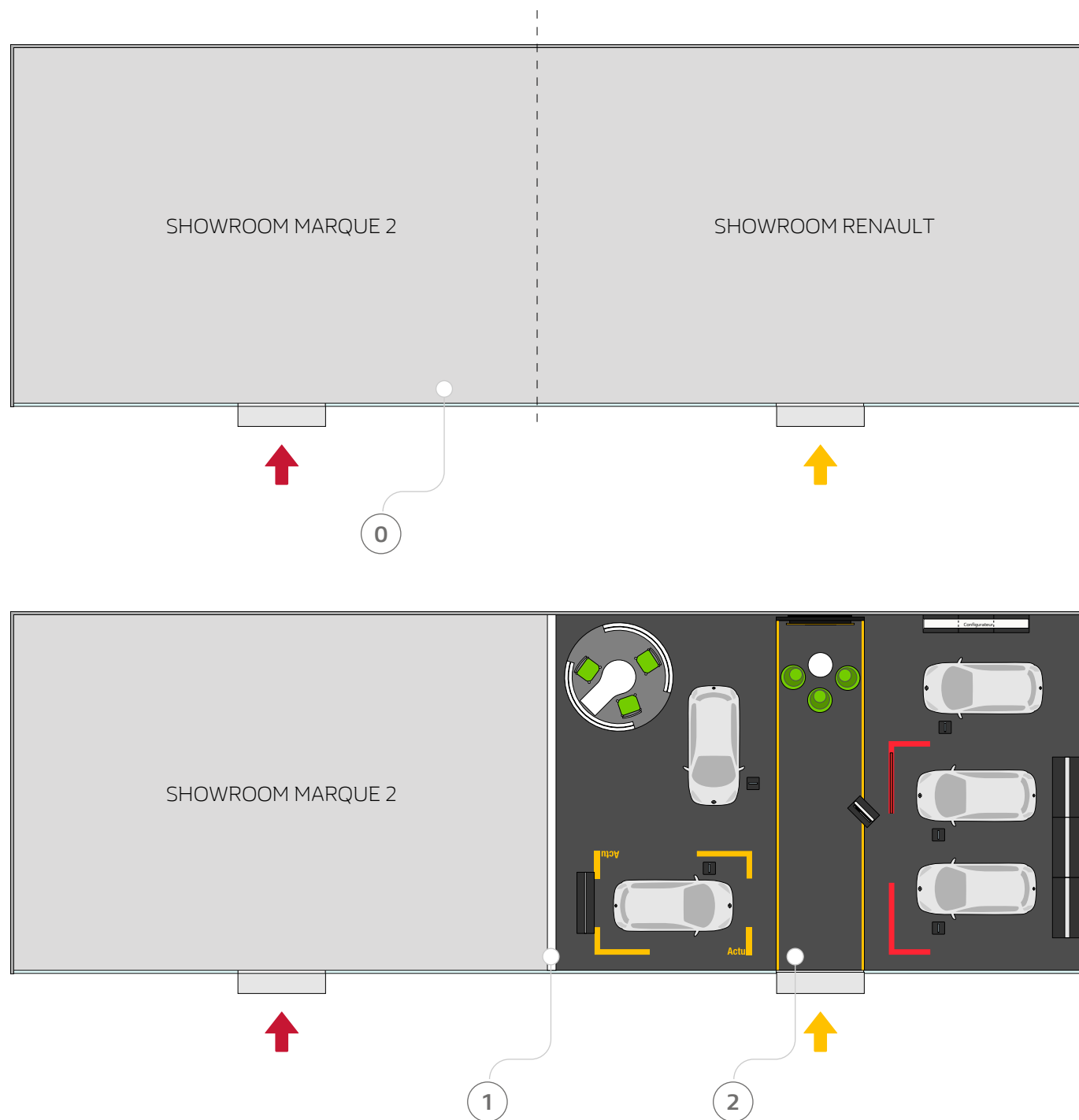
- Chaque marque possède une entrée dédiée.

## ② Principe 1. Séparation

- Un mur opaque sépare les 2 showrooms.
- Le sol du showroom Renault est habillé d'un carrelage gris foncé.

## ③ Principe 2. Application des standards d'aménagement

- La Renault Road structure le showroom..
- Les zones produits mettent en valeur les véhicules exposés.
- Le bureau vendeur, le configurateur et les autres mobiliers s'implantent sur le parcours clients.





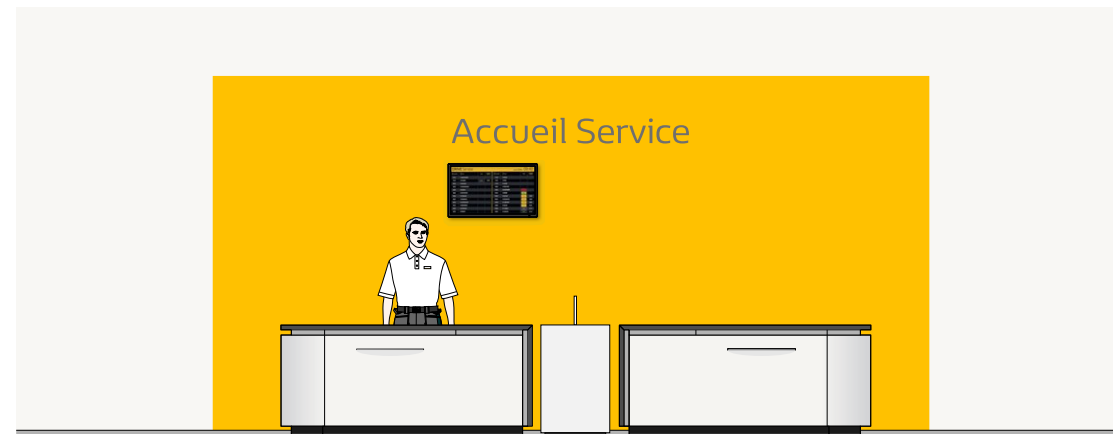
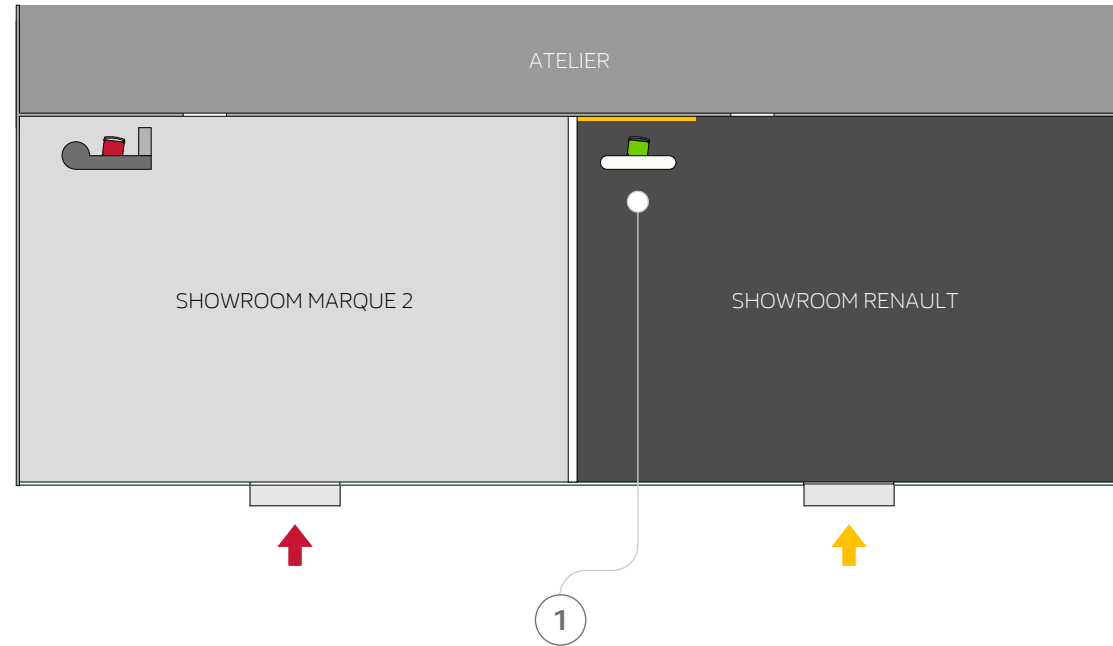
## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

**la réception Après-Vente**

avec accueils dédiés

## ① Le Conseiller Service Renault

- Le client Renault est accueilli dans le showroom par un Conseiller Service dédié à la marque.
- La réception Après-Vente est similaire à celle des Renault Stores.



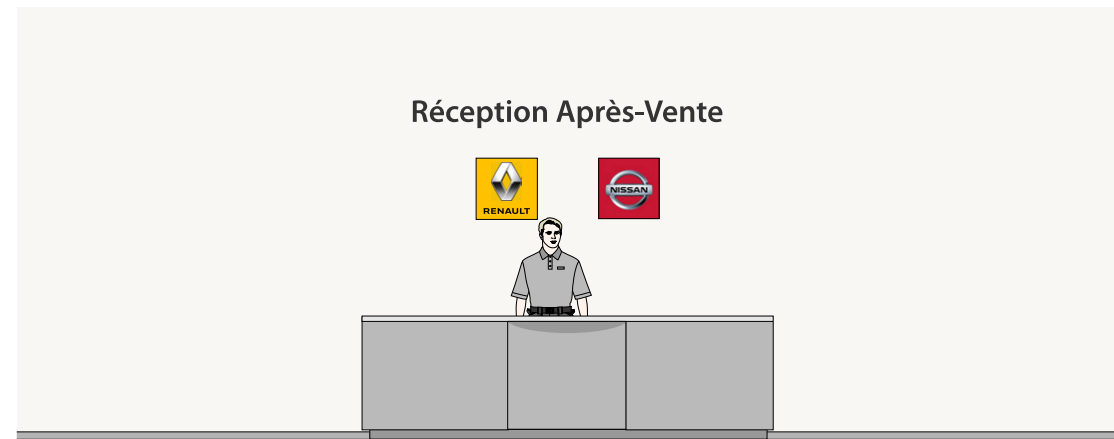
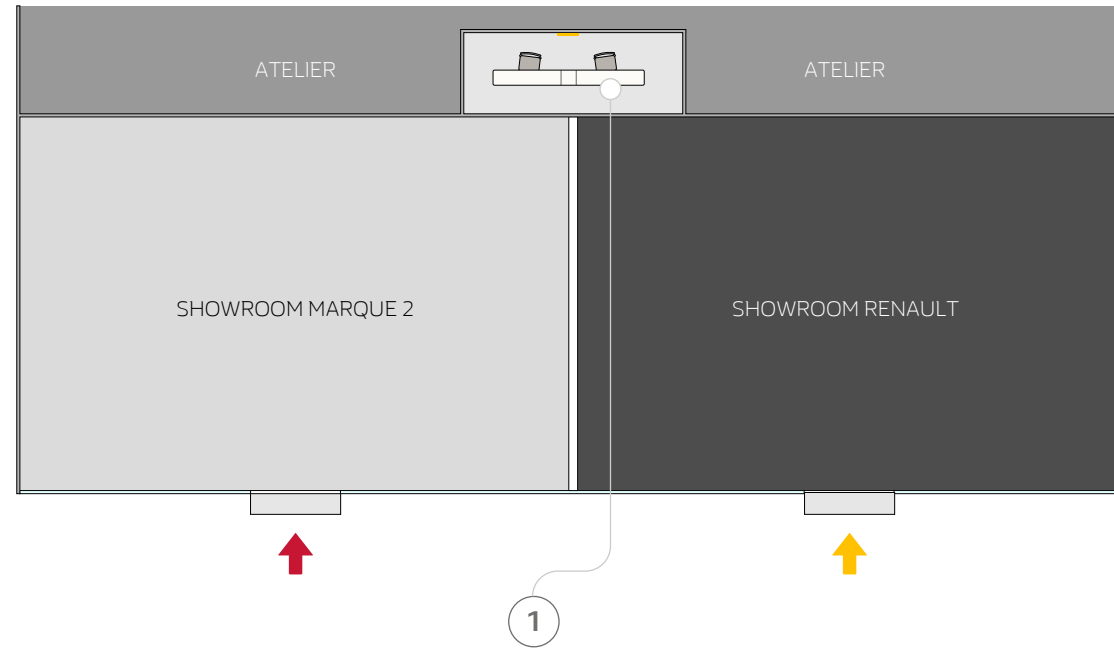
## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

## la réception Après-Vente

avec accueil commun

## ① Un Conseiller Service multimarque

- Le client Renault est accueilli par un Conseiller Service multimarque.
- La réception Après-Vente est neutre.
- La signature Renault est présente sur le mur du fond de la réception Après-Vente avec des dimensions similaires aux autres marques pour un impact comparable.
- Dans la mesure du possible, l'accès à la réception Après-Vente se fait de manière indépendante pour les clients de chacune des marques.



## LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

## la livraison

## ① Principe 1. Espace dédié

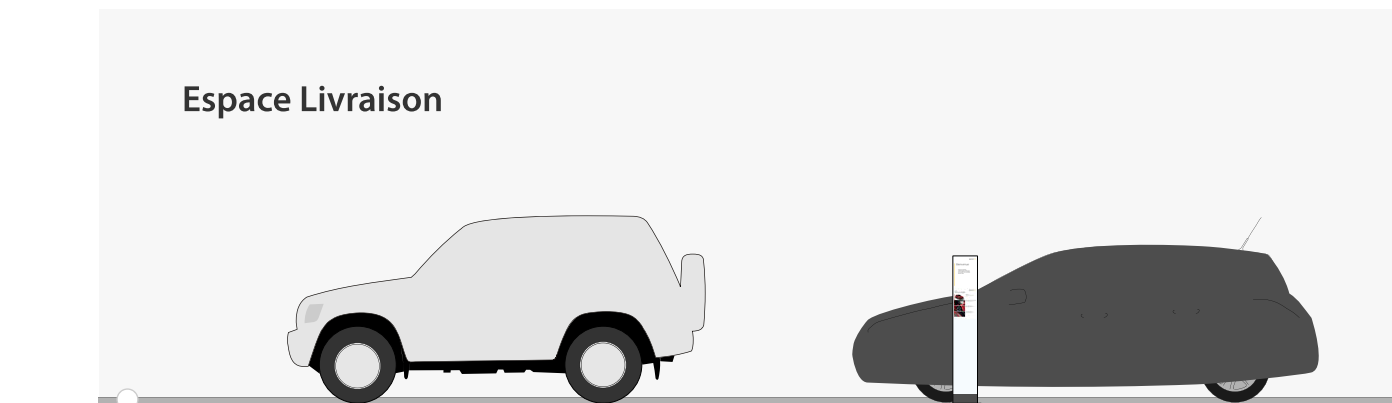
- Lorsque le volume commercialisé le permet, la livraison des véhicules de la Marque Renault se fait dans un Espace Livraison aux standards Renault Store.

## ② Principe 2. Espace commun

- Dans la mesure du possible, la livraison des véhicules Renault se fait dans un Espace de Livraison neutre.
- Les véhicules Renault sont couverts par une housse de la Marque.



1



2

# 2

## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

La signalétique extérieure	2.3
L'organisation des abords	2.17
Le showroom	2.19
La réception Après-Vente	2.20
La livraison	2.22

Pour retourner au sommaire général,  
cliquer sur le bouton.



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### généralités

utiliser au  
mieux les  
composantes  
**Renault Store**

## LES SITES RENAULT AVEC UNE AUTRE MARQUE

Dans ce contexte multimarque, les composantes Renault Store permettent de délimiter le territoire et d'affirmer l'identité de Renault, quelle que soit la seconde marque et ce, en appliquant les principes généraux.

Les showrooms des 2 marques sont séparés et disposent d'une entrée dédiée.

L'activité Après-Vente est, soit commune, soit séparée.

La livraison des véhicules se fait toujours dans le showroom Renault.



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la façade-type



## ① Le showroom marque 2

Le showroom est identifié par la signalétique de la marque 2 (Ford dans l'exemple).

## ② Le showroom Renault

Les éléments utilisés sont identiques à ceux des sites monomarques.

On privilégie l'utilisation de l'imposte pour le marquage d'entrée.

## ③ Les expositions extérieures

Les véhicules de démonstration sont exposés devant le showroom Renault.

## ④ La séparation des showrooms

Une zone de neutralité accentue la séparation entre les showrooms des 2 marques.

## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## les composantes extérieures

## ① Principe général

- Ces composantes, extraites des Renault Store, ne sont pas spécifiques aux sites multimarques Renault.
- Elles affirment la présence de la Marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- On distinguera les sites périurbains, des sites urbains pour lesquels les contraintes d'implantation des composantes sont plus importantes.

LES COMPOSANTES	SITE RENAULT AVEC FAÇADE APRÈS-VENTE DÉDIÉE	SITE RENAULT AVEC FAÇADE APRÈS-VENTE COMMUNE
Drapeaux *	●	●
Totem	●	●
Enseigne en drapeau **	●	●
Marquages de façade	●	●
Marquages d'entrée	●	●
Signalétique directionnelle *	●	●
Signalétique des parkings *	●	●
Expositions extérieures *	●	●
Habillage des baies d'atelier	●	○
Plaques Service	○	●

● Obligatoire  
 ○ Non applicable

\* Composante obligatoire sur les sites périurbains  
 \*\* L'enseigne en drapeau remplace le totem sur les sites urbains



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la présignalisation

## Principe général

Les marques cohabitent sur un même support.

Dans un souci d'harmonie, les marques sont disposées sur fond blanc neutre.

On veillera à préserver un équilibre entre les 2 marques par leurs dimensions respectives.

- ① Panneau bord de route
- ② Panneau Abribus
- ③ Panneau 4 x 3



## Nota

Les dimensions des panneaux sont données à titre d'exemple.

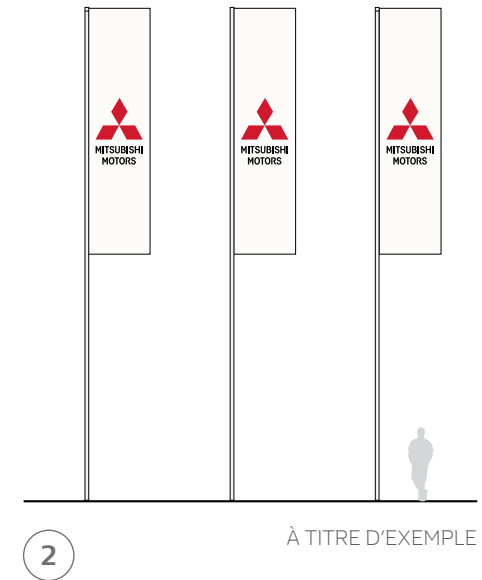
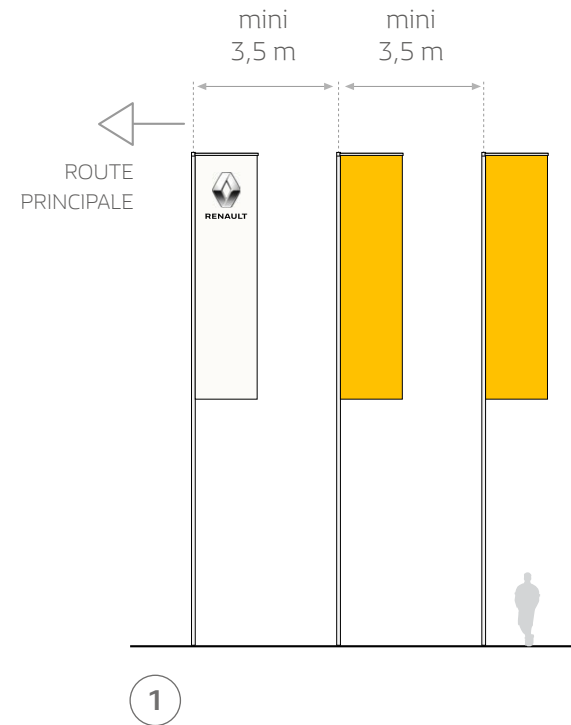
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### les drapeaux

#### Comment les implanter ?

Sur un site multimarque, les drapeaux des 2 marques sont implantés par groupes de 3 de part et d'autre du site, de manière séparée.

- ① Groupe de drapeaux Renault
- ② Groupe de drapeaux marque 2



#### Règle

Le drapeau Renault est, dans la mesure du possible, implanté le plus proche de la route principale.

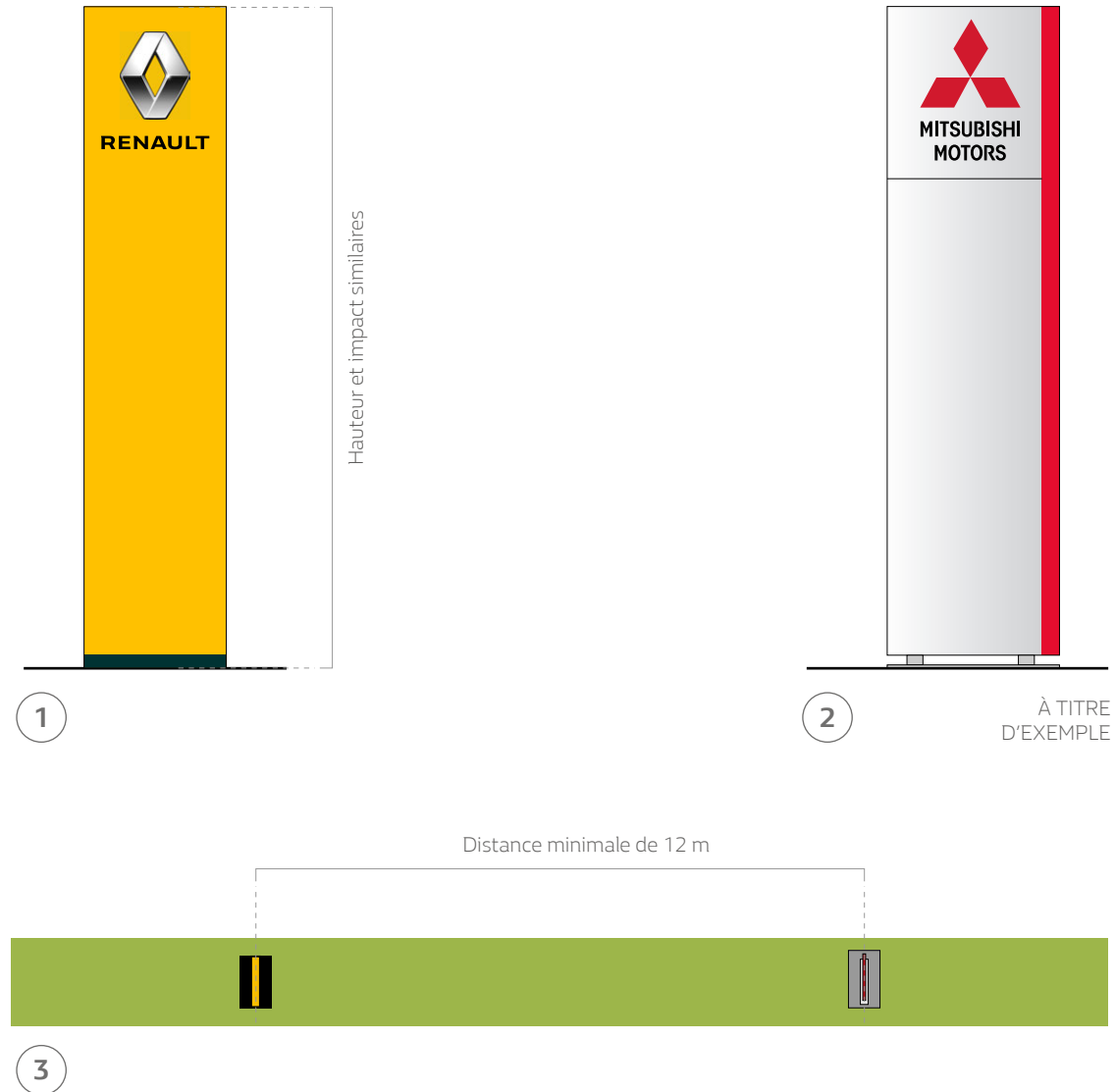
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### les totems

#### Comment les implanter ?

- Les totems sont implantés en façade principale devant les showrooms, de préférence, dans l'axe de l'entrée dédiée à chaque marque.
- Dans le cas d'une entrée unique menant aux 2 showrooms, les totems sont implantés à l'axe de chacun des showrooms.
- Les dimensions des totems sont similaires afin d'obtenir un impact comparable.
- Les totems sont implantés à une distance minimale de 12 m afin de conserver leurs impacts respectifs.

- ① Totem Renault
- ② Totem marque 2
- ③ Distance minimale entre les totems



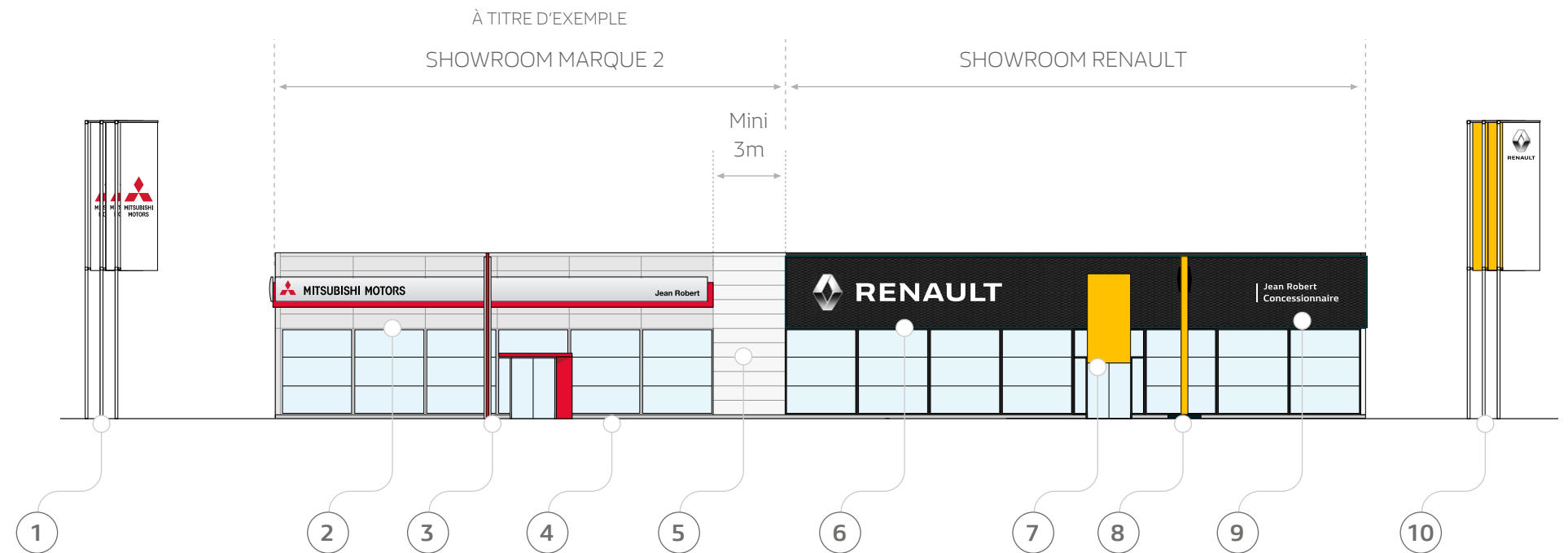
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la façade principale

## Règles d'implantation

- On observe une zone neutre de 3 m séparant les 2 showrooms.
- La façade du showroom Renault est identifiée comme un site Renault Store.
- La signalétique des entrées dédiées à chacune des marques s'applique.

- ① Les drapeaux marque 2
- ② Le bandeau marque 2
- ③ Le marquage d'entrée marque 2
- ④ Le totem marque 2
- ⑤ La zone de neutralité
- ⑥ Le marquage de façade sur la résille
- ⑦ L'imposte et les marquages adhésifs
- ⑧ Le totem Renault
- ⑨ La Raison Sociale
- ⑩ Les drapeaux Renault

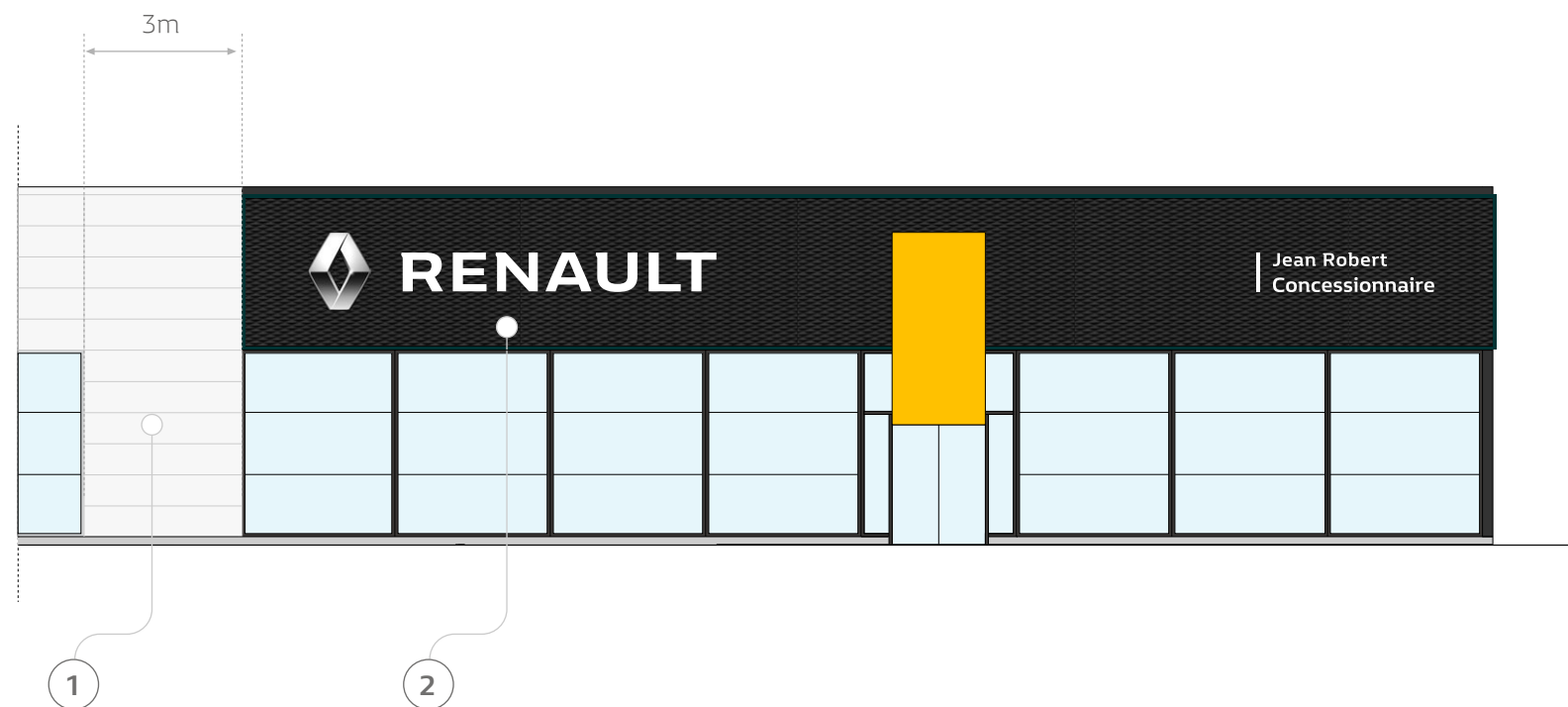


## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

# la façade du showroom Renault

### Règles

- ① Les façades sont séparées par un espace neutre.
- ② Les composantes s'appliquent comme dans tout Renault Store :
  - résille au dessus des parties vitrées,
  - imposte au dessus de l'entrée
  - signature Renault et Raison Sociale de part et d'autre de l'imposte.

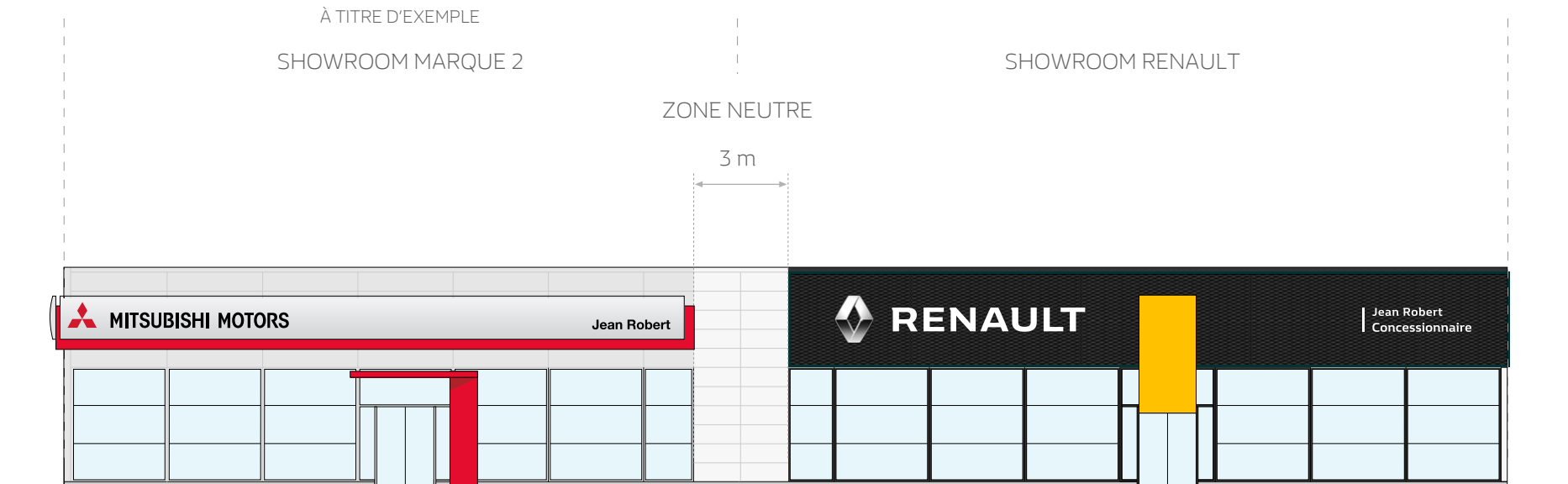


## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la séparation des façades - 1

## Principe générique

- Une neutralisation de 3 m est réalisée entre les façades afin de préserver l'impact des systèmes d'identification.
- Cette neutralisation se fait par :
  - la couleur neutre du bâtiment, blanche de préférence,
  - l'absence de signes dans cette zone de séparation.
- La neutralisation se fait sur toute la hauteur.



## Nota

Selon les situations, des adaptations au cas par cas sont possibles lorsque le principe général ne peut être objectivement respecté :

- une impossibilité physique ou architecturale
- une réglementation précise et opposable
- un résultat contre-productif qui rendrait le système inefficace ou déséquilibré.

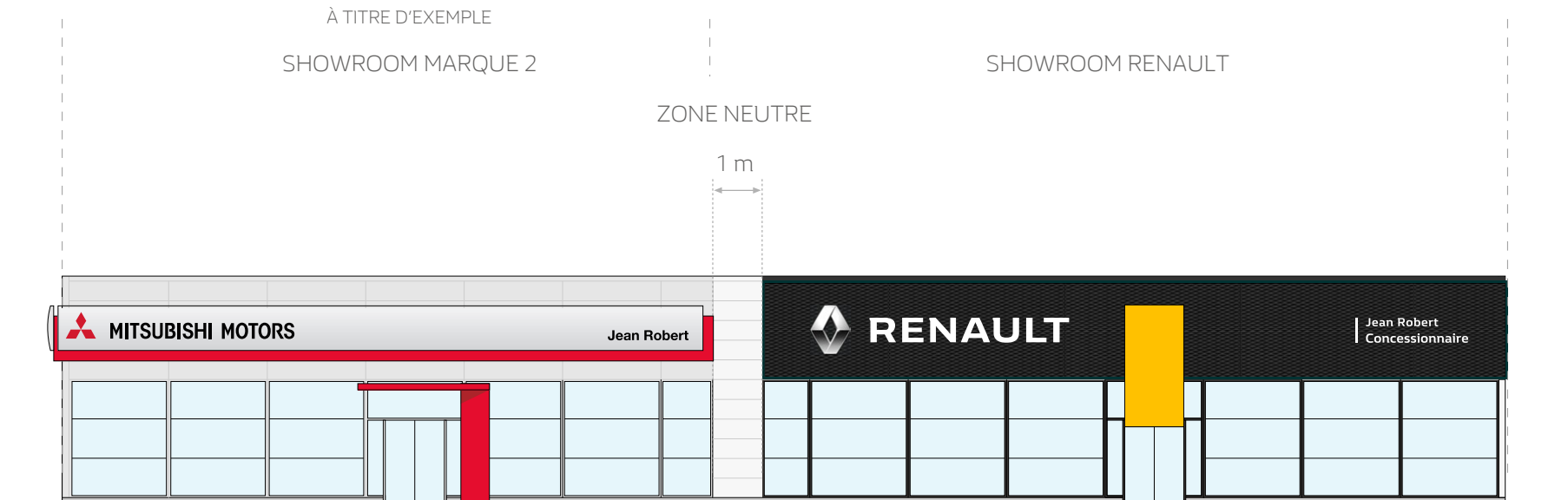
Lors des APS ou du survey, ces cas doivent faire l'objet de demande d'exception afin de les enregistrer dans la grille d'audit.

LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la séparation des façades - 2

### Adaptation du principe

- En cas d'impossibilité de réaliser une zone neutre de 3 m de largeur, il est primordial de préserver cette zone à 1 m de largeur.



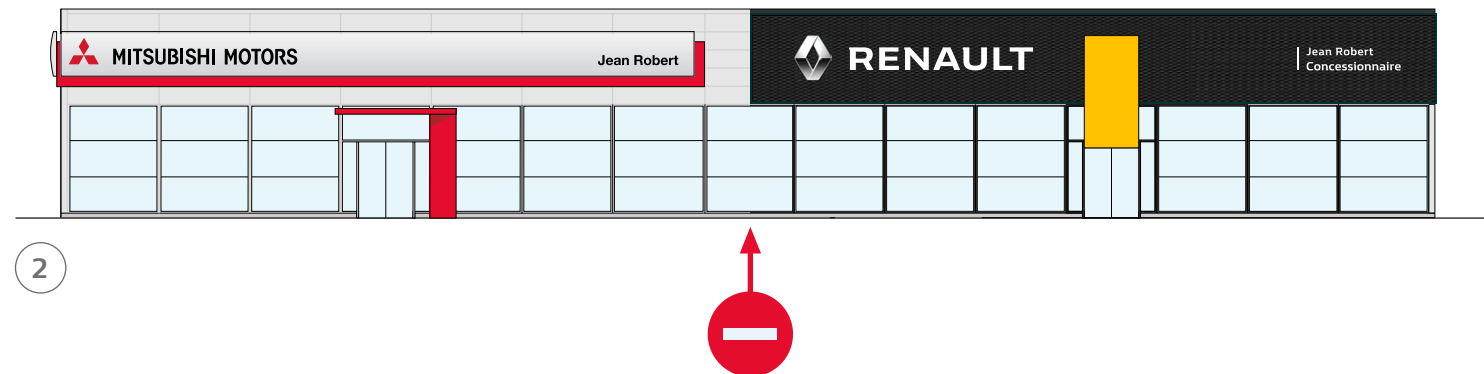
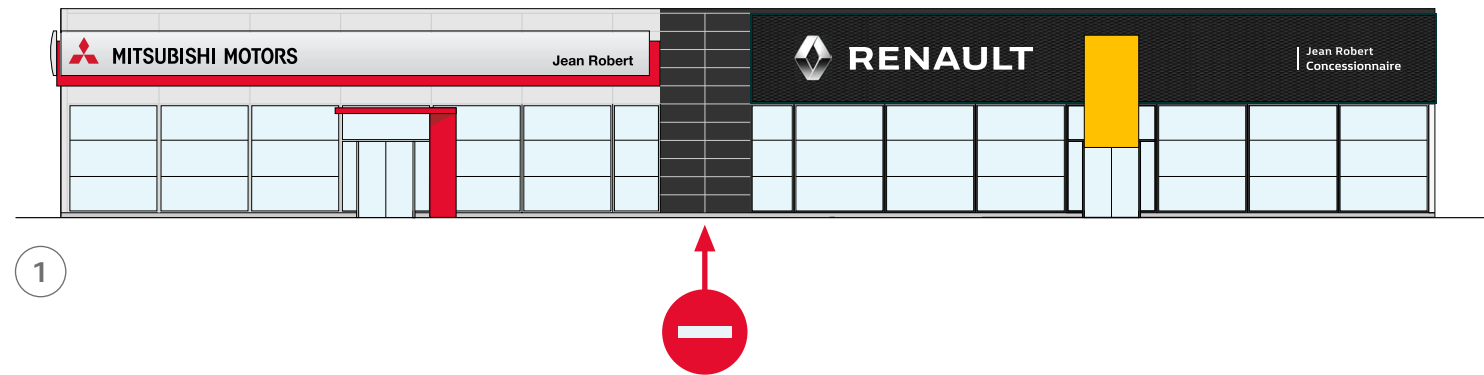


## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### la séparation des façades - 3

#### Interdits

- ① La zone de neutralisation doit rester blanche ou gris clair afin d'éviter de se confondre avec la couleur dominante de la façade Renault.
- ② Les parties vitrées des 2 showrooms ne peuvent pas être jointives mais doivent être interrompues par la zone de neutralisation.



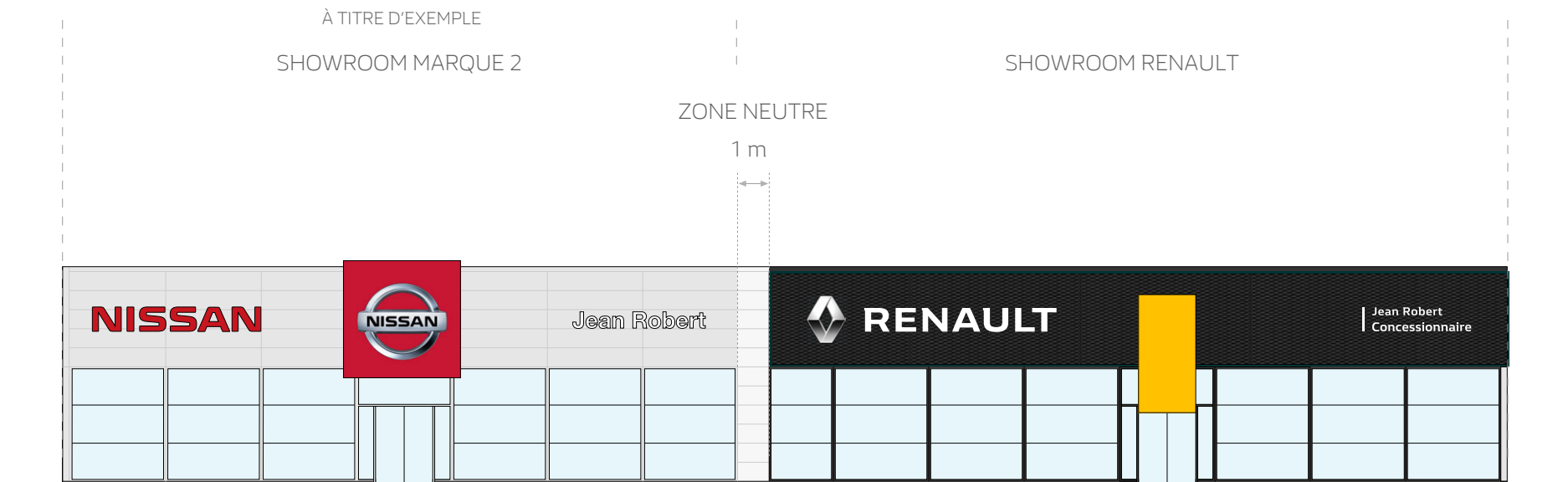
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la séparation des façades - 4

## Principe

L'espace de neutralisation peut être pris sur le showroom Renault lorsqu'il n'obère pas l'application du système d'identité :

- Position de la signature,
- Présence de l'imposte,
- Respect des distances minimales entre les composantes.



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

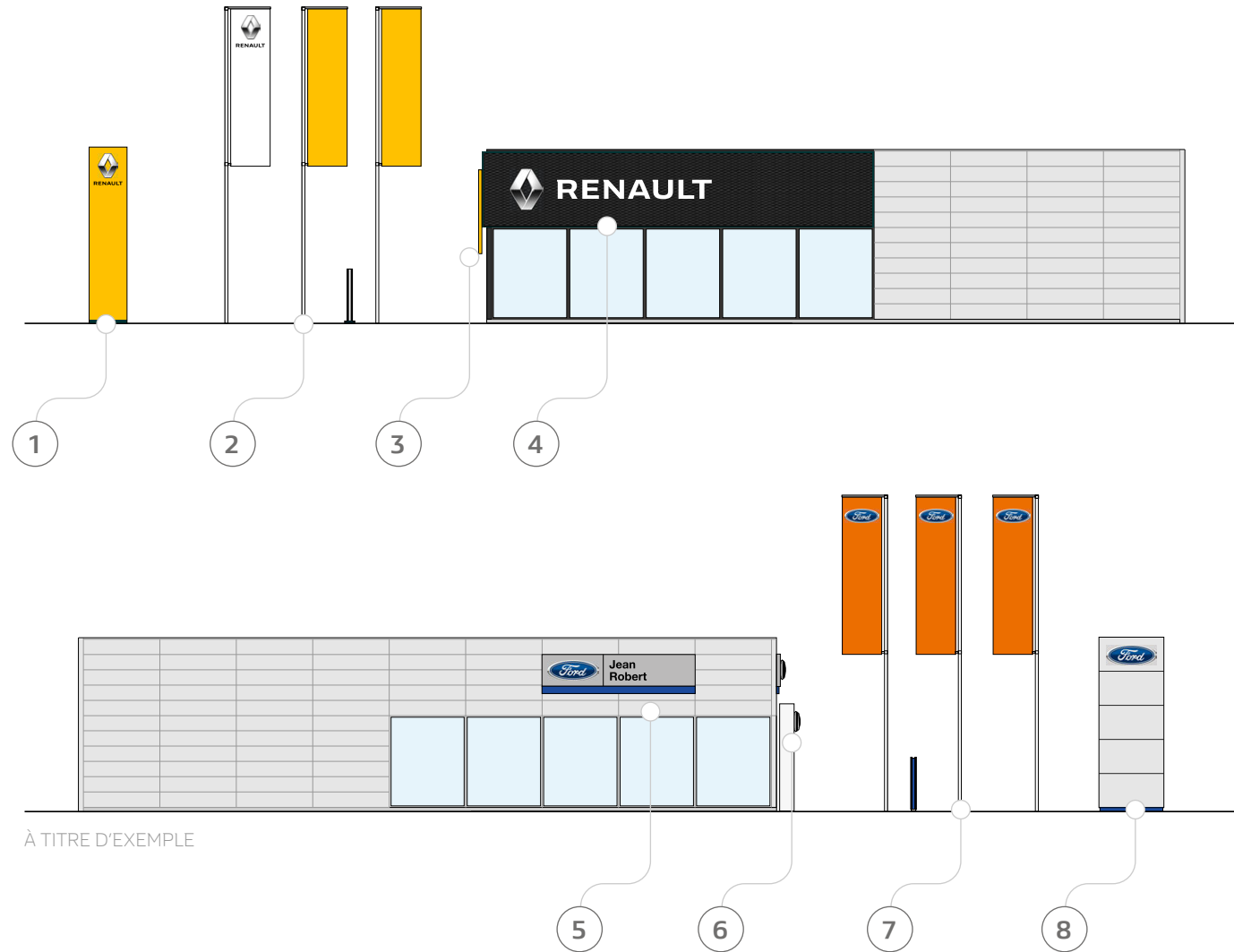
## les façades secondaires

## Règle d'implantation

- Les façades secondaires sont respectivement identifiées par les systèmes signalétiques de chacune des marques.

## Les composantes

- ① Le totem Renault
- ② Les drapeaux Renault
- ③ L'imposte et les marquages adhésifs
- ④ Le marquage de façade sur la résille
- ⑤ Le bandeau marque 2
- ⑥ Le marquage d'entrée marque 2
- ⑦ Les drapeaux marque 2
- ⑧ Le totem marque 2



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

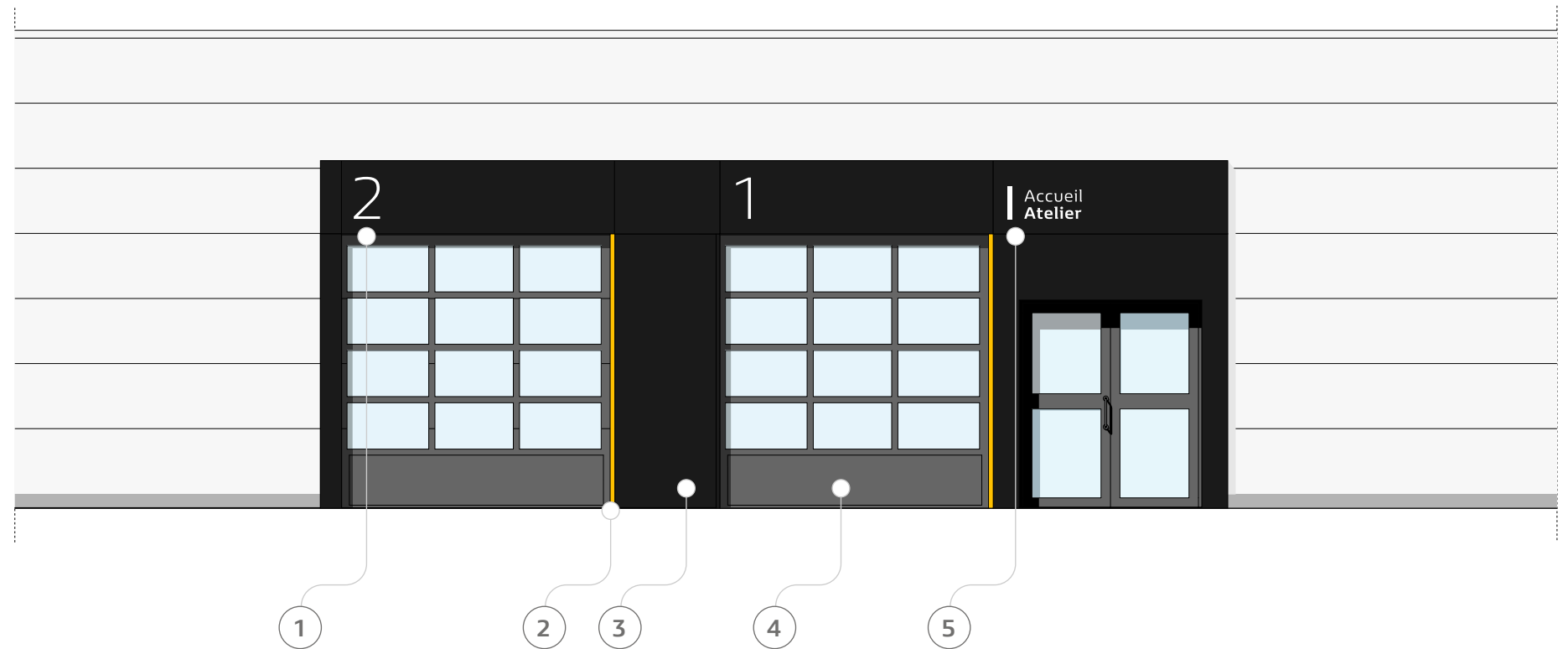
## la façade après-vente Renault

## Règle d'implantation

- Cette configuration identique à celle des sites Renault Store correspond à des ateliers séparés pour chacune des marques.

## Les composantes

- ① La numérotation
- ② La barrette verticale jaune
- ③ L'habillage des baies gris foncé métallisé
- ④ La porte d'atelier gris RAL 7021
- ⑤ Le marquage d'identification



## Nota

Voir la partie du Guide d'implantation consacrée aux baies d'atelier pour découvrir les différentes configurations possibles.

## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

# la façade après-vente commune

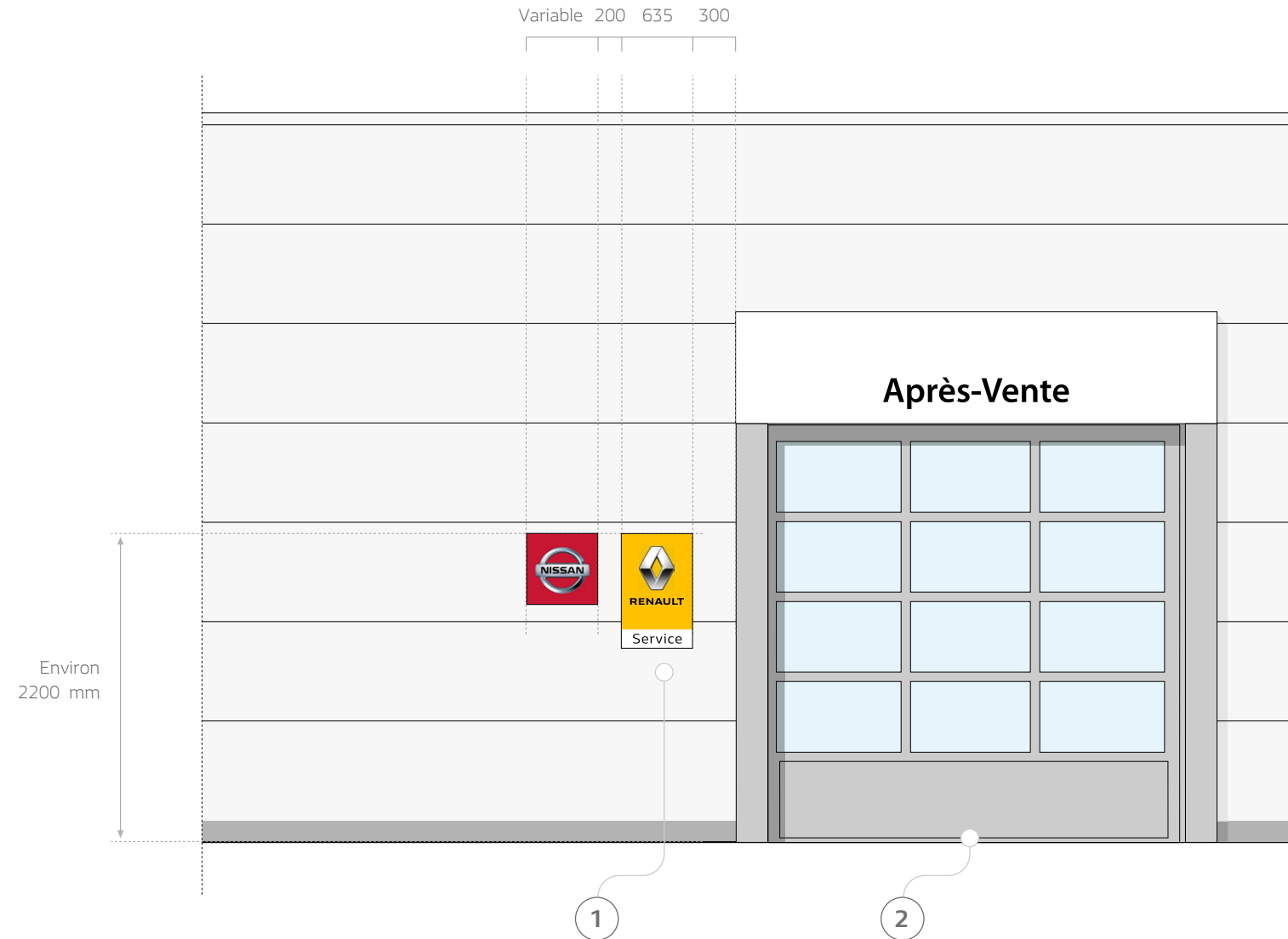
### Règle d'implantation

Dans le cas de baie d'atelier commune aux 2 marques, l'identification de l'Après-Vente se fait par la signalétique d'une baie d'atelier utilisant les éléments suivants :

- ① Panneaux d'identification pour chacune des marques, de dimensions similaires, positionnés du même côté et à la même hauteur.
- ② Bandeau d'identification neutre sur porte d'atelier avec nom d'activité générique.

### Nota

La plaque Service Renault existe en 2 versions, rétroéclairées avec losange en relief ou opaque avec la face imprimée. Se reporter au cahier des charges "Plaques Service".



LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

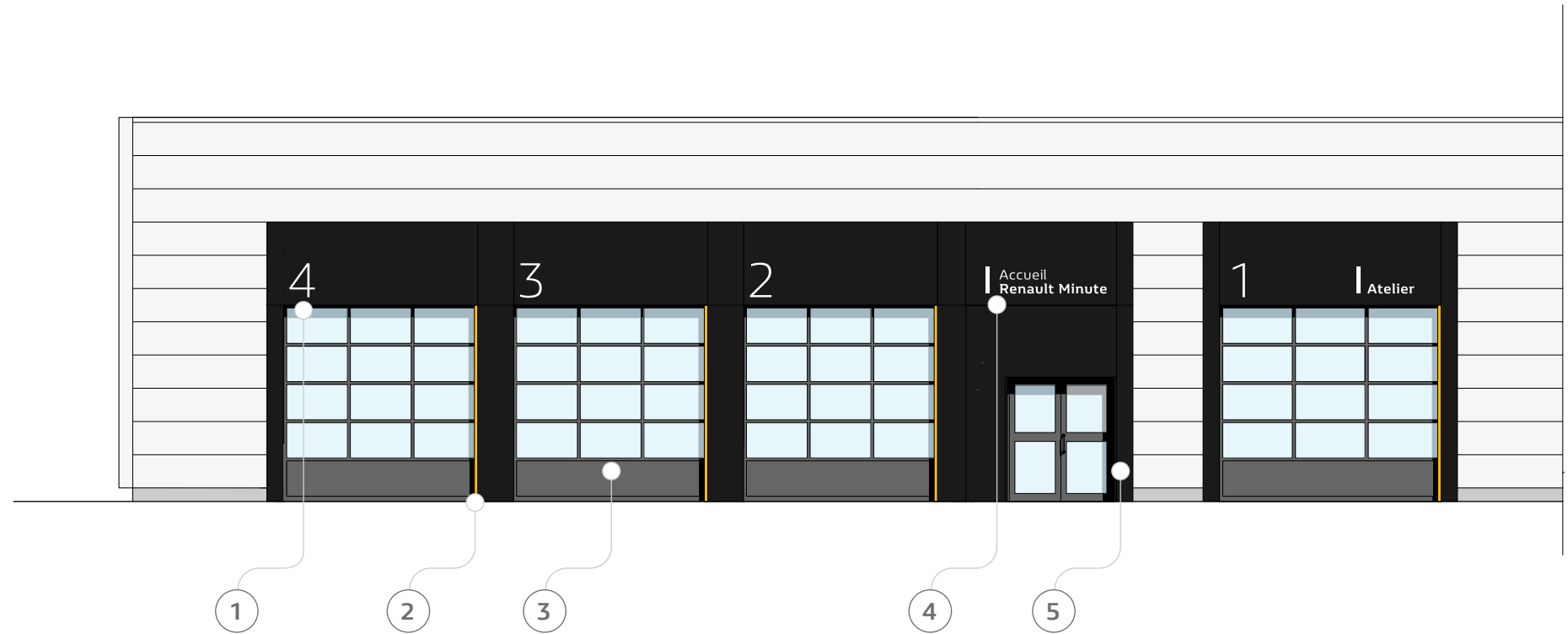
## la façade Renault Minute

### Règle d'implantation

- Cette configuration identique à celle des sites Renault Stores correspond à des ateliers séparés pour chacune des marques.

### Les composantes

- ① La numérotation
- ② La barrette verticale jaune
- ③ La porte d'atelier gris RAL 7021
- ④ Le marquage d'identification
- ⑤ L'habillage des baies gris foncé métallisé



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### l'organisation des abords

#### ① Le parking clients Renault

Le cheminement piétons relie le parking clients à l'entrée du showroom tout en passant devant les expositions extérieures.

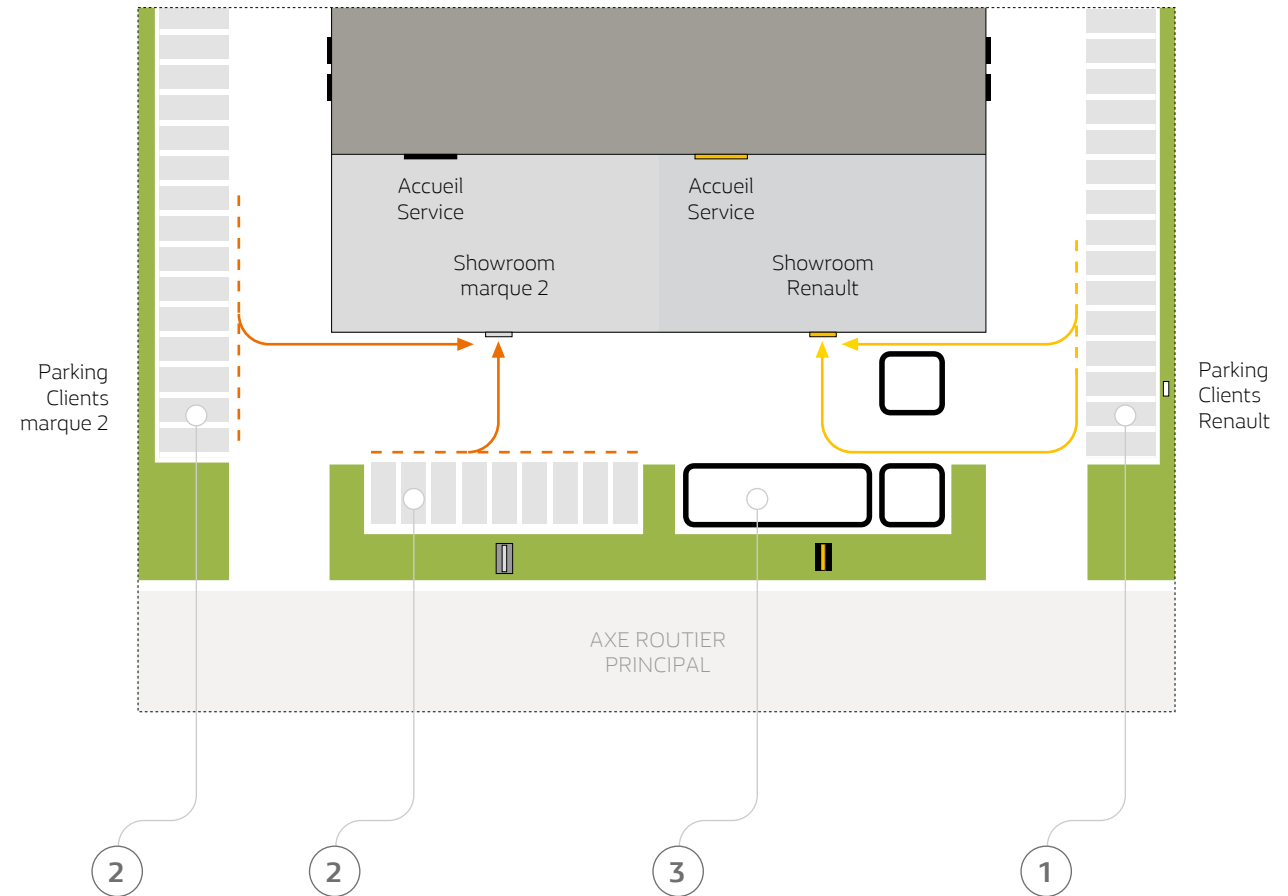
La réception Après-Vente est intégrée dans le showroom.

#### ② Le parking clients marque 2

Le parking clients est relié à l'entrée du showroom dédié à la marque 2.

#### ③ Les expositions extérieures

Intégrées en façade principale devant le showroom, les expositions extérieures contribuent à l'animation du point de vente.



#### Nota

Le plan ci-dessus présente le cas générique comportant des ateliers séparés et une réception Après-Vente propre à chacune des marques.



## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### les composantes intérieures

#### Principe général

- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Store et ne sont pas spécifiques aux sites multimarques Renault.
- Les showrooms Renault Store sont classés en trois formats, déterminés par chaque pays selon la taille et le nombre de véhicules exposés.

LES COMPOSANTES	SHOWROOM FORMAT L	SHOWROOM FORMAT M	SHOWROOM FORMAT S
	> à 600 m <sup>2</sup> 20 véhicules et +	de 300 à 600 m <sup>2</sup> 10 à 20 véhicules	< à 300 m <sup>2</sup> 3 à 5 véhicules
Pupitre d'accueil	●	◐	○
Totem d'accueil	●	●	●
Canopée	●	◐	○
Mur de Marque	●	●	●
Lounge	●	●	◐
Bar de Marque	●	●	◐
Zone Actu	●	●	●
Pôles thématiques	●	●	◐
Configurateur	●	●	●
Mobilier accessoires	●	◐	◐
Vitrine des miniatures	●	◐	◐

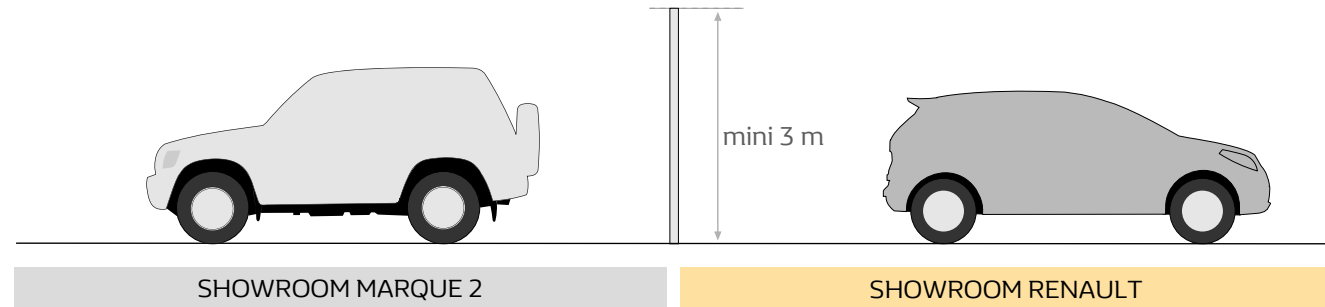
●	Obligatoire
◐	Optionnelle
○	Non applicable

## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

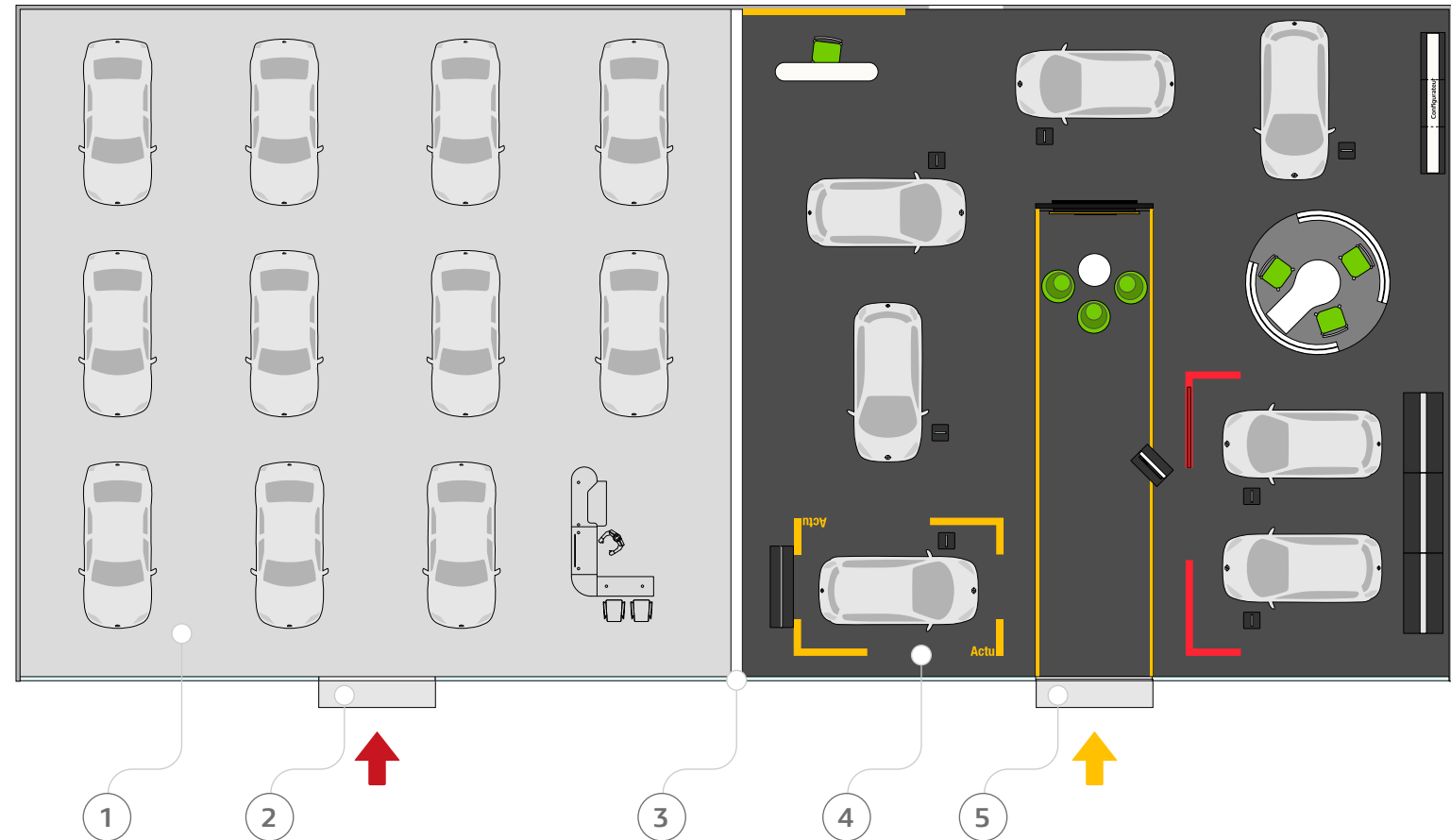
## la séparation des showrooms

## Principe général

- La séparation des showrooms doit idéalement couvrir toute la largeur et toute la hauteur (à minima cloison de 3 m sur 60% de la ligne de séparation).
- La superficie des showrooms doit être cohérente avec les objectifs commerciaux de la Marque dans la Région.



- ① Showroom marque 2
- ② Entrée dédiée marque 2
- ③ Cloison opaque
- ④ Showroom Renault
- ⑤ Entrée dédiée Renault



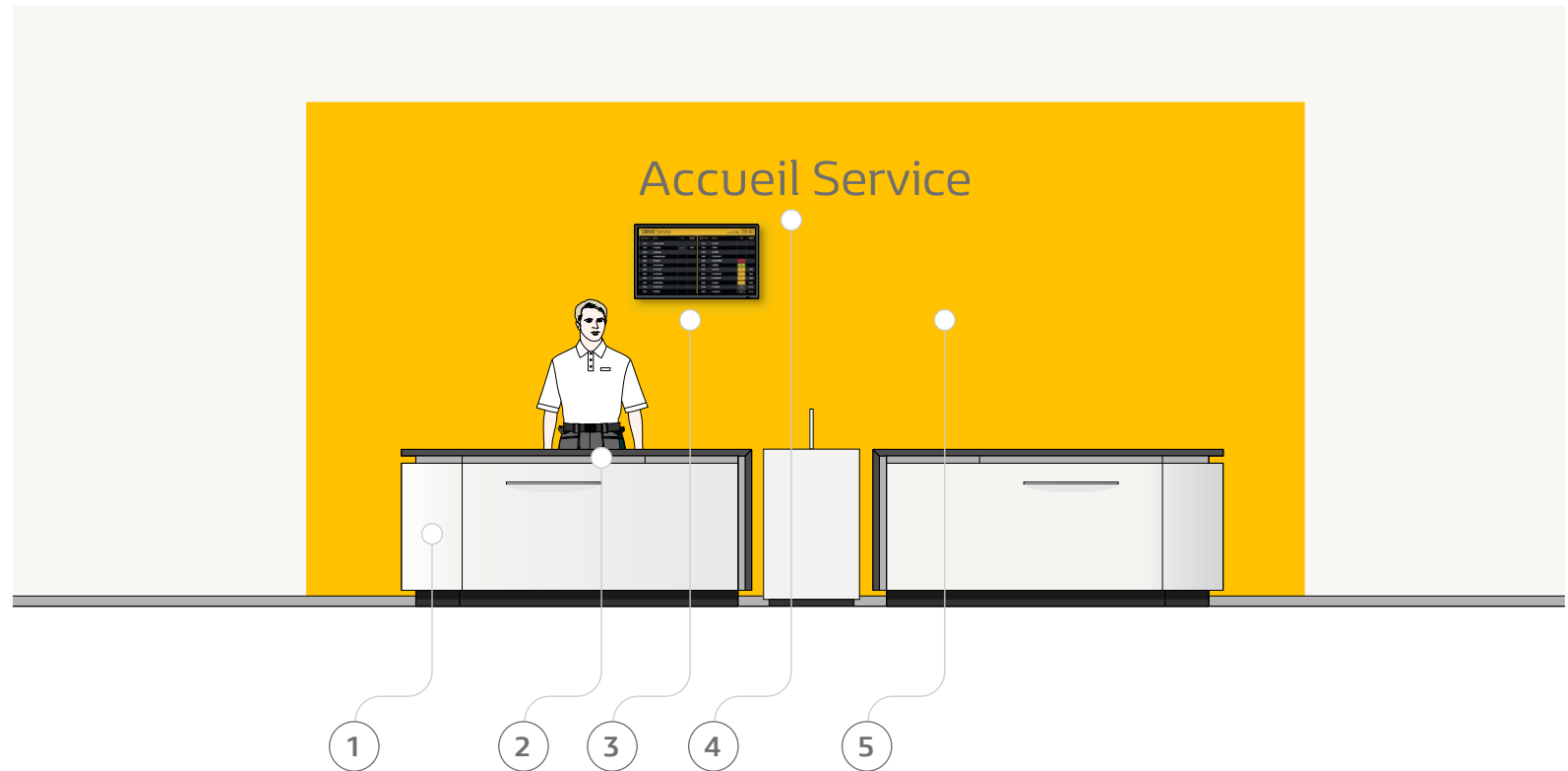
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

# la réception Après-Vente dédiée

### Le Conseiller Service Renault

- Réception Après-Vente située dans le showroom Renault (standards Renault Store)
- Le Conseiller Service Renault accueille les clients de la Marque.

- ① Mobilier d'accueil Après-Vente
- ② Conseiller Service Renault
- ③ Écran
- ④ Signalétique d'identification de la réception Après-Vente
- ⑤ Mur jaune



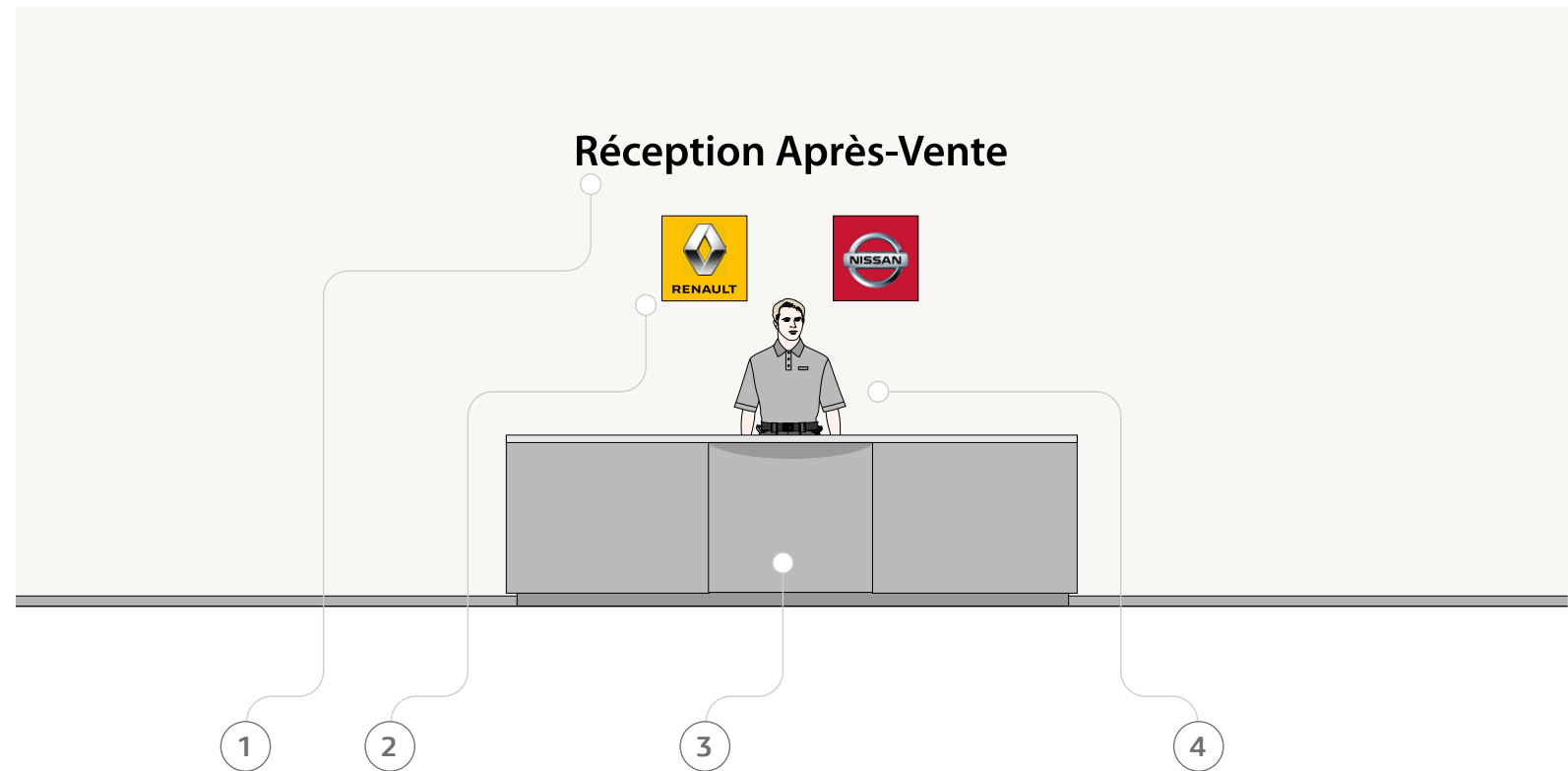
LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la réception Après-Vente commune

### Un Conseiller Service multimarque

- Réception Après-Vente située dans le showroom Renault (standards Renault Store) si possible, ou dans un environnement neutre.
- Le Conseiller Service multimarque accueille les clients des 2 marques.

- ① Signalétique d'identification de la réception Après-Vente
- ② Signature des marques de dimensions et d'impact similaires
- ③ Mobilier d'accueil neutre
- ④ Conseiller Service multimarque en tenue neutre



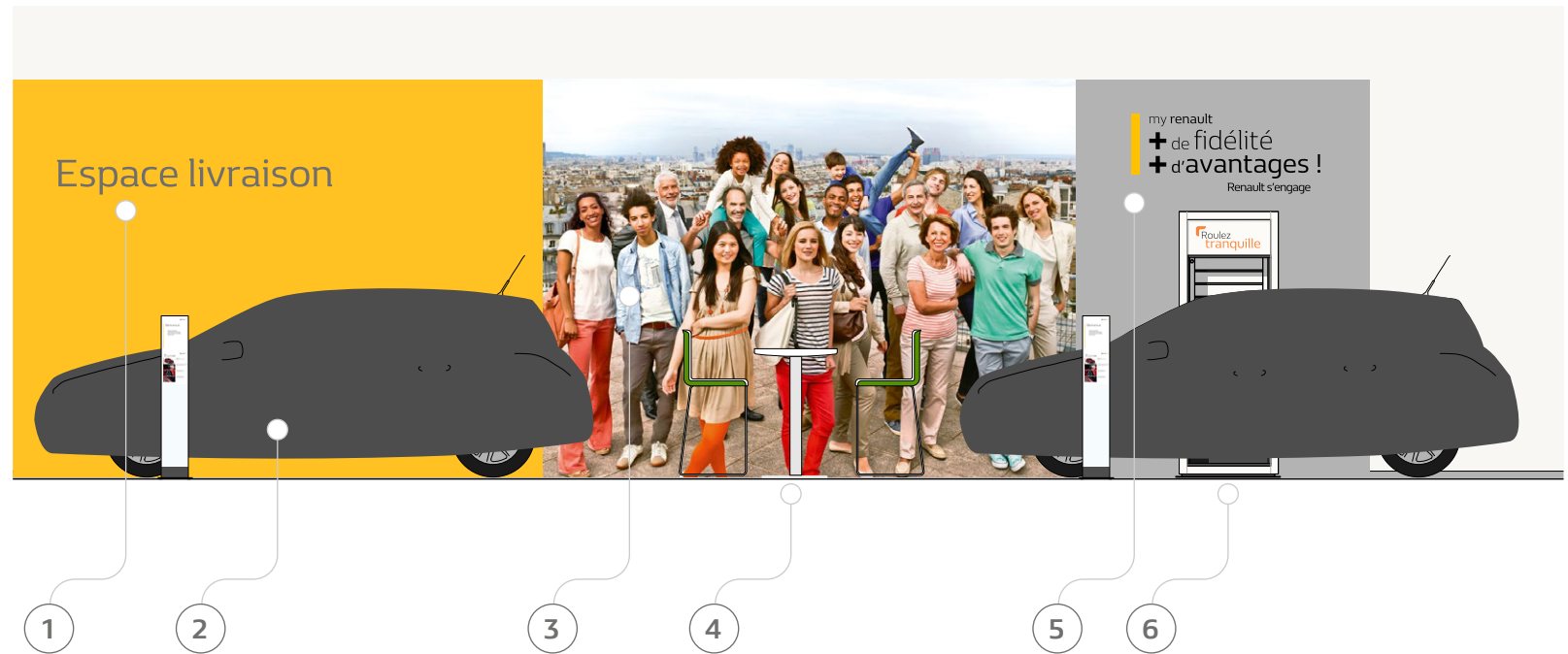
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

## la livraison dédiée

## Principe

- Chaque fois que cela est possible, la livraison des véhicules Renault se fait dans un Espace Livraison aux standards Renault Store.

- ① Signalétique d'identification de l'Espace Livraison
- ② Housse de véhicule Renault
- ③ Visuel Communauté
- ④ Espace d'accueil
- ⑤ Prise de parole "Engagements Renault"
- ⑥ Mobilier accessoires Livraison



# 3

## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

La signalétique extérieure	3.4
L'organisation des abords	3.19
Le showroom	3.20
La réception Après-Vente	3.22
La livraison	3.25

Pour retourner au sommaire général,  
cliquer sur le bouton.



LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## généralités

une plus grande  
souplesse  
d'identification

### LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

Les sites à 3 marques pourront nécessiter une plus grande souplesse dans l'application des composantes notamment en raison de longueurs de façade moins importantes.

Les showrooms des 3 marques sont séparés, accessibles par une entrée dédiée ou par une entrée commune.

L'activité Après-Vente est généralement réalisée de manière commune mais pourra être séparée selon les spécificités propres aux sites.



LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la façade-type



### ① Les showrooms autres marques

Les showrooms sont identifiés par les signalétiques respectives de chacune des marques.

### ② Le showroom Renault

Les éléments utilisés sont identiques à ceux des sites monomarques.

On privilégie l'utilisation de l'imposte pour le marquage d'entrée.

### ③ Les expositions extérieures

Les véhicules de démonstration sont exposés devant le showroom Renault.

### ④ La séparation des showrooms

Une zone de neutralité accentue la séparation entre les showrooms des 2 marques.



## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

### les composantes extérieures

#### Principe général

- Des composantes participent à la présence de la Marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Store et ne sont pas spécifiques aux sites multimarques Renault.
- On distinguera les sites périurbains, des sites urbains pour lesquels les contraintes d'implantation des composantes sont plus importantes.

LES COMPOSANTES	SITE RENAULT AVEC FAÇADE APRÈS-VENTE DÉDIÉE	SITE RENAULT AVEC FAÇADE APRÈS-VENTE COMMUNE
Drapeaux *	●	●
Totem	●	●
Enseigne en drapeau **	●	●
Marquages de façade	●	●
Marquages d'entrée	●	●
Signalétique directionnelle *	●	●
Signalétique des parkings *	●	●
Expositions extérieures *	●	●
Habillage des baies d'atelier	●	○
Plaques Service	○	●

● Obligatoire  
 ○ Non applicable

\* Composante obligatoire sur les sites périurbains  
 \*\* L'enseigne en drapeau remplace le totem sur les sites urbains

LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la présignalisation

### Principe général

Les marques cohabitent sur un même support.

Dans un souci d'harmonie, les marques sont disposées sur fond blanc neutre.

On veillera à préserver un équilibre entre les 3 marques par leurs dimensions respectives.

- ① Panneau bord de route
- ② Panneau Abribus
- ③ Panneau 4 x 3



### Nota

Les dimensions des panneaux sont données à titre d'exemple.

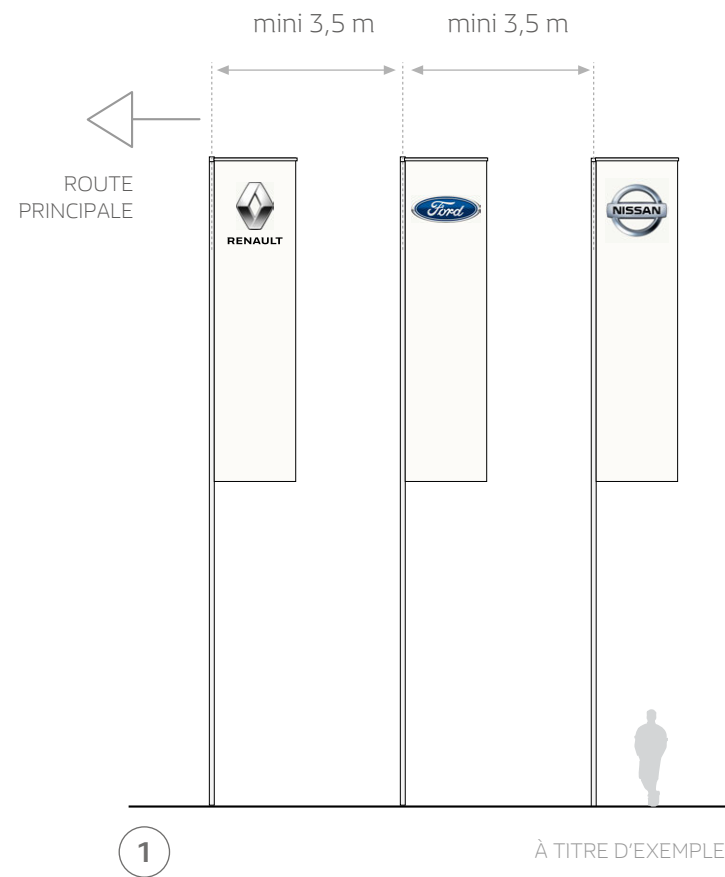
## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

### les drapeaux

#### Comment les implanter ?

- Sur un site multimarque, les drapeaux des 3 marques sont implantés par groupes de 3 de part et d'autre du site, de manière séparée.
- Dans un souci d'harmonie, les marques sont disposées sur un fond blanc neutre.
- On veillera à préserver un équilibre entre les 3 marques par leurs dimensions respectives.

#### ① Groupe de 3 drapeaux multimarques



#### Règle

Le drapeau Renault est, dans la mesure du possible, implanté le plus proche de la route principale.

## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

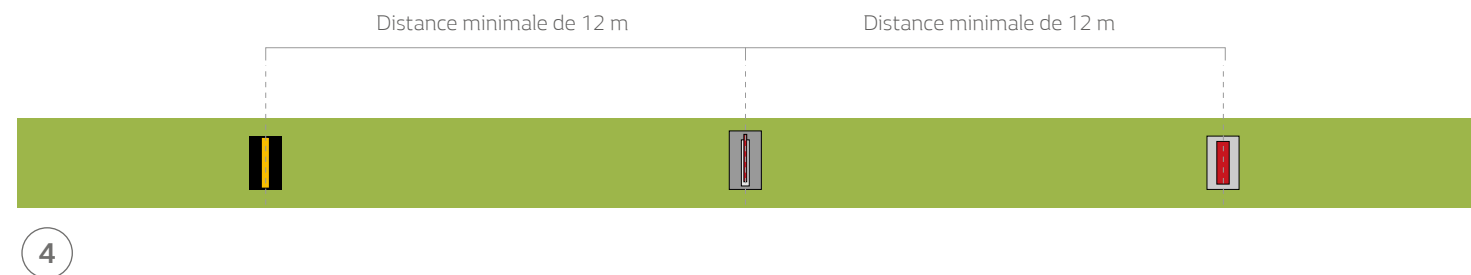
### les totems

#### Comment les implanter ?

- Les totems sont implantés en façade principale devant les showrooms, de préférence, dans l'axe de l'entrée dédiée à chaque marque.
- Dans le cas d'une entrée unique menant aux 2 showrooms, les totems sont implantés à l'axe de chacun des showrooms.
- Les dimensions des totems sont similaires afin d'obtenir un impact comparable.
- Les totems sont implantés à une distance minimale de 12 m afin de conserver leurs impacts respectifs.



- ① Totem Renault
- ② Totem marque 2
- ③ Totem marque 3
- ④ Distance minimale entre totems



LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

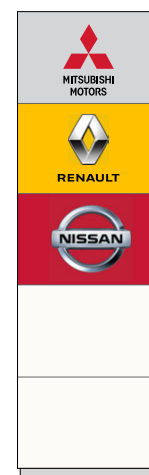
## les totems - interdits

### ① Totem multimarque

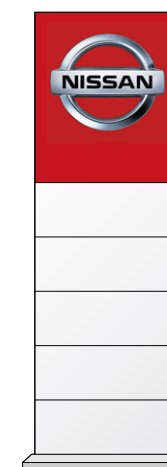
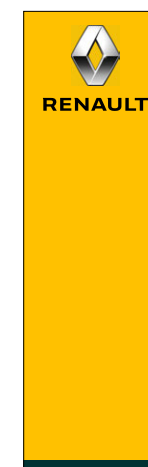
La signature Renault ne peut être intégrée sur un totem multimarque.

### ② Modification de la signature

Les dimensions et proportions du totem Renault sont immuables et ne peuvent en aucun cas être modifiées.



1



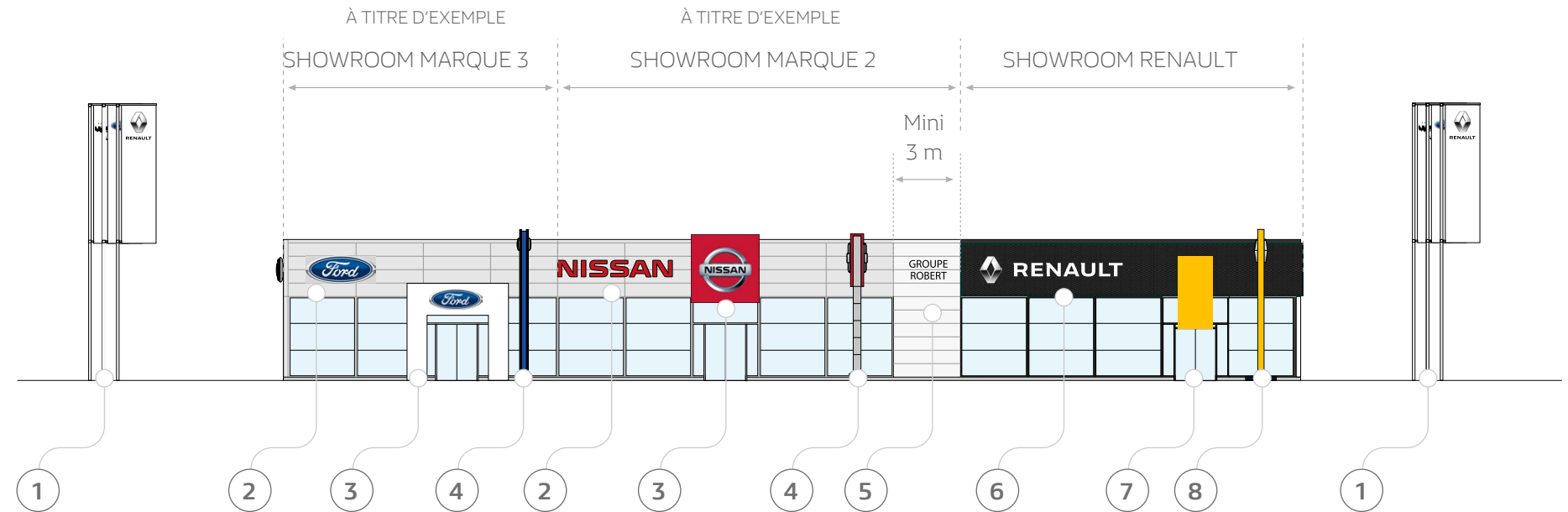
2

## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

### la façade principale

#### Règles d'implantation

- On observe une zone neutre de 3 m séparant les 2 showrooms.
- La façade du showroom Renault est identifiée comme un site Renault Store.
- La signalétique des entrées dédiées à chacune des marques s'applique.



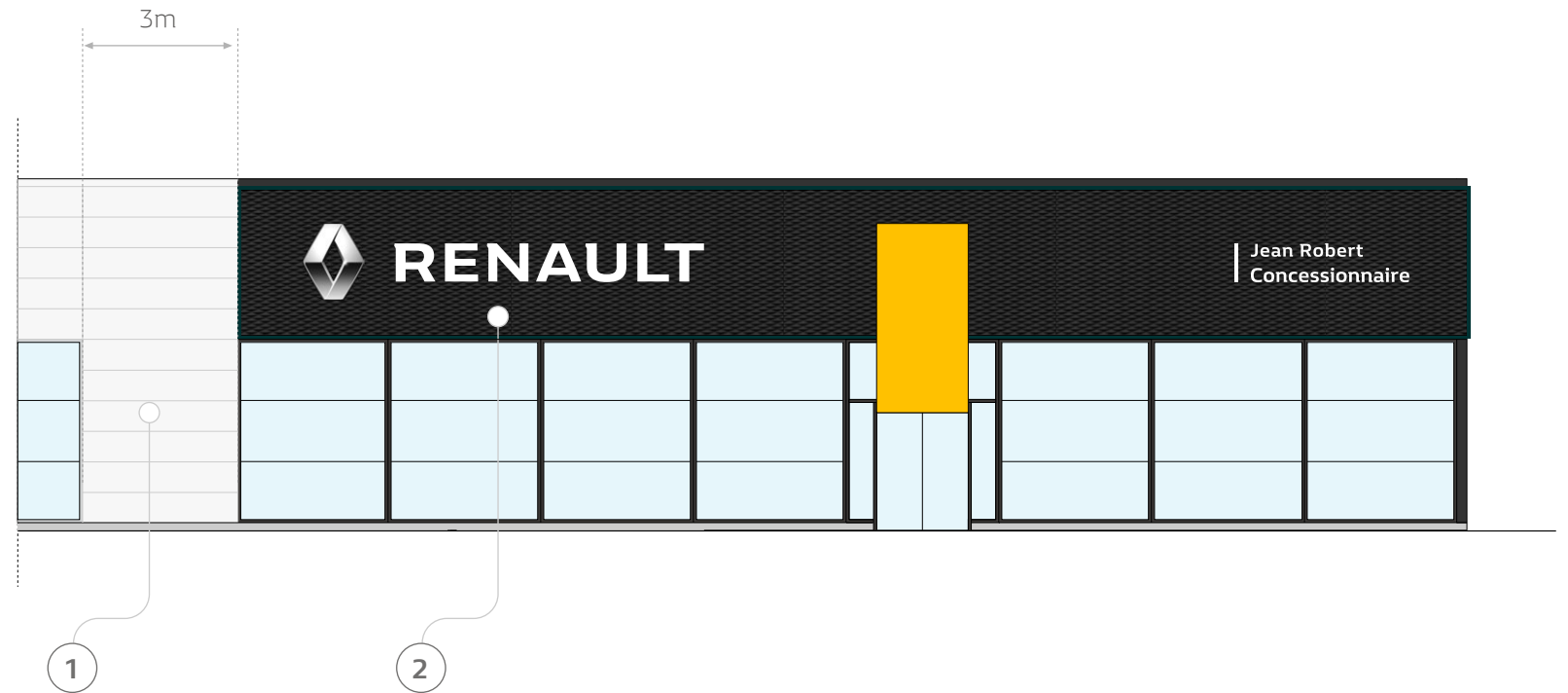
- ① Drapeaux des 3 marques
- ② Marquage de façade autres marques
- ③ Marquage d'entrée autres marques
- ④ Totem autres marques
- ⑤ Séparation neutre
- ⑥ Marquage de façade sur résille métallique
- ⑦ Imposte
- ⑧ Totem Renault

LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la façade du showroom Renault

### Règles

- ① Les façades sont séparées par un espace neutre.
- ② Les composantes s'appliquent comme dans tout Renault Store :
  - résille au dessus des parties vitrées,
  - imposte au dessus de l'entrèe
  - signature Renault et Raison Sociale de part et d'autre de l'imposte.

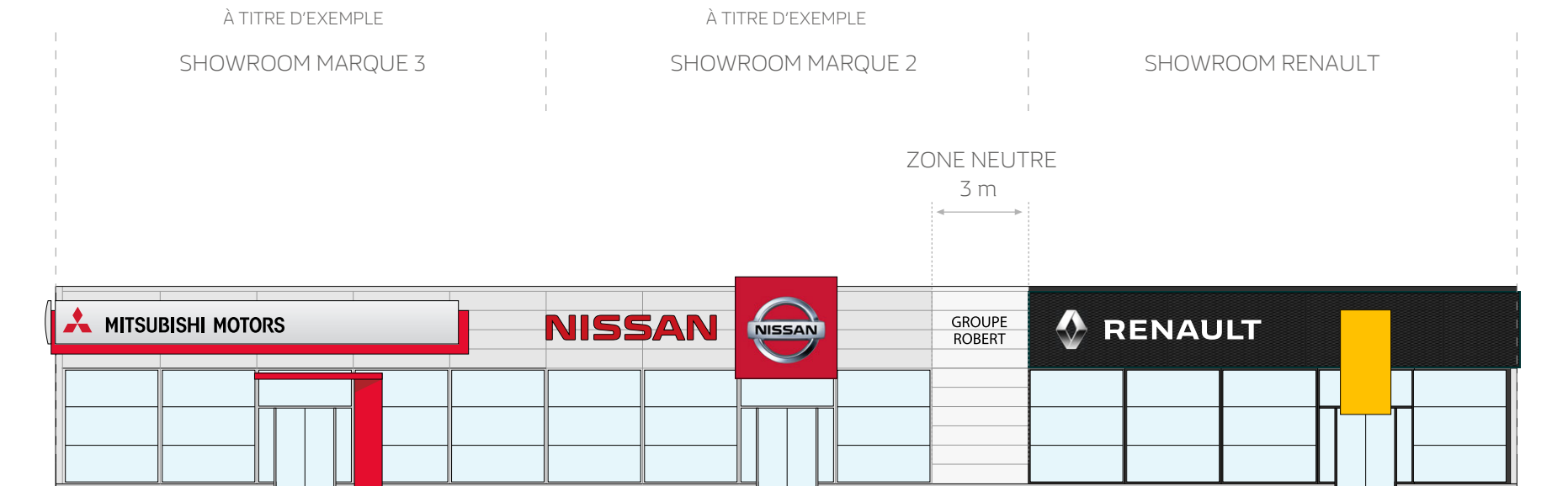


LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la séparation des façades - 1

### Principe générique

- Une neutralisation de 3 m est réalisée entre les façades afin de préserver l'impact des systèmes d'identification.
- Cette neutralisation se fait par :
  - la couleur neutre du bâtiment, blanche de préférence,
  - l'absence de signes dans cette zone de séparation.
- La neutralisation se fait sur toute la hauteur des parties vitrées.



### Nota

Selon les situations, des adaptations au cas par cas sont possibles lorsque le principe général ne peut être objectivement respecté :

- une impossibilité physique ou architecturale
- une réglementation précise et opposable
- un résultat contre-productif qui rendrait le système inefficace ou déséquilibré.

Lors des APS ou du survey, ces cas doivent faire l'objet de demande d'exception afin de les enregistrer dans la grille d'audit.



## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

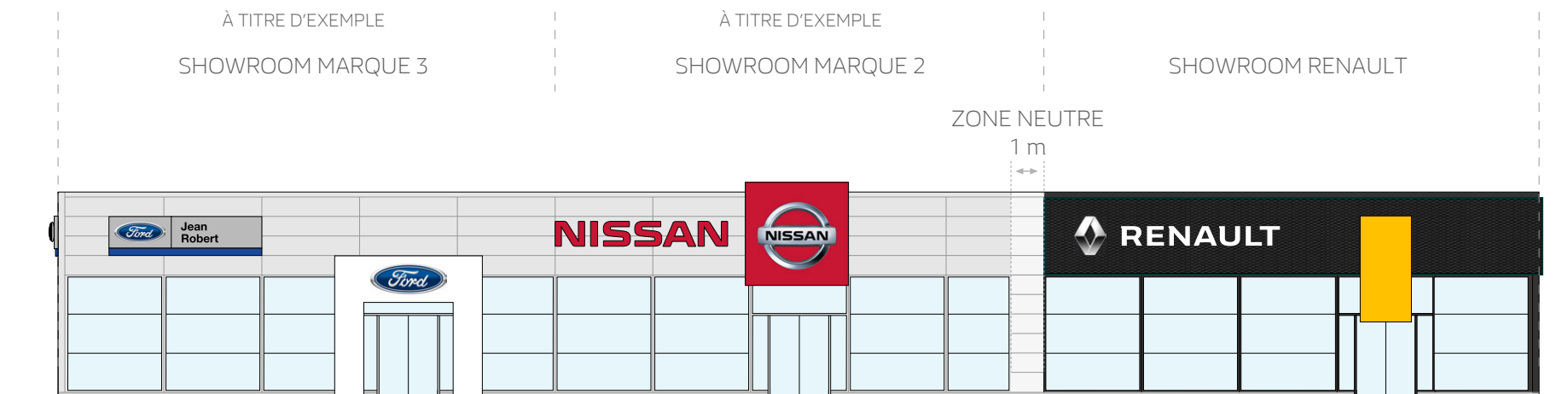
## la séparation des façades - 2

## Adaptation du principe

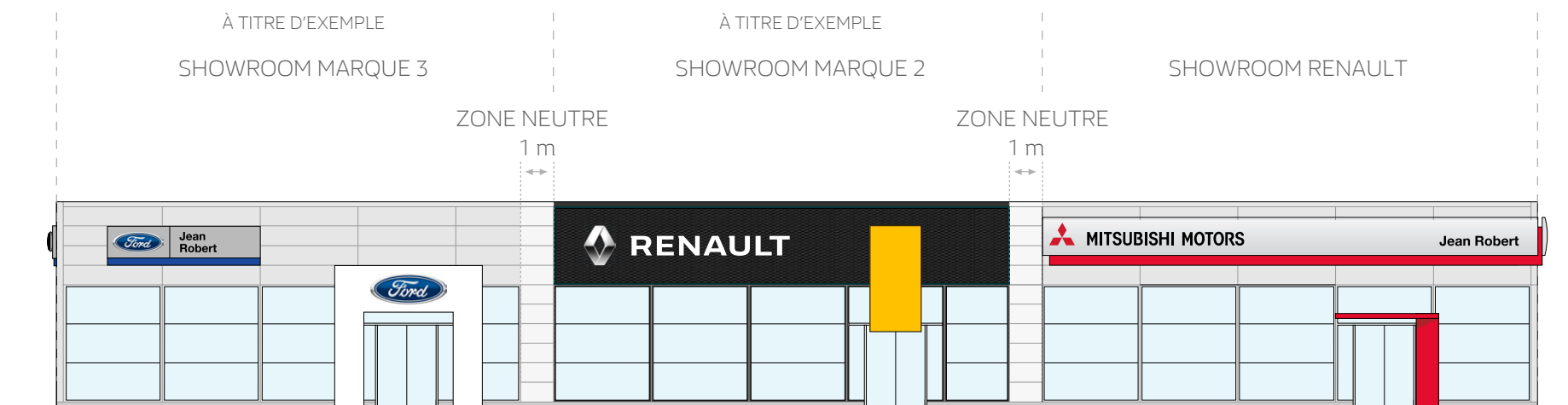
- En cas d'impossibilité de réaliser une zone neutre de 3 m de largeur, il est primordial de préserver cette zone à 1 m de largeur.
- Lorsque le showroom Renault est implanté entre 2 autres showrooms, la zone de neutralité est appliquée de chaque côté.

① Cas où le showroom Renault est implanté en angle de bâtiment.

② Cas où le showroom Renault est implanté entre les 2 autres showrooms.



①



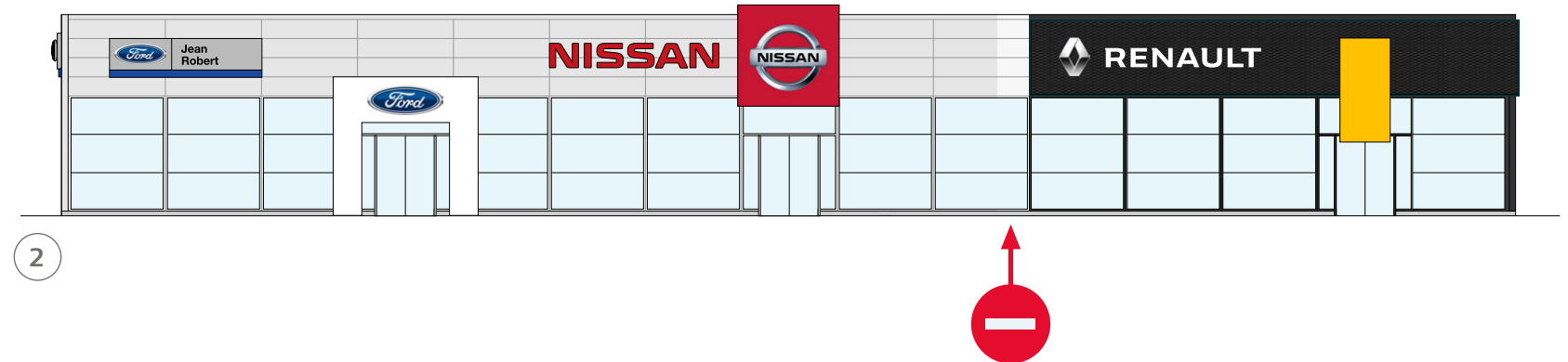
②

LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la séparation des façades - 3

### Interdits

- ① La zone de neutralisation doit rester blanche ou gris clair afin d'éviter de se confondre avec la couleur dominante de la façade Renault.
- ② Les parties vitrées des 2 showrooms doivent être séparées par la zone de neutralisation.

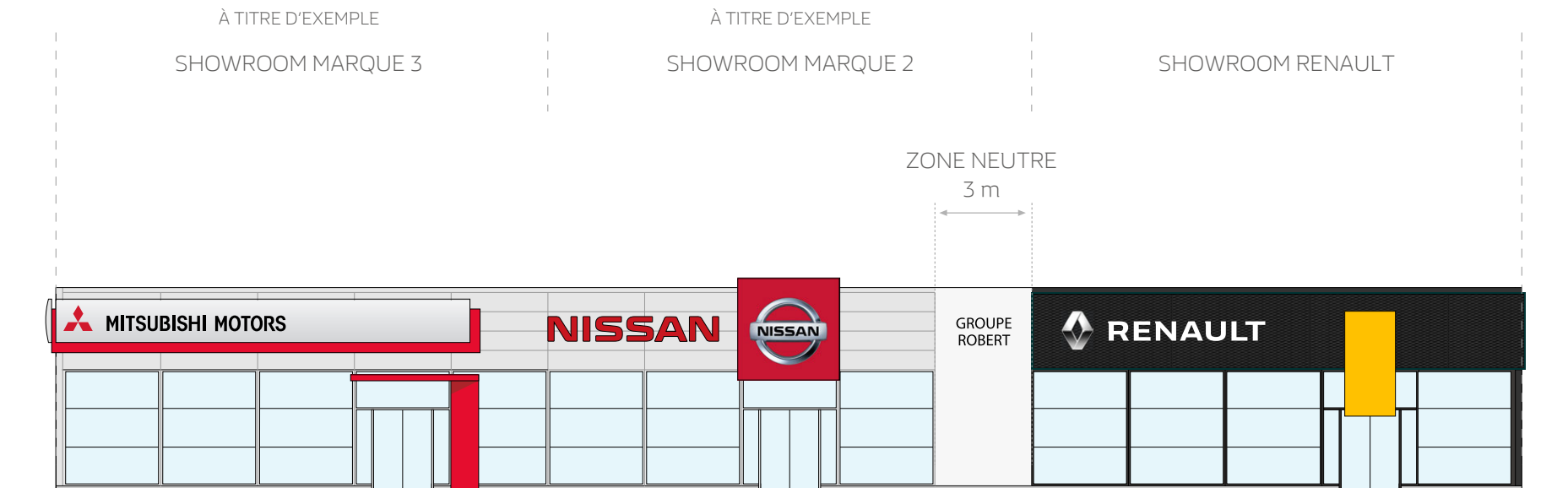


LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la Raison Sociale commune

### Principe générique

- Une Raison Sociale commune peut être apposée dans la zone de neutralisation.
- Cette Raison Sociale (indépendante des systèmes de marque) figure sur un élément de couleur blanc de préférence réalisé avec un matériau différent de la façade (ex. cassette vs bardage) afin de mieux s'en distinguer.



## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## les façades secondaires

## Règles d'implantation

- La façade secondaire du showroom Renault est identifiée de la même manière que la façade principale.
- La Raison Sociale est intégrée en façade secondaire lorsqu'elle ne figure pas en façade principale.

- ① Totem des 3 marques
- ② Les drapeaux des 3 marques
- ③ Le marquage de façade Renault sur la résille métallique
- ④ La Raison Sociale
- ⑤ Le marquage de façade autre marque

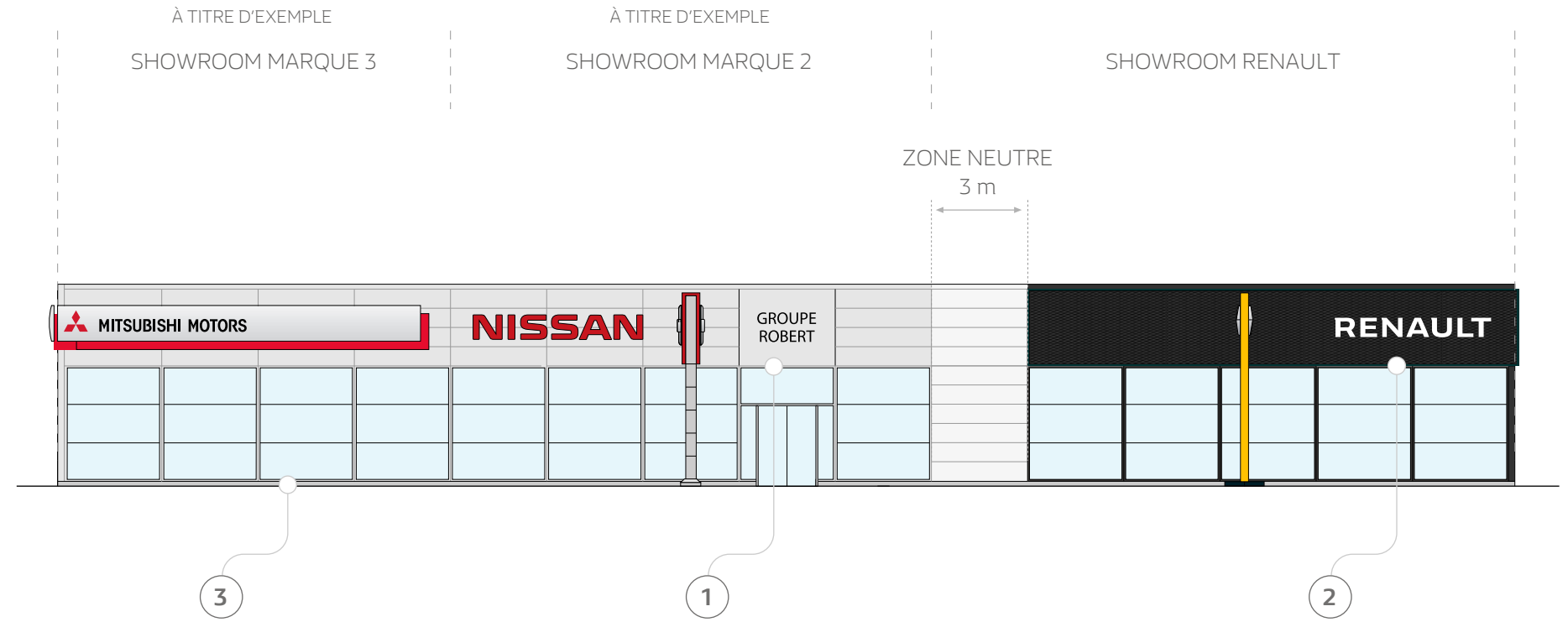


## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## les sites avec entrée commune

## Principes

- ① Lorsque l'accès aux showrooms de chacune des marques se fait par une entrée commune, à défaut de pouvoir inscrire la Raison Sociale dans les systèmes de marque, le nom du concessionnaire peut apparaître au-dessus de la porte d'entrée commune aux 3 showrooms.
- ② La signature Renault peut être alignée à droite de la façade afin de gagner en impact.
- ③ Les totems de chacune des 3 marques sont implantés dans l'axe des showrooms respectifs.



## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

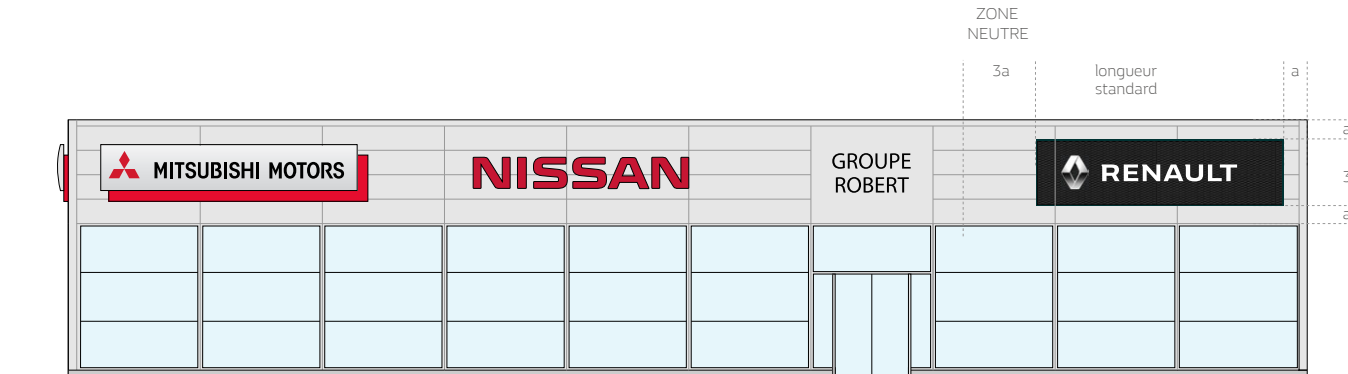
## les façades étroites

## Principes

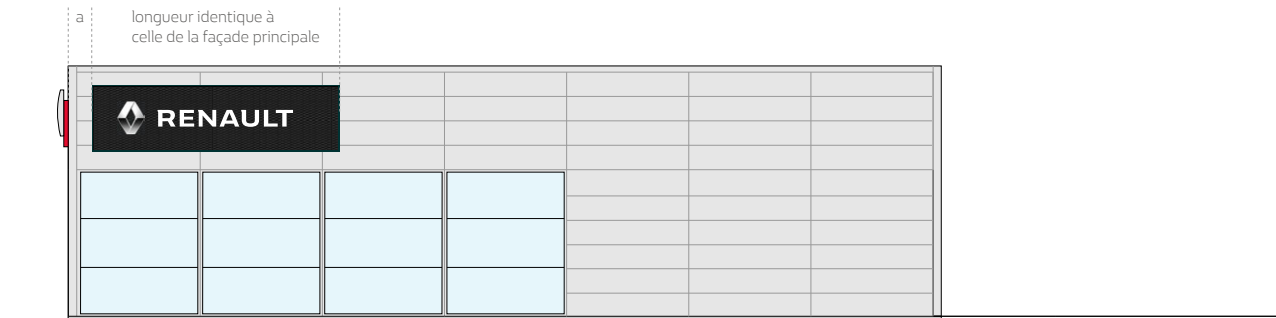
- Lorsqu'il ne sera pas possible d'habiller l'ensemble du fronton de façade du showroom Renault avec de la résille, on utilisera la signature des façades aveugles.
- La dimension de cette signature sera déterminée selon la hauteur du fronton.
- La hauteur de la signature ne pourra être supérieure aux  $\frac{3}{5}$  de la hauteur du fronton.
- Elle sera positionnée à minima à  $\frac{1}{5}$  du bord du fronton du showroom Renault.
- La couleur de façade sera homogène afin de créer une harmonie de la façade.
- Une zone de neutralisation égale à  $3a$  sera à observer entre la signature et les éléments de signalétique de la marque 2.
- Une signature Renault de même hauteur sera implantée en façade secondaire.

① Façade principale

② Façade secondaire



①



②

## Nota

Les dimensions standards de cette signature sont décrites dans le Cahier des Charges techniques des marquages de façade (cf. pages 19 & 25). Il s'agit du marquage utilisé pour les façades aveugles.

LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

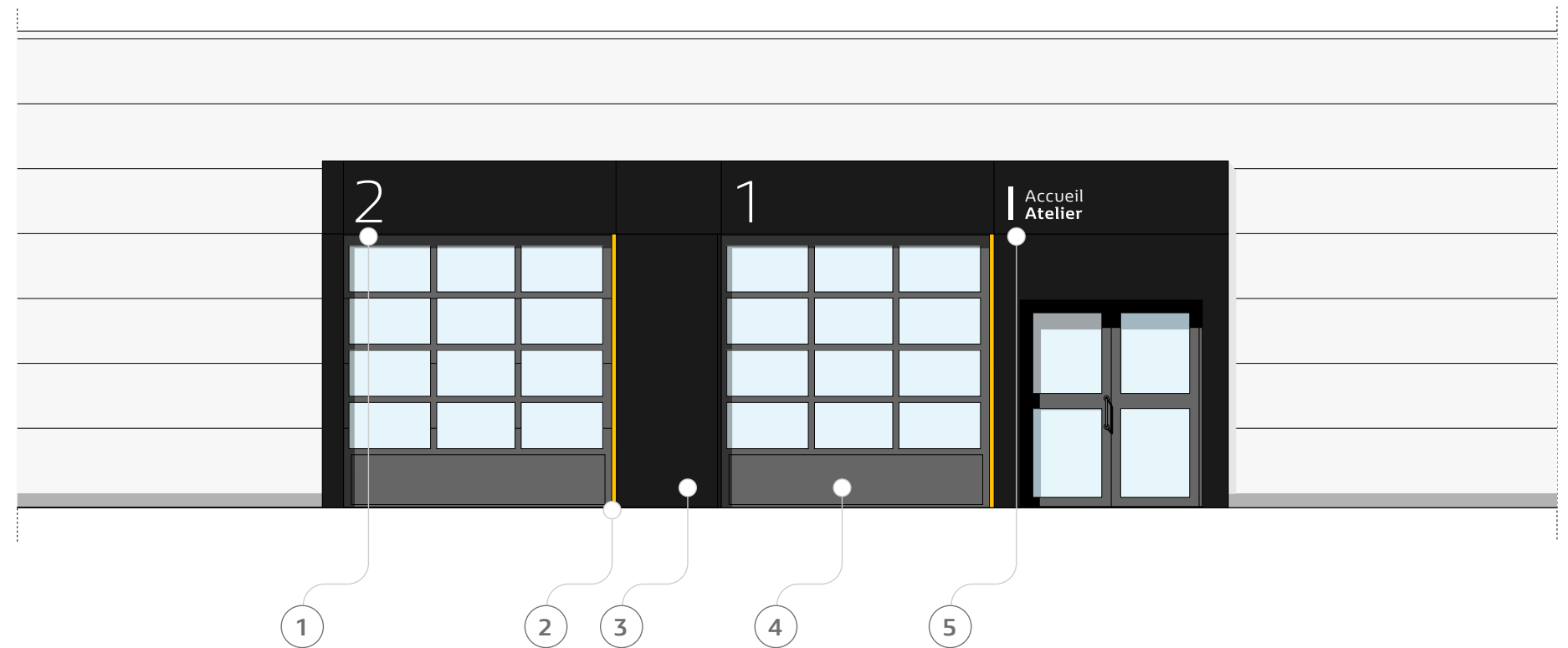
## la façade après-vente Renault

### Règle d'implantation

- Cette configuration identique à celle des sites Renault Store correspond à des ateliers séparés pour chacune des marques.

### Les composantes

- ① La numérotation
- ② La barrette verticale jaune
- ③ L'habillage des baies gris foncé métallisé
- ④ La porte d'atelier gris RAL 7021
- ⑤ Le marquage d'identification



### Nota

Voir la partie du Guide d'implantation consacrée aux baies d'atelier pour découvrir les différentes configurations possibles.

LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la façade après-vente commune

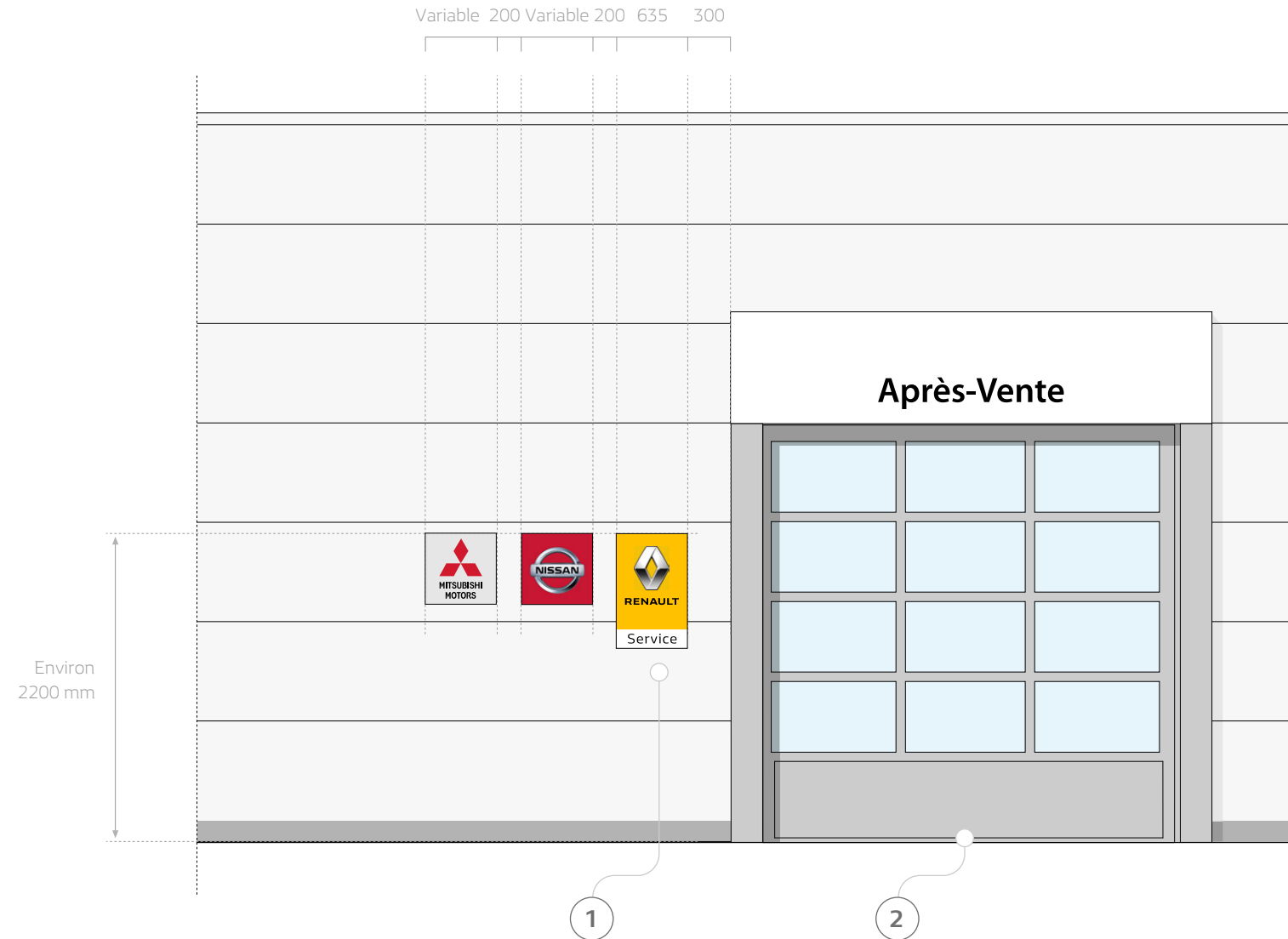
### Règle d'implantation

Dans le cas de baie d'atelier commune aux 3 marques, l'identification de l'Après-Vente se fait par la signalétique d'une baie d'atelier utilisant les éléments suivants :

- ① Panneaux d'identification pour chacune des marques, de dimensions similaires, positionnés du même côté et à la même hauteur.
- ② Bandeau d'identification neutre sur porte d'atelier avec nom d'activité générique.

### Nota

La plaque Service Renault existe en 2 versions, rétroéclairées avec losange en relief ou opaque avec la face imprimée. Se reporter au cahier des charges "Plaques Service".





## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## l'organisation des abords

## ① Le parking clients Renault

Le cheminement piétons relie le parking clients à l'entrée du showroom tout en passant devant les expositions extérieures.

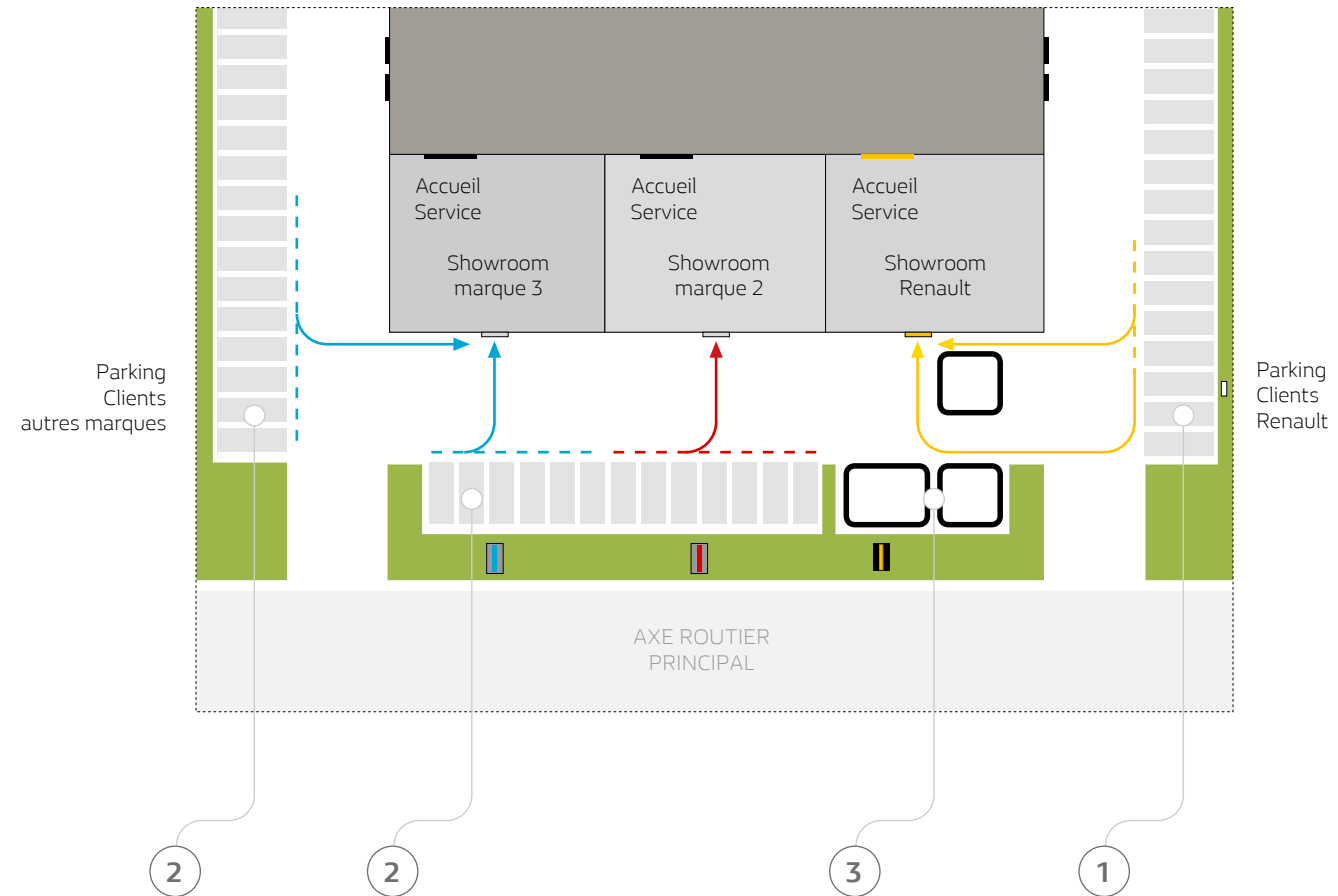
La réception Après-Vente est intégrée dans le showroom.

## ② Le parking clients marque 2

Le parking clients est relié à l'entrée du showroom dédié à la marque 2.

## ③ Les expositions extérieures

Intégrées en façade principale devant le showroom, les expositions extérieures contribuent à l'animation du point de vente.



## Nota

Le plan ci-dessus présente le cas générique comportant des ateliers séparés et une réception Après-Vente propre à chacune des marques.

## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## les composantes intérieures

## Principe général

- Des composantes participent à la présence de la Marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Store et ne sont pas spécifiques aux sites multimarques Renault.
- Les showrooms Renault Store sont classés en trois formats, déterminés par chaque pays selon la taille et le nombre de véhicules exposés.

LES COMPOSANTES	SHOWROOM FORMAT L	SHOWROOM FORMAT M	SHOWROOM FORMAT S
	> à 600 m <sup>2</sup> 20 véhicules et +	de 300 à 600 m <sup>2</sup> 10 à 20 véhicules	< à 300 m <sup>2</sup> 3 à 5 véhicules
Pupitre d'accueil	●	◐	○
Totem d'accueil	●	●	●
Canopée	●	◐	○
Mur de Marque	●	●	●
Lounge	●	●	◐
Bar de Marque	●	●	◐
Zone Actu	●	●	●
Pôles thématiques	●	●	◐
Configurateur	●	●	●
Mobilier accessoires	●	◐	◐
Vitrine des miniatures	●	◐	◐

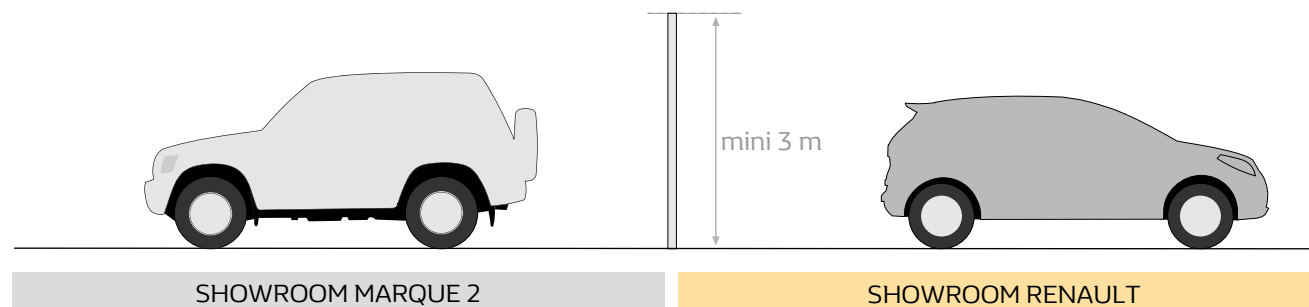
● Obligatoire  
 ◐ Optionnelle  
 ○ Non applicable

## LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

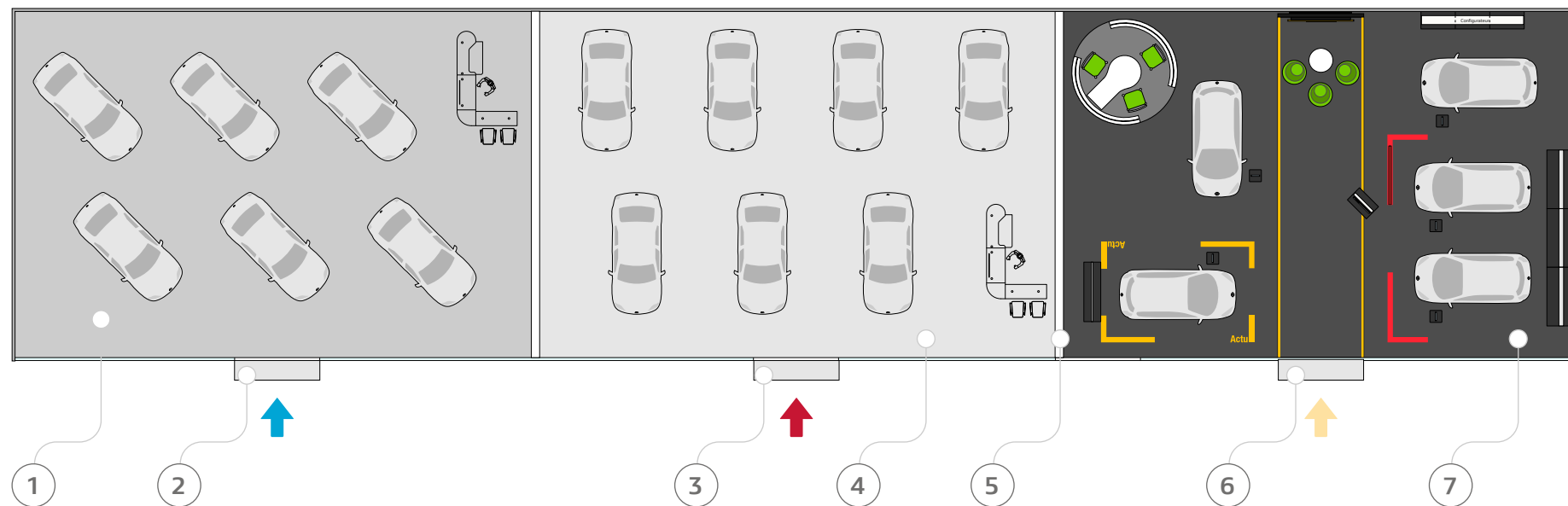
## la séparation des showrooms

## Principe général

- Idéalement, la séparation des showrooms doit couvrir toute la largeur et toute la hauteur (a minima cloison de 3 m sur 60% de la longueur).
- La superficie des showrooms doit être cohérente avec les objectifs commerciaux de la Marque de la Région.



- ① Showroom marque 3
- ② Entrée dédiée marque 3
- ③ Showroom marque 2
- ④ Entrée dédiée marque 2
- ⑤ Cloison opaque
- ⑥ Entrée dédiée Renault
- ⑦ Showroom Renault



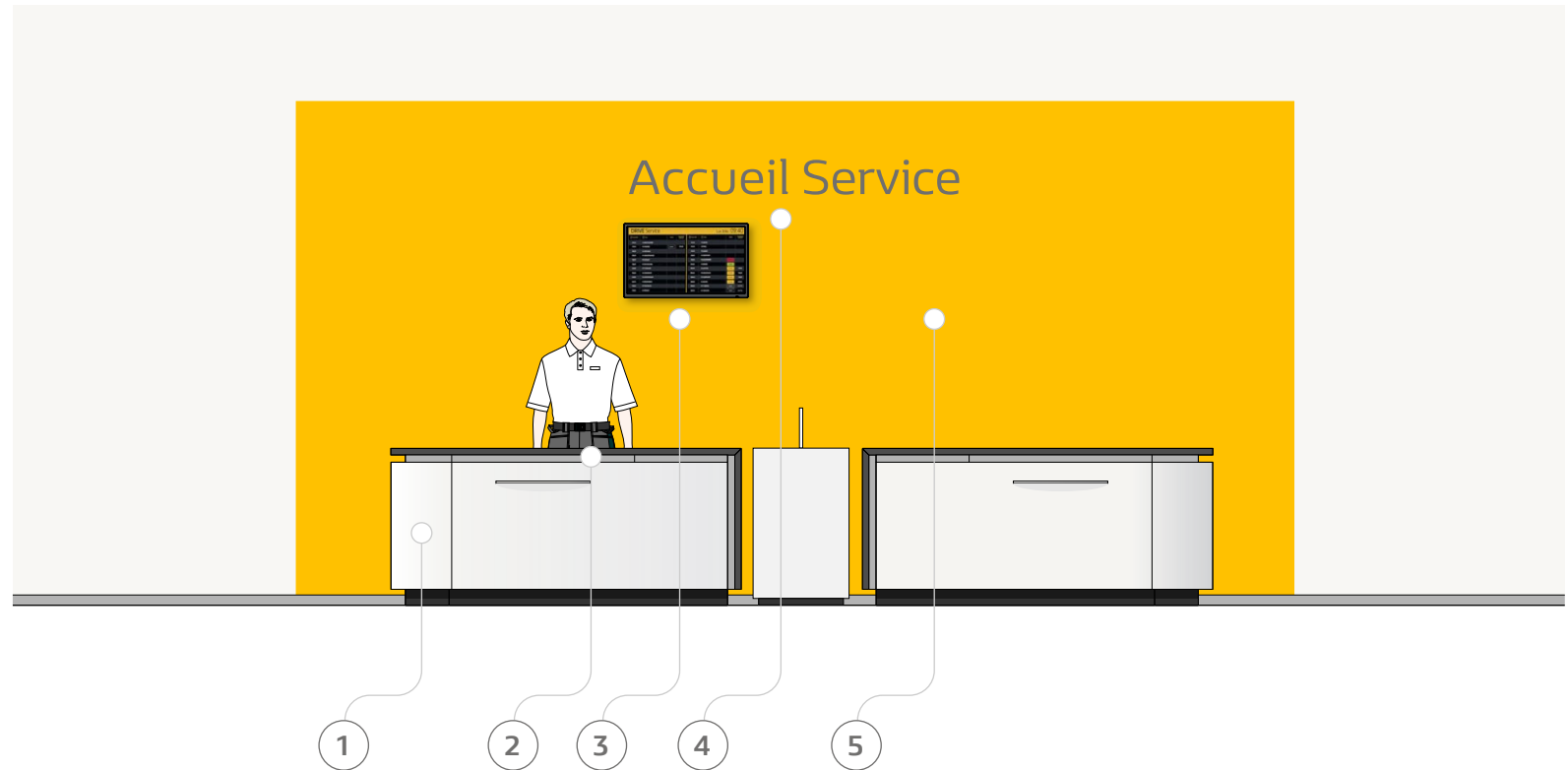
LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la réception Après-Vente dédiée

### Le Conseiller Service Renault

- Réception Après-Vente située dans le showroom Renault (standards Renault Store)
- Le Conseiller Service Renault accueille les clients de la marque.

- ① Mobilier d'accueil Après-Vente
- ② Conseiller Service Renault
- ③ Écran
- ④ Signalétique d'identification de la réception Après-Vente
- ⑤ Mur jaune



LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

## la réception après-vente commune

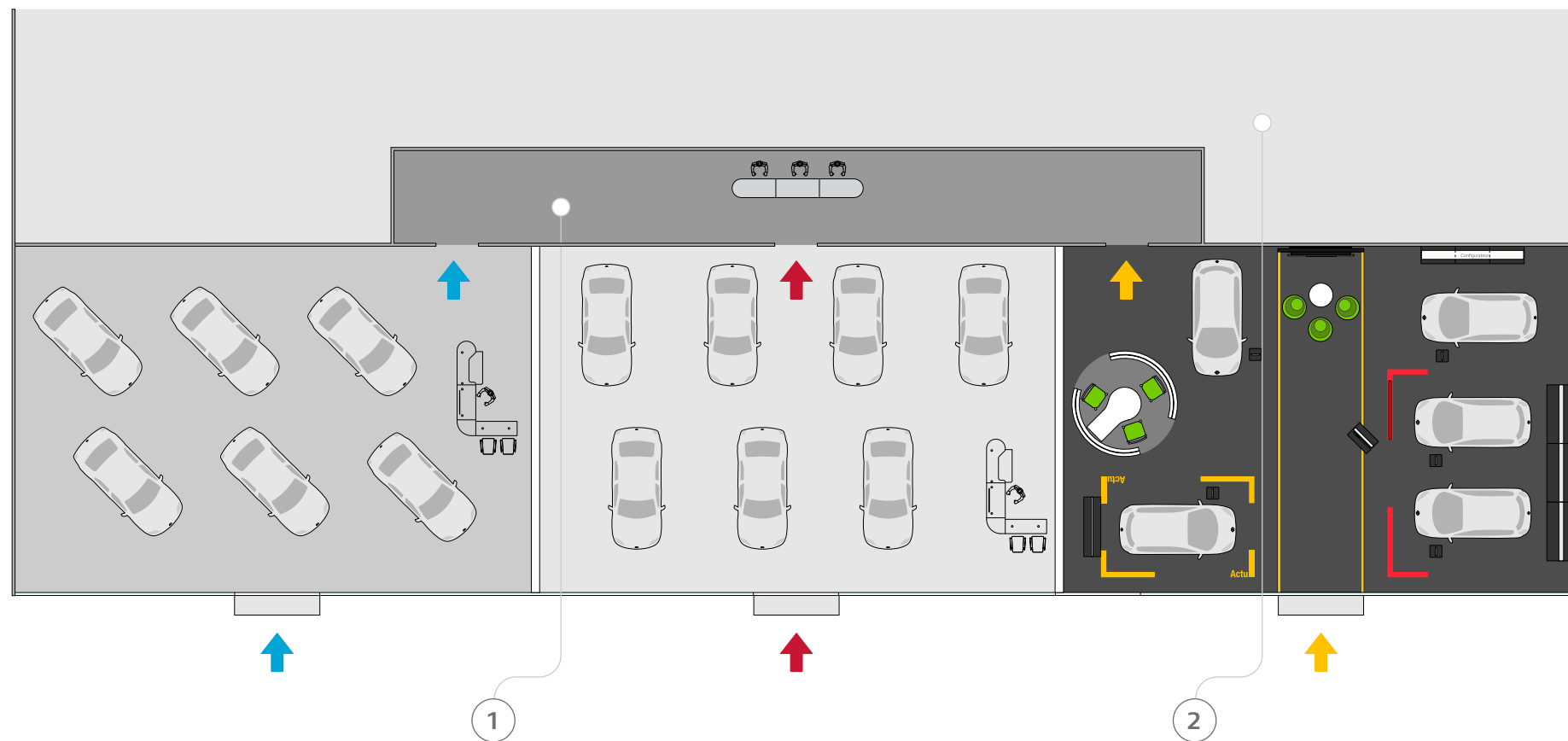
implantation

### Principes

- Idéalement, la séparation des showrooms est totale.
- Chaque showroom comporte une entrée dédiée.
- L'accès à la réception Après-Vente se fait à partir de chacun des showrooms.

① Réception Après-Vente commune

② Atelier commun



LES SITES RENAULT AVEC 2 AUTRES MARQUES (ET +)

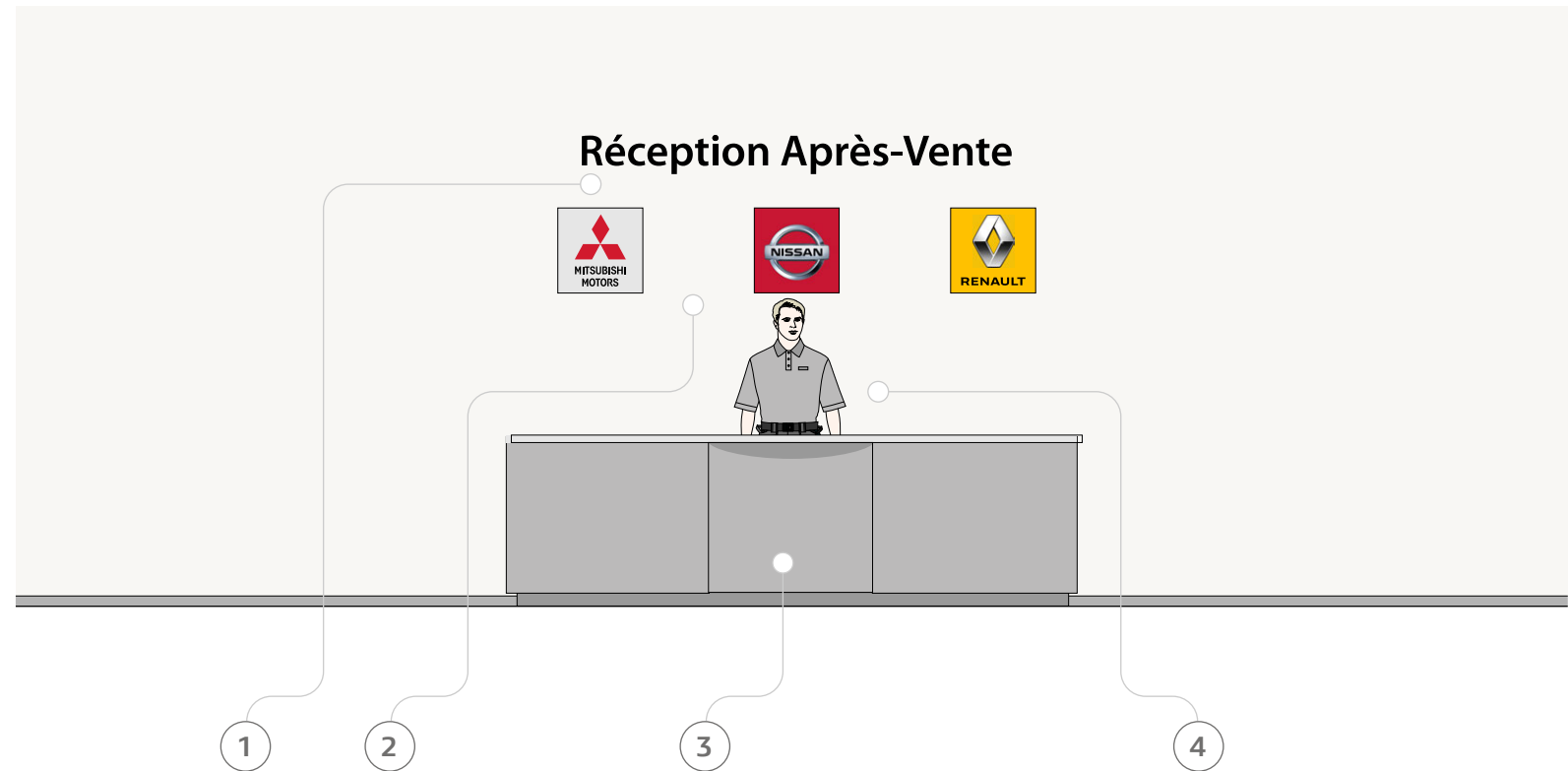
## la réception Après-Vente commune

identification

### Un Conseiller Service multimarque

- Réception Après-Vente située dans le showroom Renault (standards Renault Store) si possible, ou dans un environnement neutre.
- Le Conseiller Service multimarque accueille les clients des 3 marques.

- ① Signalétique d'identification de la réception Après-Vente
- ② Signature des marques de dimensions et d'impact similaires
- ③ Mobilier d'accueil neutre
- ④ Conseiller Service multimarque en tenue neutre



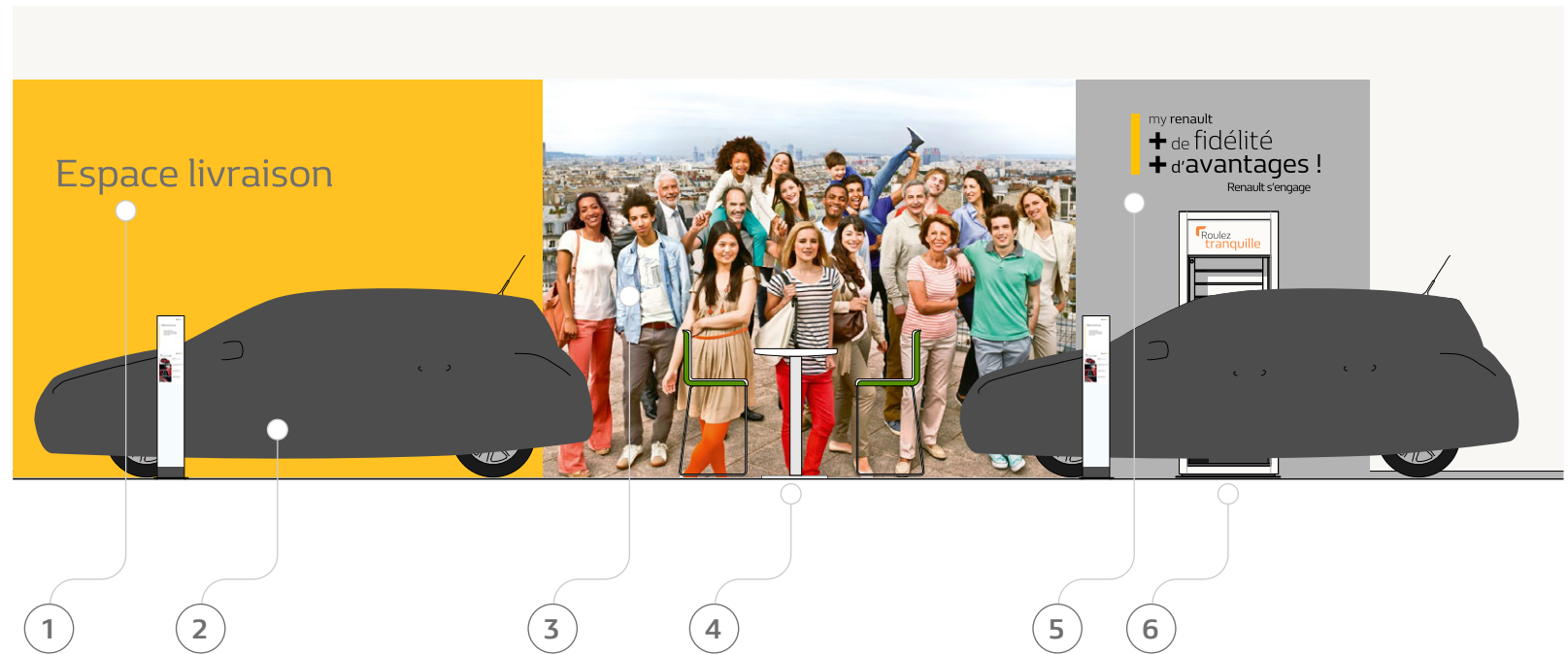
## LES SITES RENAULT AVEC 1 AUTRE MARQUE

### la livraison dédiée

#### Principe

- Chaque fois que cela est possible, la livraison des véhicules Renault se fait dans un Espace Livraison aux standards Renault Store.

- ① Signalétique d'identification de l'Espace Livraison
- ② Housse de véhicule Renault
- ③ Visuel Communauté
- ④ Espace d'accueil
- ⑤ Prise de parole "Engagements Renault"
- ⑥ Mobilier accessoires Livraison



# 4

## LES CONFIGURATIONS PARTICULIÈRES

Les sites multimarques avec un corner Renault	4.1
Les zones commerciales automobiles	4.22
Les showrooms partagés	4.31
Les showrooms dans les centres commerciaux en sous-sol	4.40
Les showrooms dans les centres commerciaux sur parking extérieur	4.48

Pour retourner au sommaire général,  
cliquer sur le bouton.





## généralités

une situation  
particulière visant à  
**la visibilité de la  
marque**

## LES CORNERS RENAULT

Les corners Renault répondent à un contexte de faible pénétration de la Marque dans un Pays ne permettant pas l'installation de showrooms dédiés à la marque.

Les véhicules Renault (de 1 à 4 maxi) sont présentés dans le showroom d'une autre marque.

L'enjeu est d'affirmer la présence de la Marque Renault et d'assurer la visibilité des véhicules en utilisant des composantes standards présentes dans les sites Renault Stores.

## NOTA

Les corners Renault peuvent être déployés dans les pays où la part de marché est trop faible pour avoir des showrooms dédiés, offrant à la Marque Renault une présence minimale.



## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la façade-type



## ① L'identification du site

Le site est majoritairement identifié par la signalétique de la marque 2 (Ford dans l'exemple).

L'identification de la marque Renault se fait par le drapeau et le totem (optionnel).

## ② Le corner Renault

Le corner est intégré dans le showroom de la marque 2.

La signature Renault sur la façade est implantée à proximité du corner.

## ③ L'exposition extérieure

Le véhicule du moment est exposé devant le corner Renault au sein de la zone Actus.

## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## les composantes extérieures

## Principe général

- Le corner Renault consiste à exposer de 1 à 4 véhicules dans un showroom d'une autre marque.
- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Stores et ne sont pas spécifiques aux corners Renault.
- 4 configurations sont préconisées comportant des composantes obligatoires et optionnelles selon les niveaux d'investissement propres à chaque région.

LES COMPOSANTES	Ventes Renault ≤ 10% avec 1 VN exposé	Ventes Renault de 10 à 20% avec 2 ou 3 VN exposés	Ventes Renault de 20 à 30% avec 3 ou 4 VN exposés	Ventes Renault ≥ 30%
Drapeaux	●	●	●	
Totem	○	○	●	
Enseigne en drapeau	●	●	si totem interdit	
Signature sur façade	◐	●	●	cas général site multimarque cf Chapitre 2
Plaque Renault 635 x 635*	●	○	○	
Exposition extérieure	◐	◐	◐	
Plaque Service	●	●	●	

● Obligatoire

◐ Possible

○ Non applicable

\* La plaque Renault 636 x 635 est utilisable lorsque la signature sur façade n'est pas utilisée.

## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### la présignalisation

#### Principe général

Les marques cohabitent sur un même support.

Dans un souci d'harmonie, les marques sont disposées sur fond blanc neutre.

On veillera à préserver un équilibre entre les 2 marques par leurs dimensions respectives.

- ① Panneau bord de route
- ② Panneau Abribus
- ③ Panneau 4 x 3



#### Nota

Les dimensions des panneaux sont données à titre d'exemple.

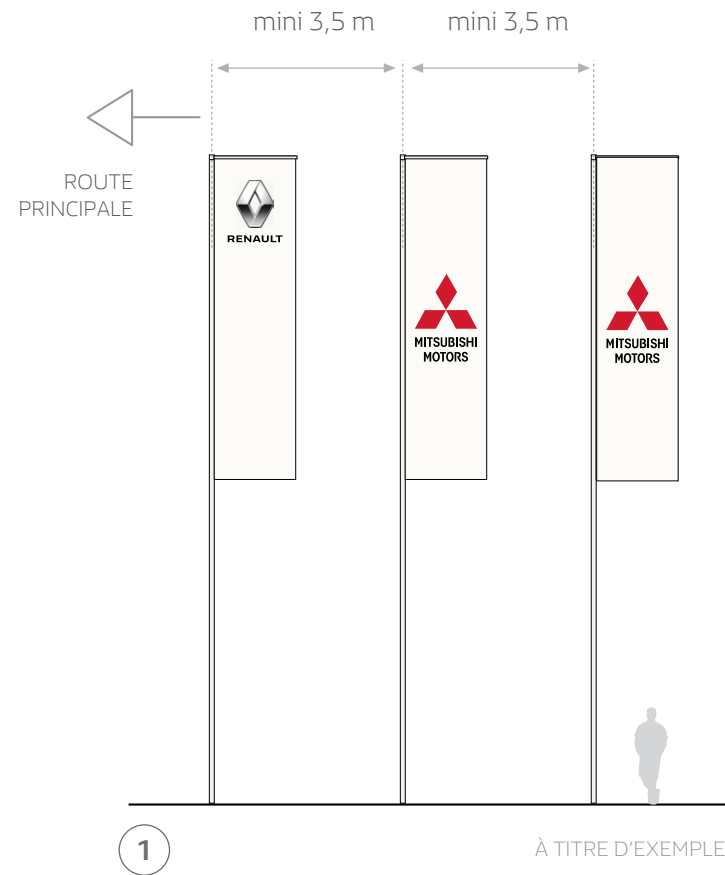
## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### les drapeaux

#### Comment les implanter ?

- Sur un site multimarque, les drapeaux des 2 marques sont implantés par groupes de 2 de part et d'autre du site, de manière séparée.
- On veillera à préserver un équilibre entre les 2 marques par leurs dimensions respectives.

#### ① Groupe de 3 drapeaux multimarques



#### Règle

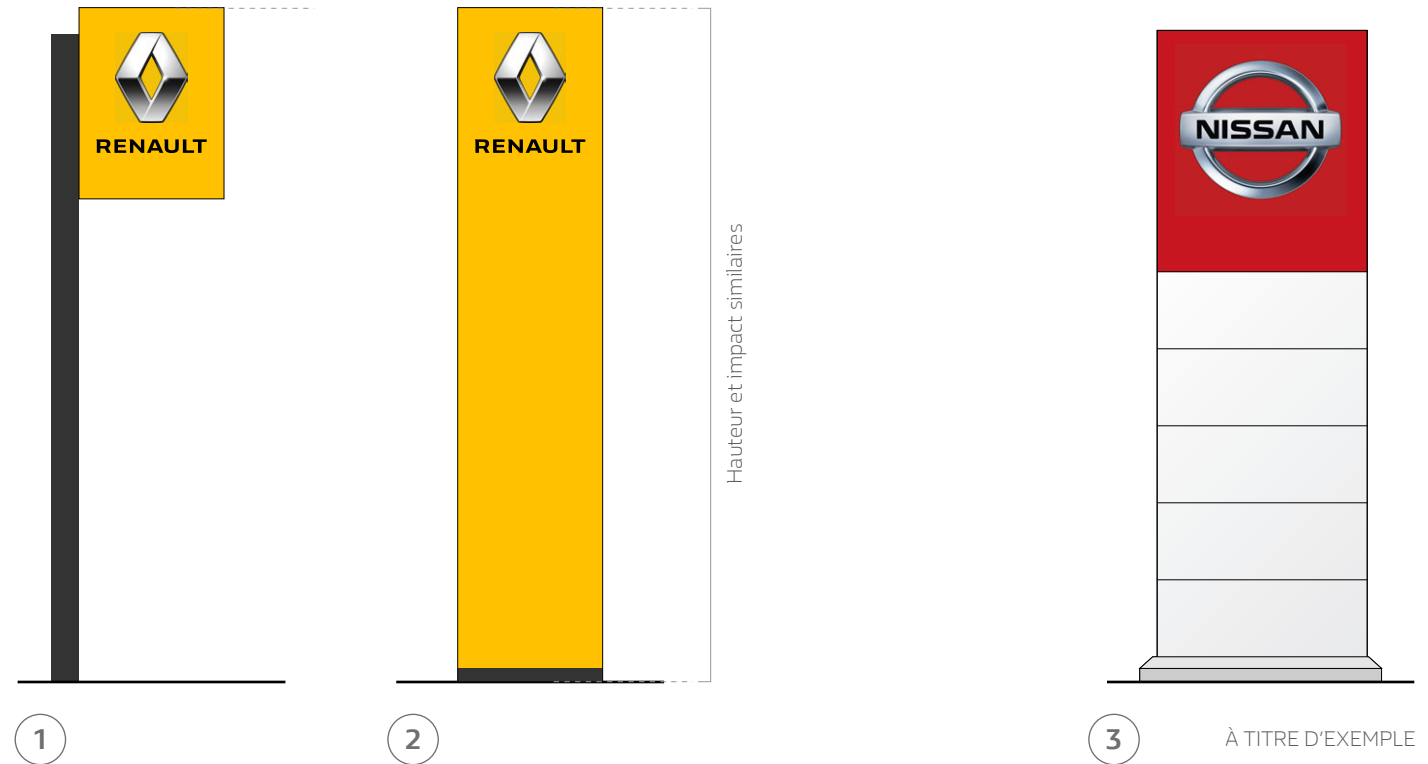
Le drapeau Renault est, dans la mesure du possible, implanté le plus proche de la route principale.

## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### le totem et l'enseigne en drapeau

#### Comment les implanter ?

- Les éléments d'identification (enseigne en drapeau ou totem) sont implantés en façade principale devant le showroom, de part et d'autre de l'entrée commune.
- Ces éléments sont implantés à une distance minimale de 12 m afin de conserver leurs impacts respectifs.
- L'enseigne en drapeau Renault est implantée proche de la zone du showroom dédié à la marque.
- Pour les configurations à 3 ou 4 véhicules, un totem pourra remplacer l'enseigne en drapeau.

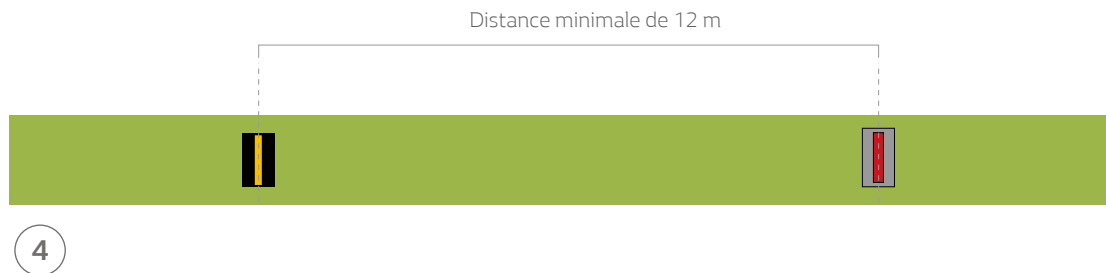


① Enseigne en drapeau Renault

② Totem Renault

③ Totem marque 2

④ Distance minimale entre totems

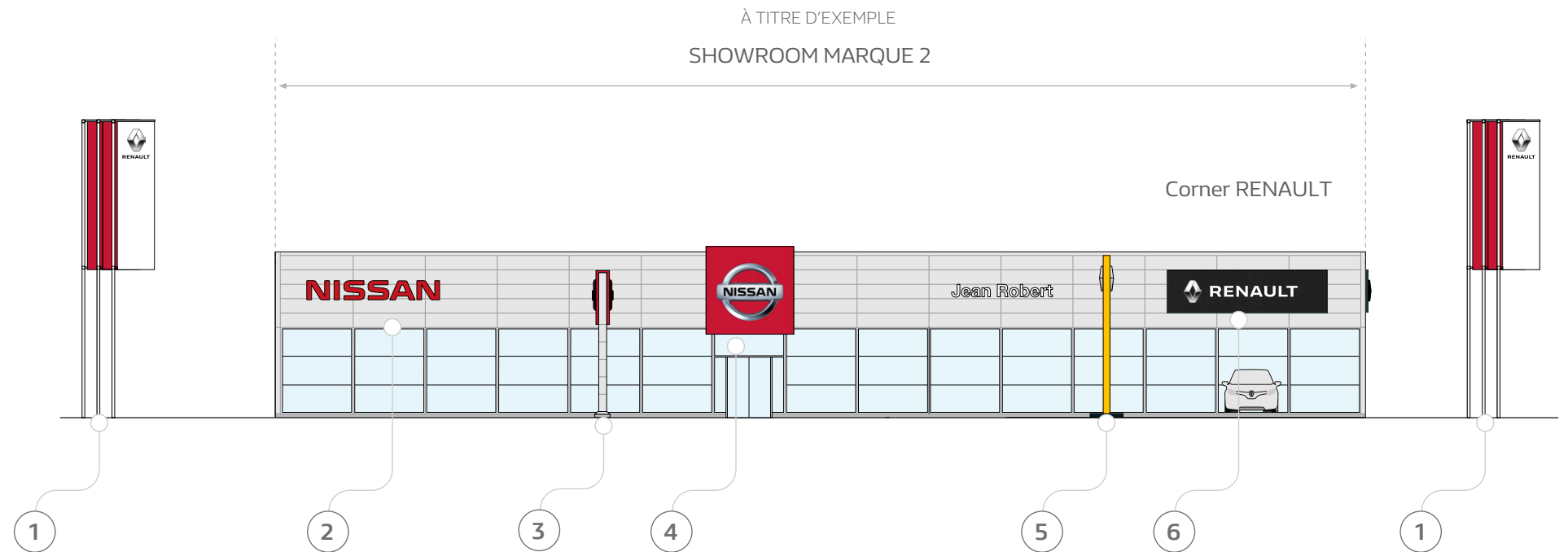


## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### la façade principale

#### Règles d'implantation

- Le bâtiment est majoritairement identifié par les éléments de la marque 2 dont la couleur de la façade et la signalétique de l'entrée commune.
- Les totems des 2 marques sont présents devant le showroom (optionnel pour Renault pour les corners de 3 et 4 véhicules).
- Le marquage de façade Renault est présent sur la façade au niveau du corner Renault, en façade principale et en façade secondaire.



- 1 Les drapeaux
- 2 Le bandeau marque 2
- 3 Le totem marque 2
- 4 Le marquage d'entrée marque 2
- 5 Le totem Renault
- 6 Le marquage de façade Renault

## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

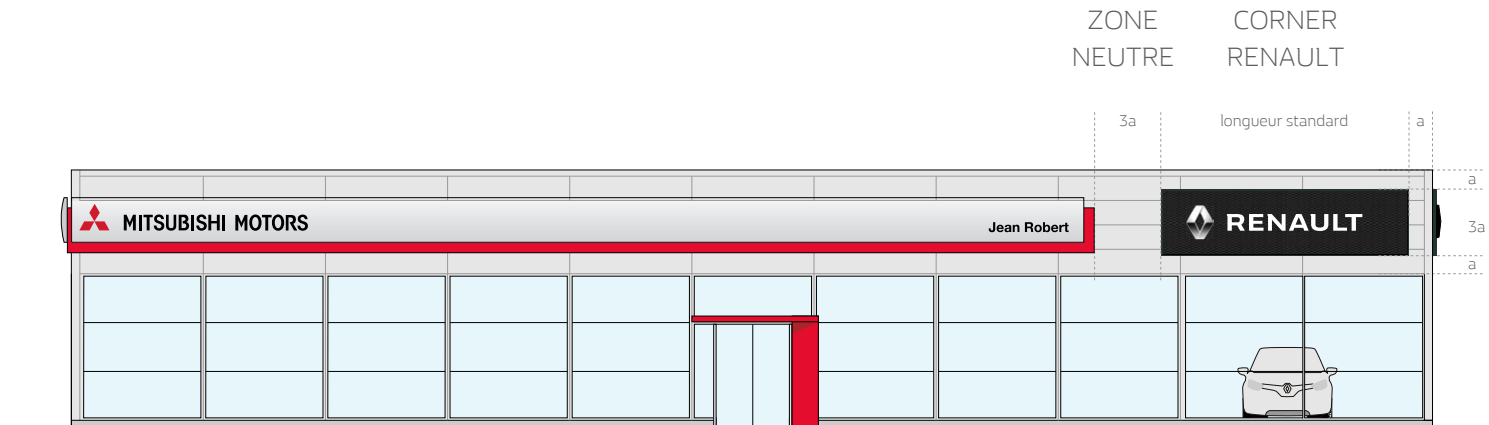
### la façade principale

#### Principes

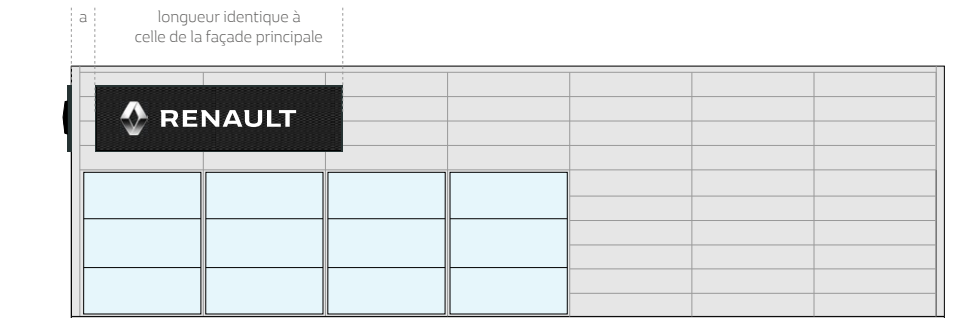
- La signature des façades aveugles est implantée sur le fronton du showroom à proximité du corner Renault.
- Les dimensions de cette signature seront déterminées en fonction de la hauteur du fronton.
- La hauteur de la signature ne pourra être supérieure aux  $\frac{3}{5}$  de la hauteur du fronton.
- Elle sera positionnée à minima à  $\frac{1}{5}$  du bord du fronton du showroom Renault.
- La couleur de façade sera homogène afin de créer une harmonie de la façade.
- Une zone de neutralisation égale à  $3a$  sera à observer entre la signature et les éléments de signalétique de la marque 2.
- Une signature Renault de même hauteur sera implantée en façade secondaire.

① Façade principale

② Façade secondaire



①



②

#### Nota

Les dimensions standards de cette signature sont décrites dans le Cahier des Charges techniques des marquages de façade. Il s'agit du marquage de façade utilisée pour les façades aveugles.



## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### la façade après-vente

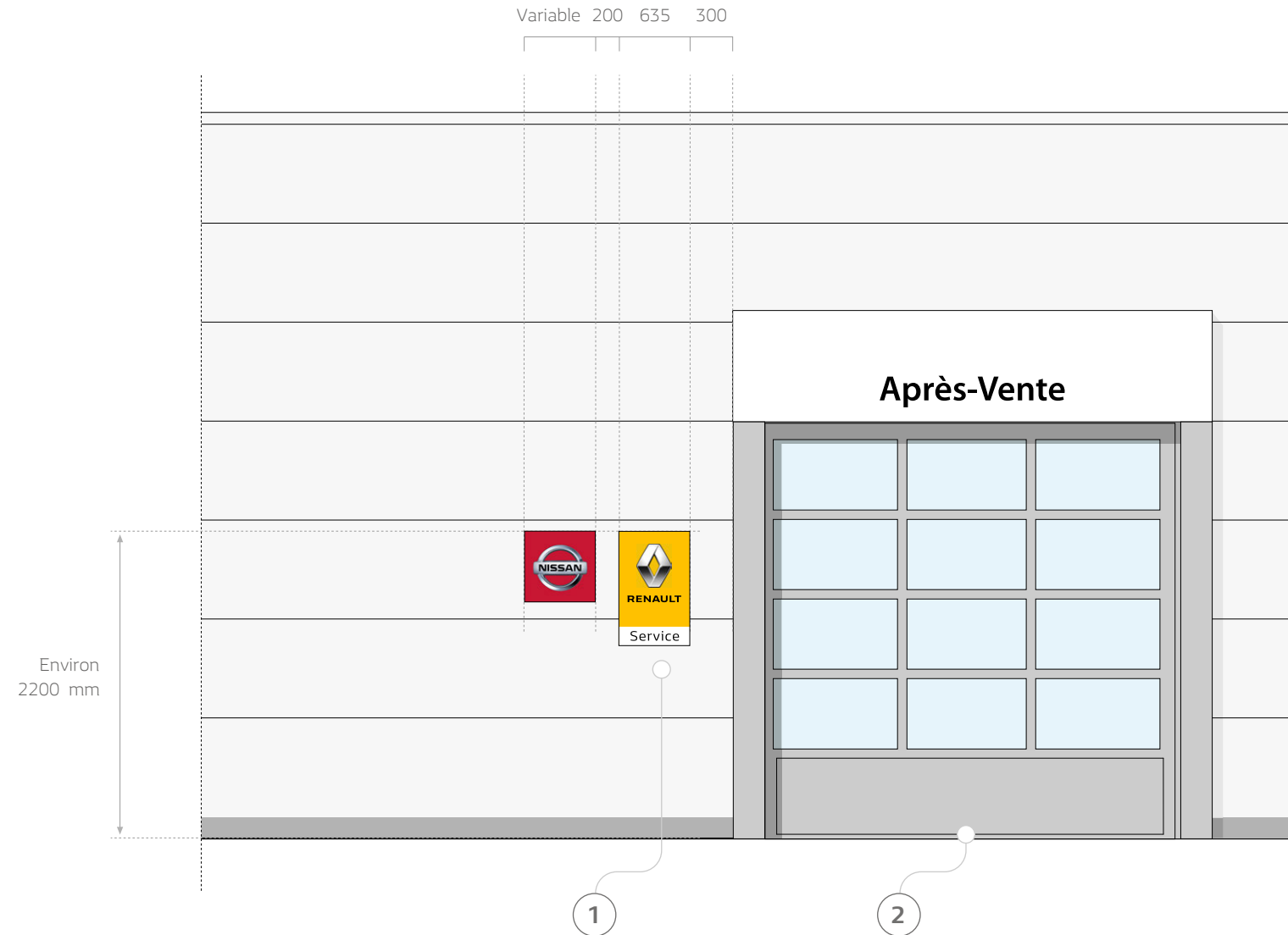
#### Règle d'implantation

Dans le cas de baie d'atelier commune aux 2 marques, l'identification de l'Après-Vente se fait par la signalétique d'une baie d'atelier utilisant les éléments suivants :

- ① Panneaux d'identification pour chacune des marques, de dimensions similaires, positionnés du même côté et à la même hauteur.
- ② Bandeau d'identification neutre sur porte d'atelier avec nom d'activité générique.

#### Nota

La plaque Service Renault existe en 2 versions, rétroéclairées avec losange en relief ou opaque avec la face imprimée. Se reporter au cahier des charges "Plaques Service".



## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### l'organisation des abords

#### ① Le parking clients Renault

Le cheminement piétons relie le parking clients à l'entrée du showroom tout en passant devant la zone Actu de l'exposition extérieure.

La réception Après-Vente commune est intégrée dans le showroom.

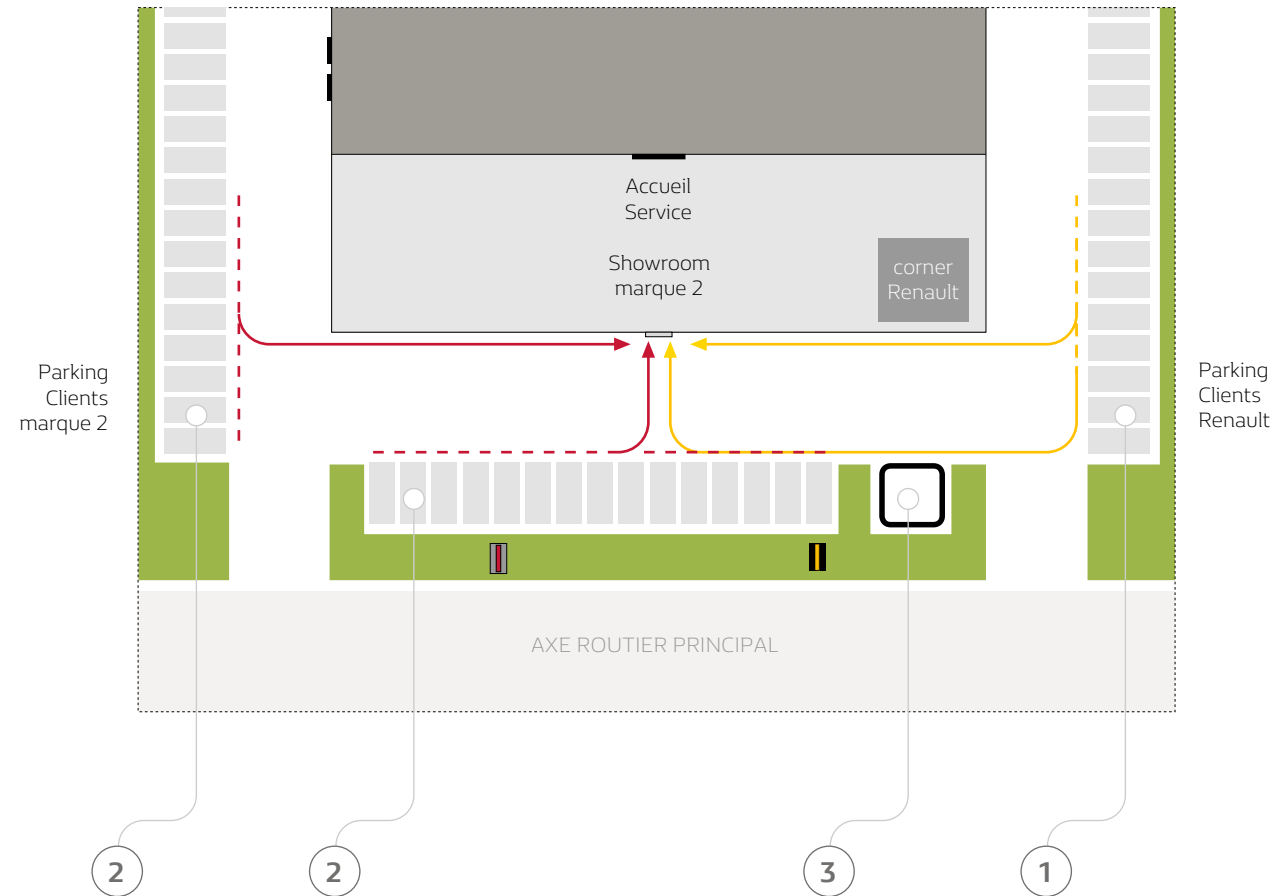
#### ② Le parking clients marque 2

Le parking clients est relié à l'entrée du showroom dédié à la marque 2.

#### ③ Les expositions extérieures

Optionnelle, elle est intégrée en façade principale devant le showroom à proximité de la zone dédiée à Renault.

L'exposition extérieure contribue à l'animation du point de vente.



#### Nota

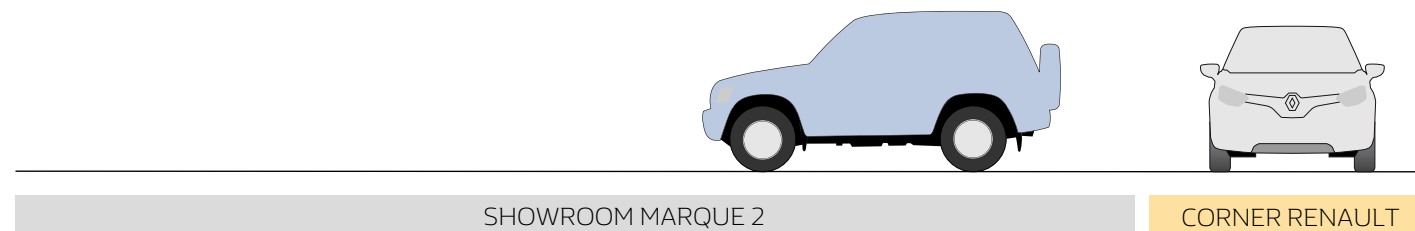
Le plan ci-dessus présente le cas générique comportant un atelier commun et une réception Après-Vente commune.

## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

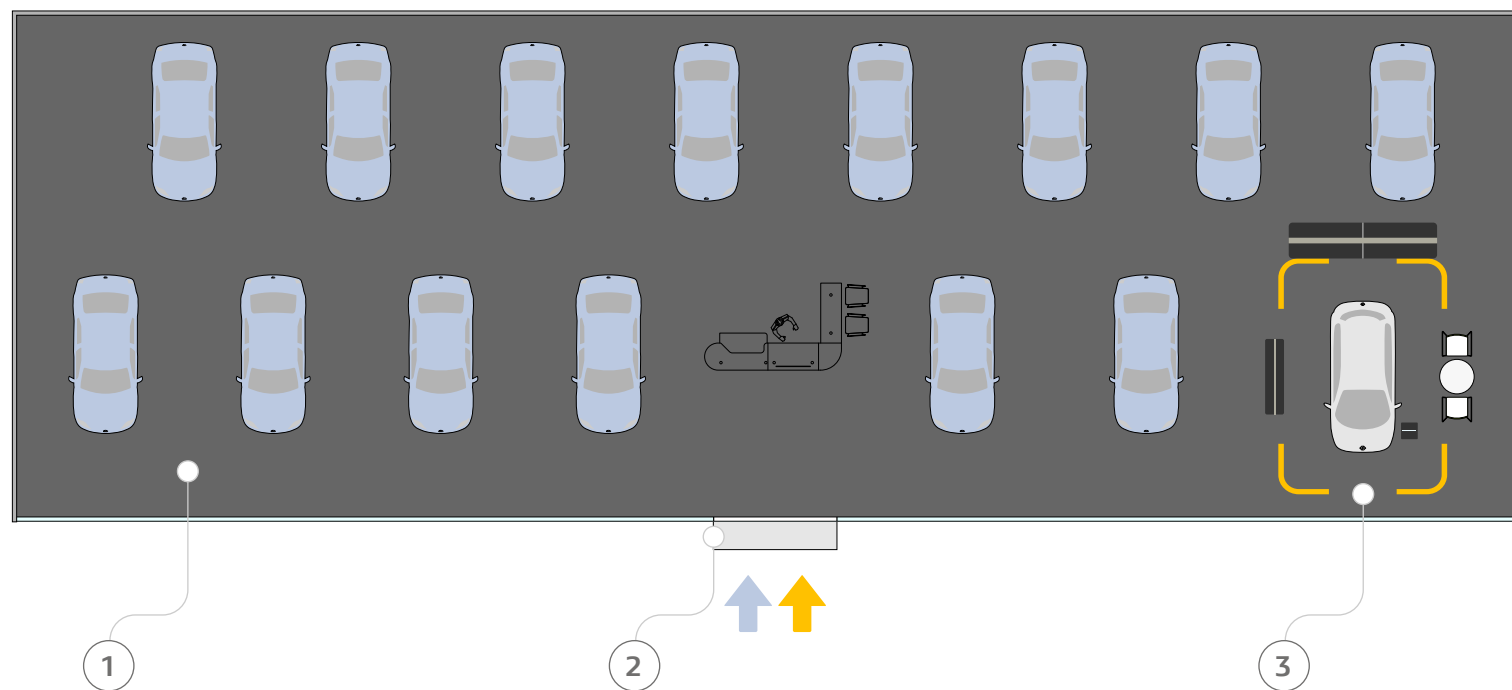
### l'intégration du corner

#### Principe général

- Le corner Renault est intégré au sein du showroom sans nécessiter de séparation physique.
- Capacité : 1 à 4 véhicules.



- ① Showroom marque 2
- ② Entrée commune
- ③ Corner Renault



## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

### les composantes intérieures

#### Principe général

- Le corner Renault consiste à exposer de 1 à 4 véhicules dans un showroom d'une autre marque.
- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Stores et ne sont pas spécifiques aux corners Renault.
- 4 configurations sont préconisées comportant des composantes obligatoires et optionnelles selon les niveaux d'investissement propres à chaque région.

LES COMPOSANTES	CONFIGURATION À 1 VÉHICULE	CONFIGURATION À 2 VÉHICULES	CONFIGURATION À 3 VÉHICULES	CONFIGURATION À 4 VÉHICULES
Fresque Marque	○	○	●	●
Communication produits 2x2	●	●	●	●
Présentoir-Prix	●	●	●	●
Marquages au sol	●	●	●	●
Eclairage de la zone	○	○	●	●
Table de discussion	○	○	●	●

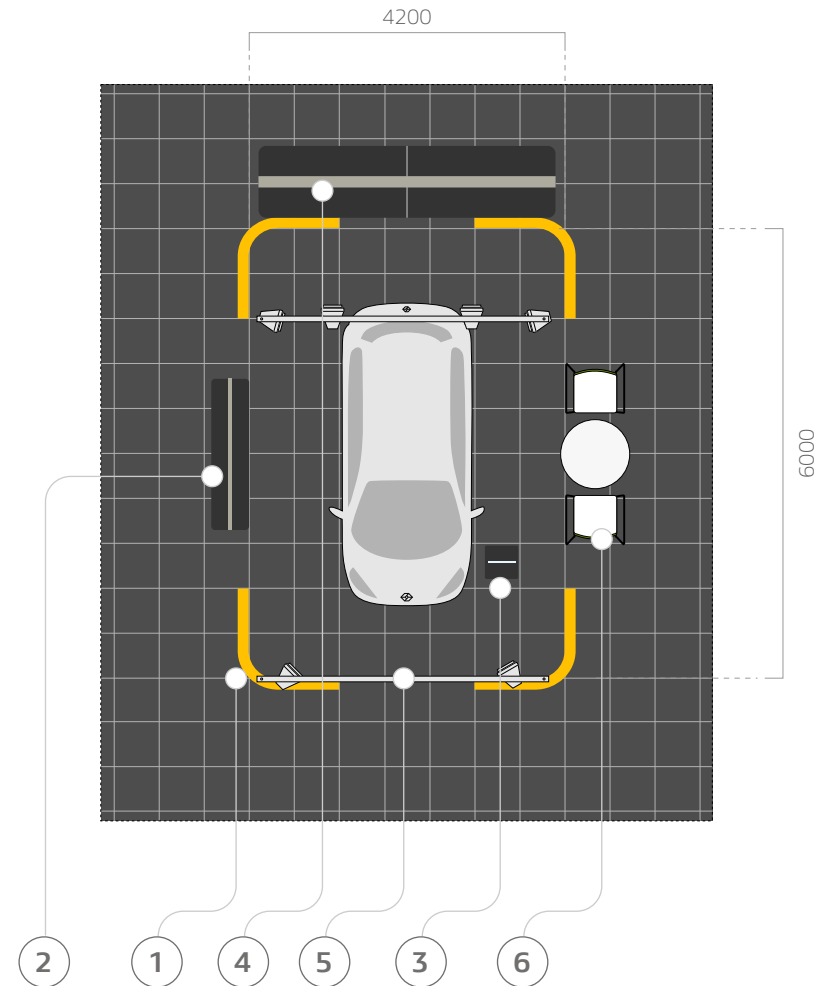
● Obligatoire  
 ○ Optionnel

## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la configuration à 1 véhicule

## Les composantes

- ① Marquages au sol
- ② Communication produits 2x2 m
- ③ Présentoir Prix
- ④ Fresque Marque 4x3 m
- ⑤ Eclairage du véhicule
- ⑥ Mobilier d'accueil



## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

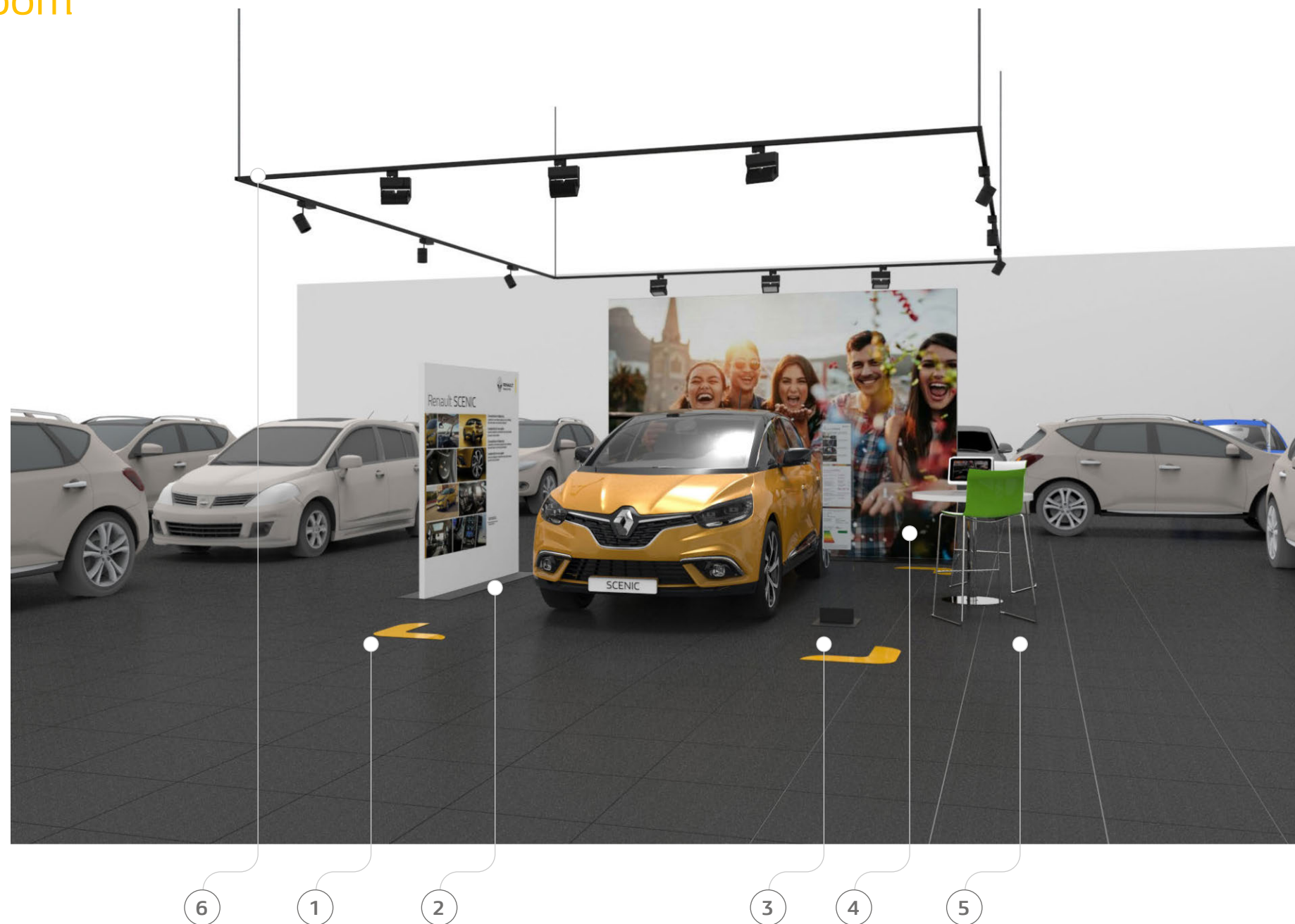
### intégration dans le showroom

#### Les composantes

- ① Marquages au sol
- ② Communication produits et Marque 2x2 m
- ③ Présentoir Prix
- ④ Fresque Marque 4x3 m
- ⑤ Eclairage du véhicule
- ⑥ Mobilier d'accueil

Nota

Les visuels sont donnés à titre d'illustration.

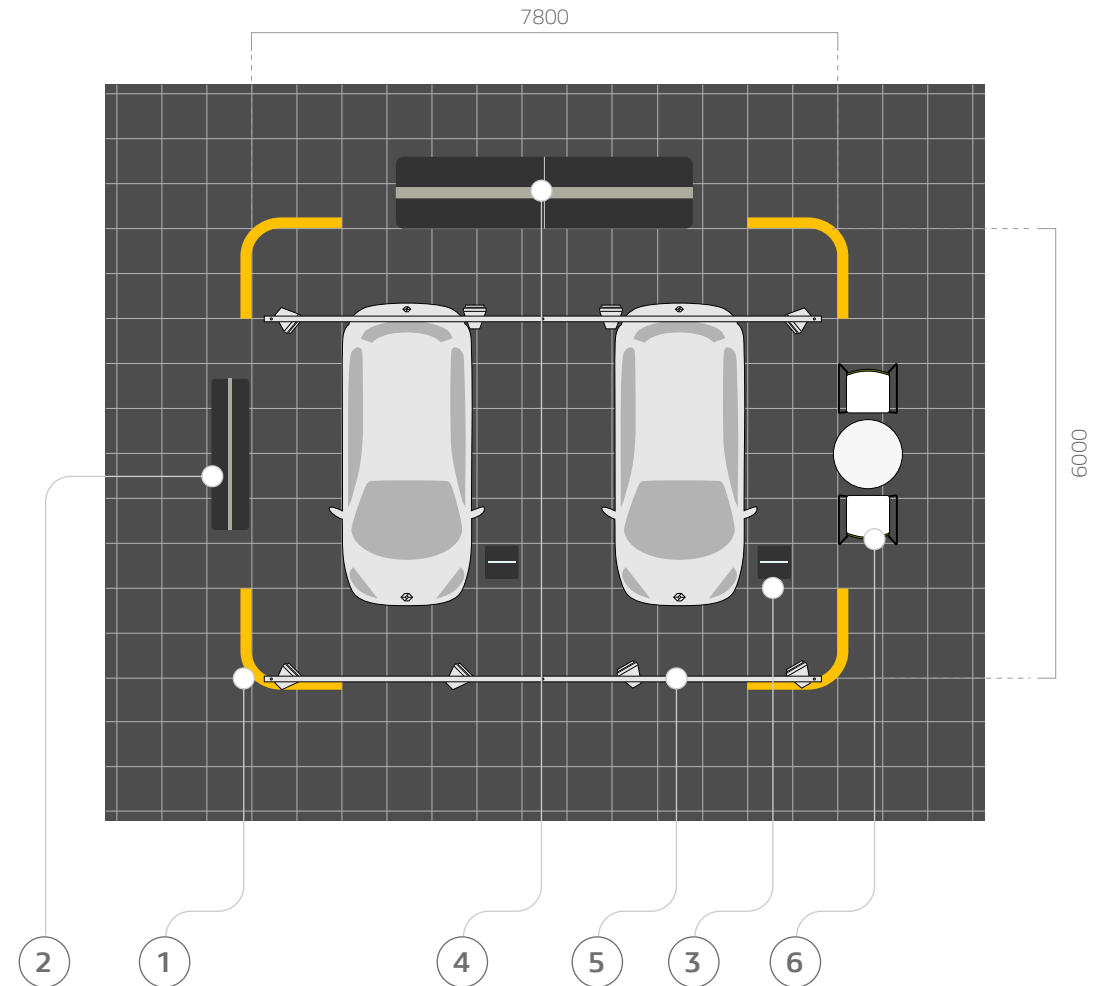


LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la configuration à 2 véhicules

### Les composantes

- ① Marquages au sol
- ② Communication produits et Marque 2x2 m
- ③ Présentoir Prix
- ④ Fresque Marque 4x3 m
- ⑤ Eclairage du véhicule
- ⑥ Mobilier d'accueil

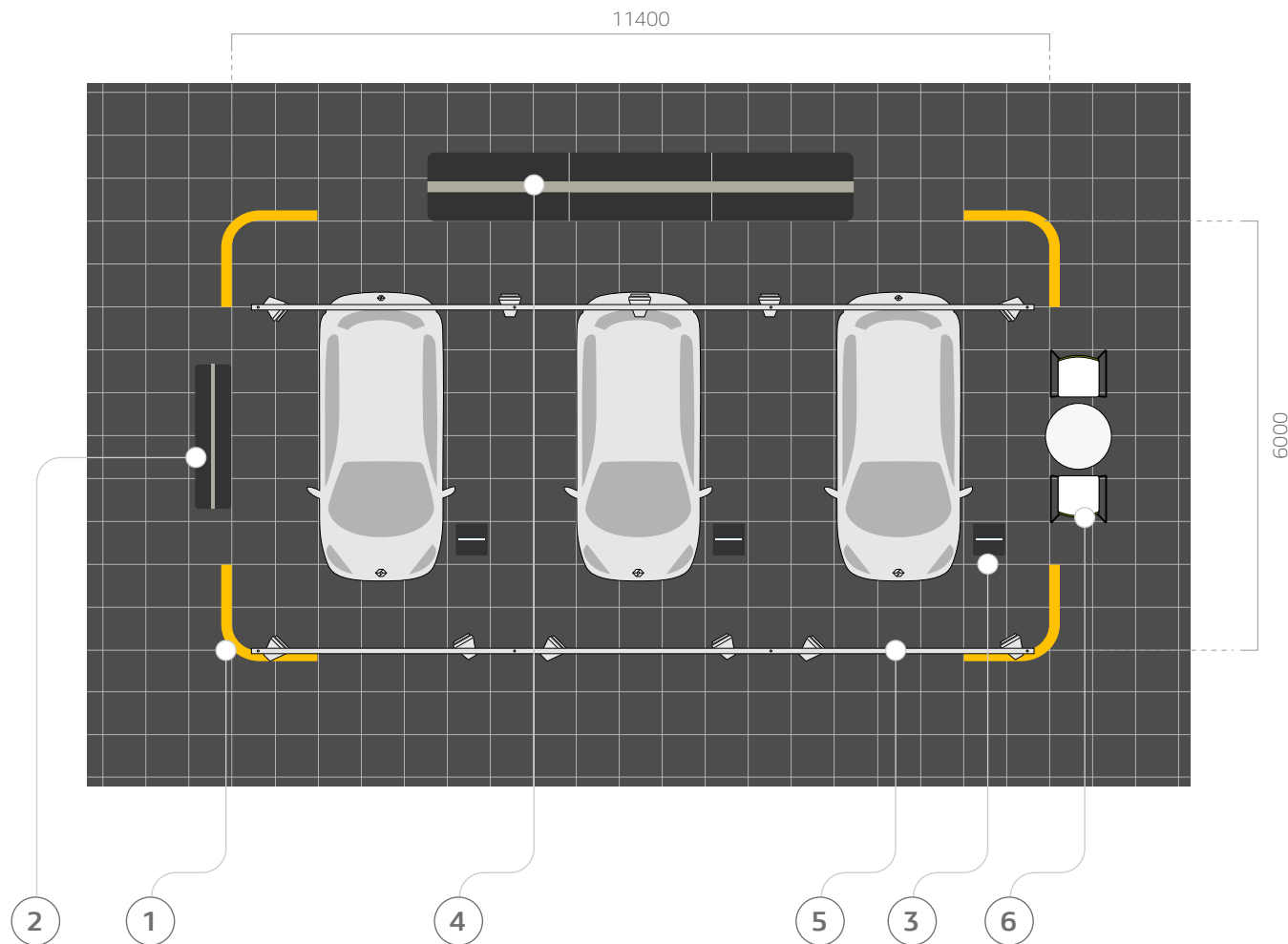


## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la configuration à 3 véhicules

## Les composantes

- ① Marquages au sol
- ② Communication produits et marque 2x2 m
- ③ Présentoir Prix
- ④ Fresque Marque 4x3 m
- ⑤ Eclairage du véhicule
- ⑥ Mobilier d'accueil



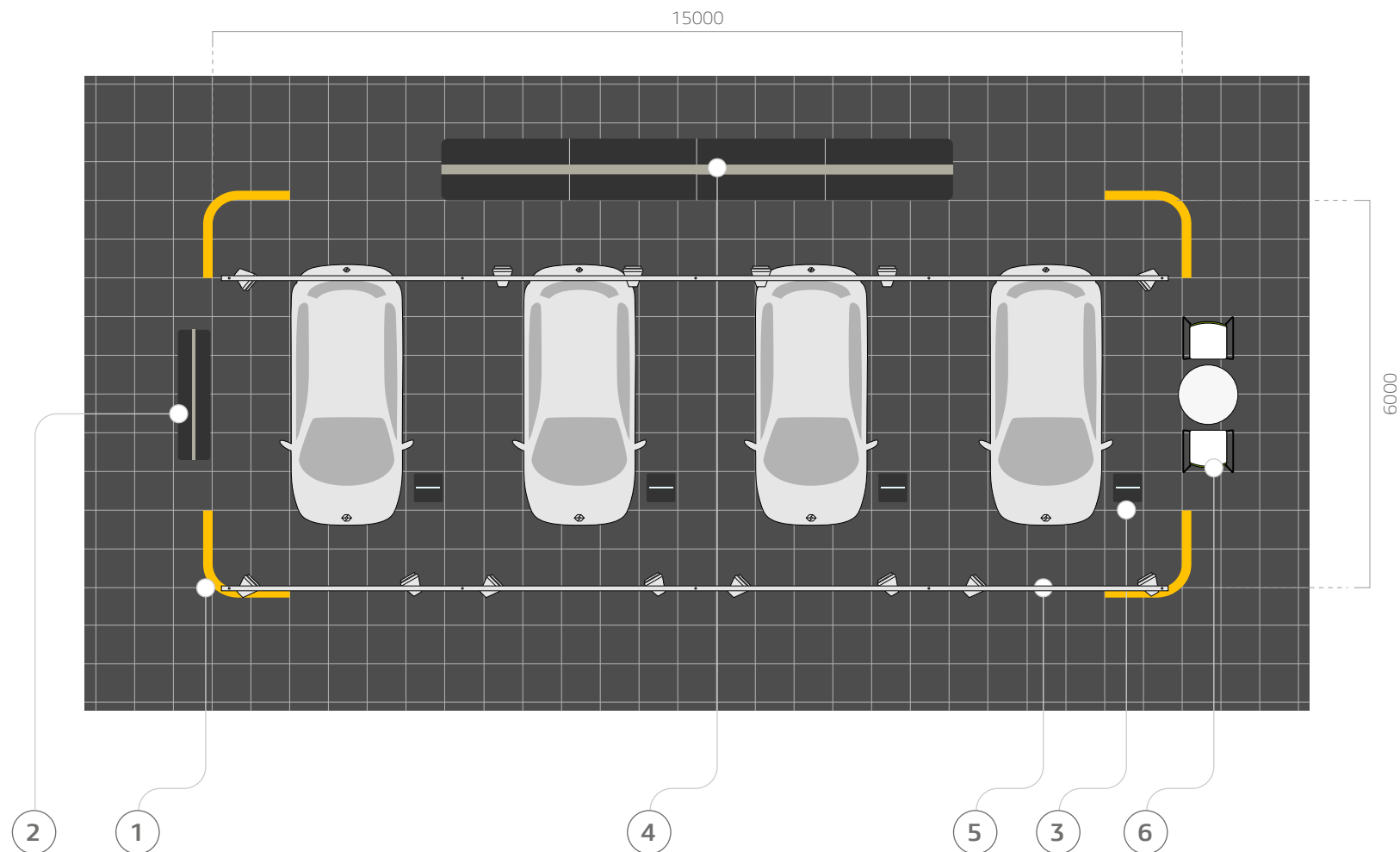


## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la configuration à 4 véhicules - 1

## Les composantes

- ① Marquages au sol
- ② Communication produits et marque 2x2 m
- ③ Présentoir Prix
- ④ Fresque Marque 4x3 m
- ⑤ Eclairage du véhicule
- ⑥ Mobilier d'accueil

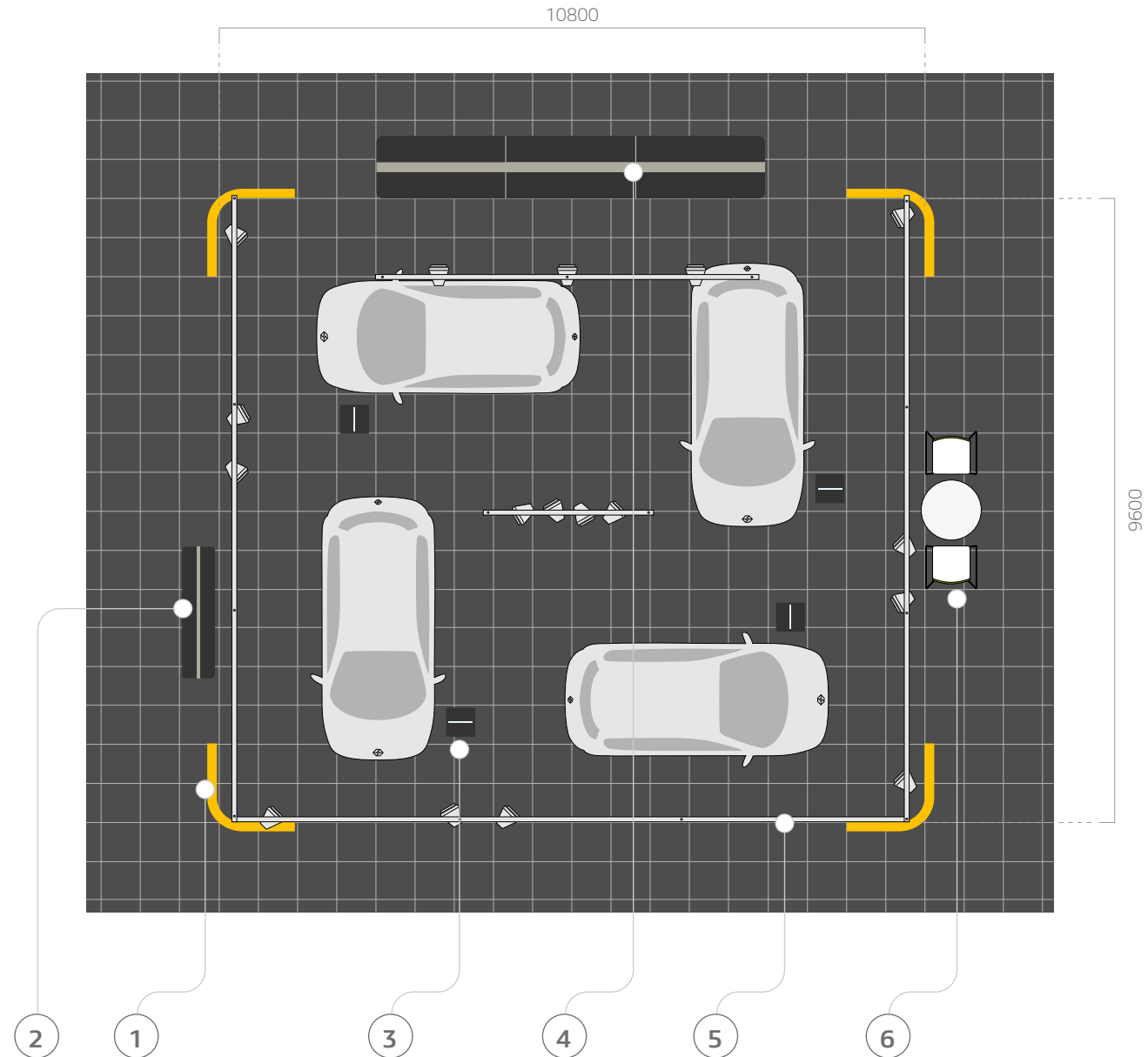


LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la configuration à 4 véhicules - 2

### Les composantes

- ① Marquages au sol
- ② Communication produits et marque 2x2 m
- ③ Présentoir Prix
- ④ Fresque Marque 4x3 m
- ⑤ Eclairage du véhicule
- ⑥ Mobilier d'accueil

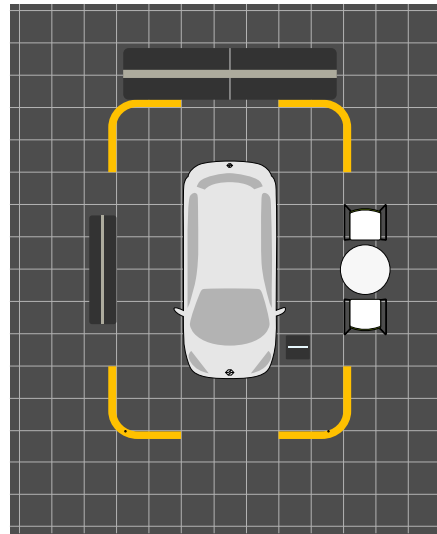


## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

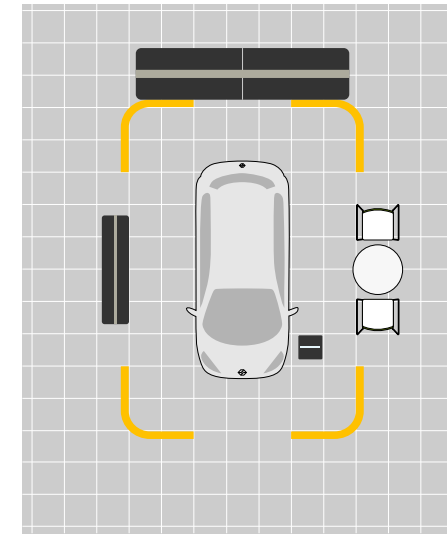
## la couleur du carrelage

## Recommandations

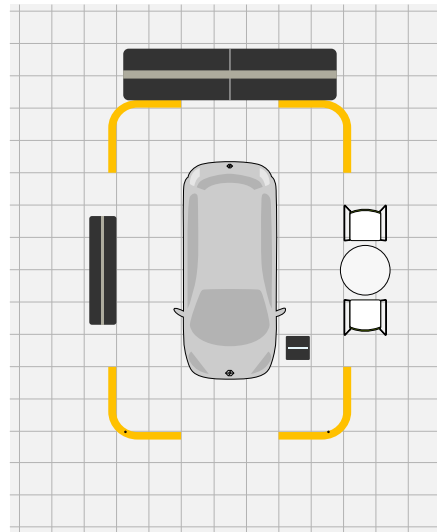
- ① La couleur recommandée pour le sol est le gris foncé obtenu en carrelage de 60 x 60 cm.
- ② Les marquages sont toujours jaunes.
- ③ A titre exceptionnel, il est possible d'exposer les véhicules sur du carrelage de couleur gris clair ou gris moyen.
- ④ Toute autre couleur que le gris est à proscrire.



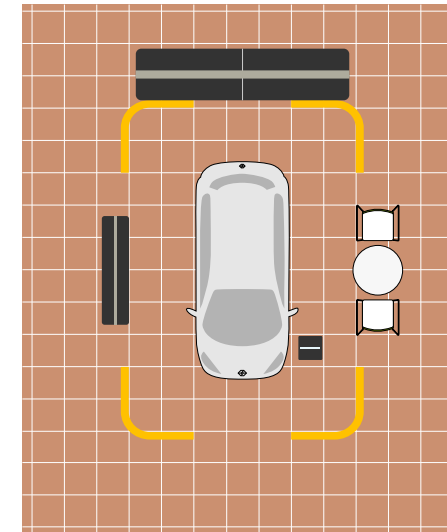
①



②



③

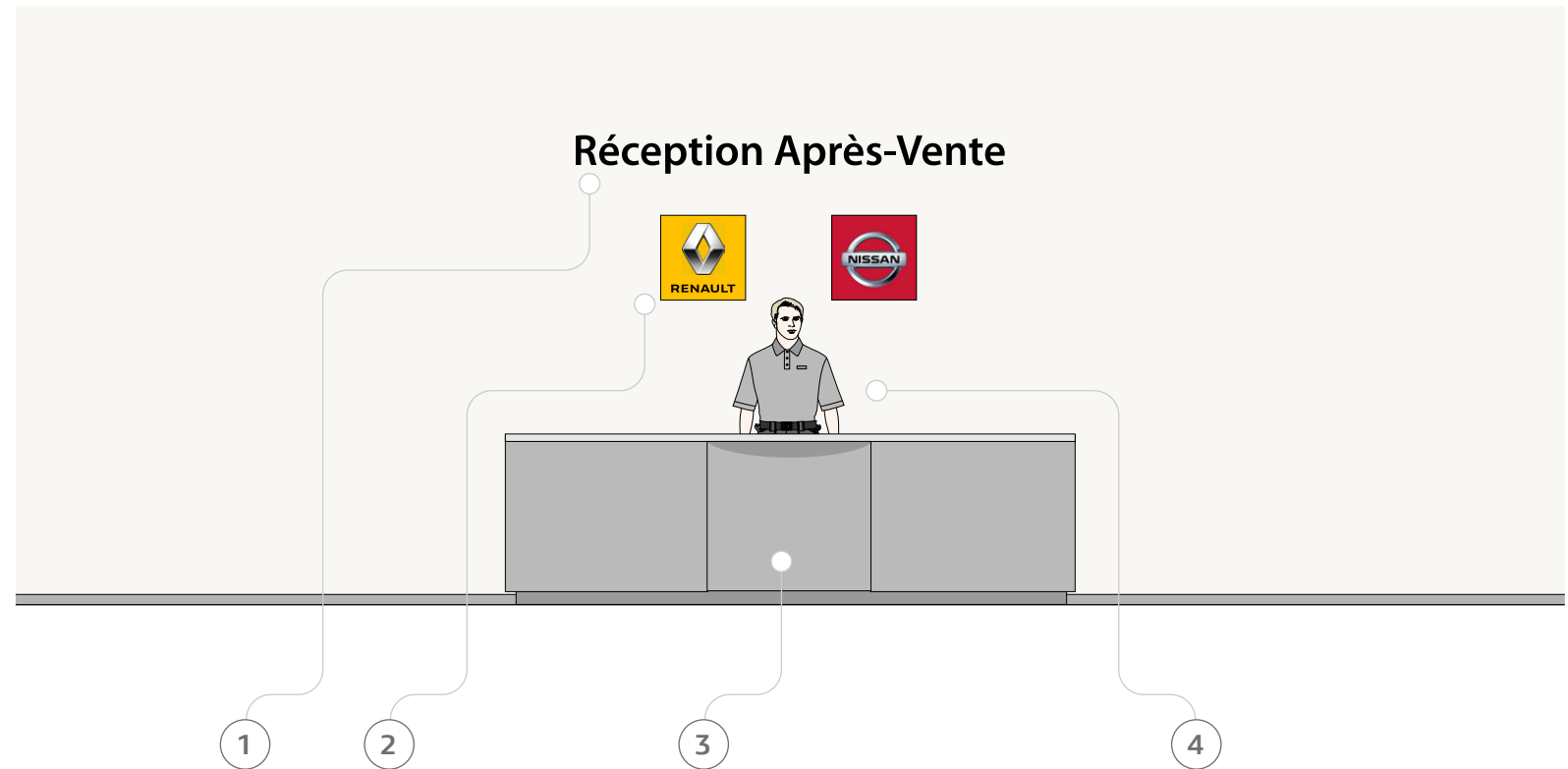


## la réception Après-Vente commune

### Un Conseiller Service multimarque

- Réception Après-Vente située dans le showroom Renault (standards Renault Stores) si possible, ou dans un environnement neutre.
- Le Conseiller Service multimarque accueille les clients des 2 marques.

- ① Signalétique d'identification de la réception Après-Vente
- ② Signature des marques de dimensions et d'impact similaires
- ③ Mobilier d'accueil neutre
- ④ Conseiller Service multimarque en tenue neutre



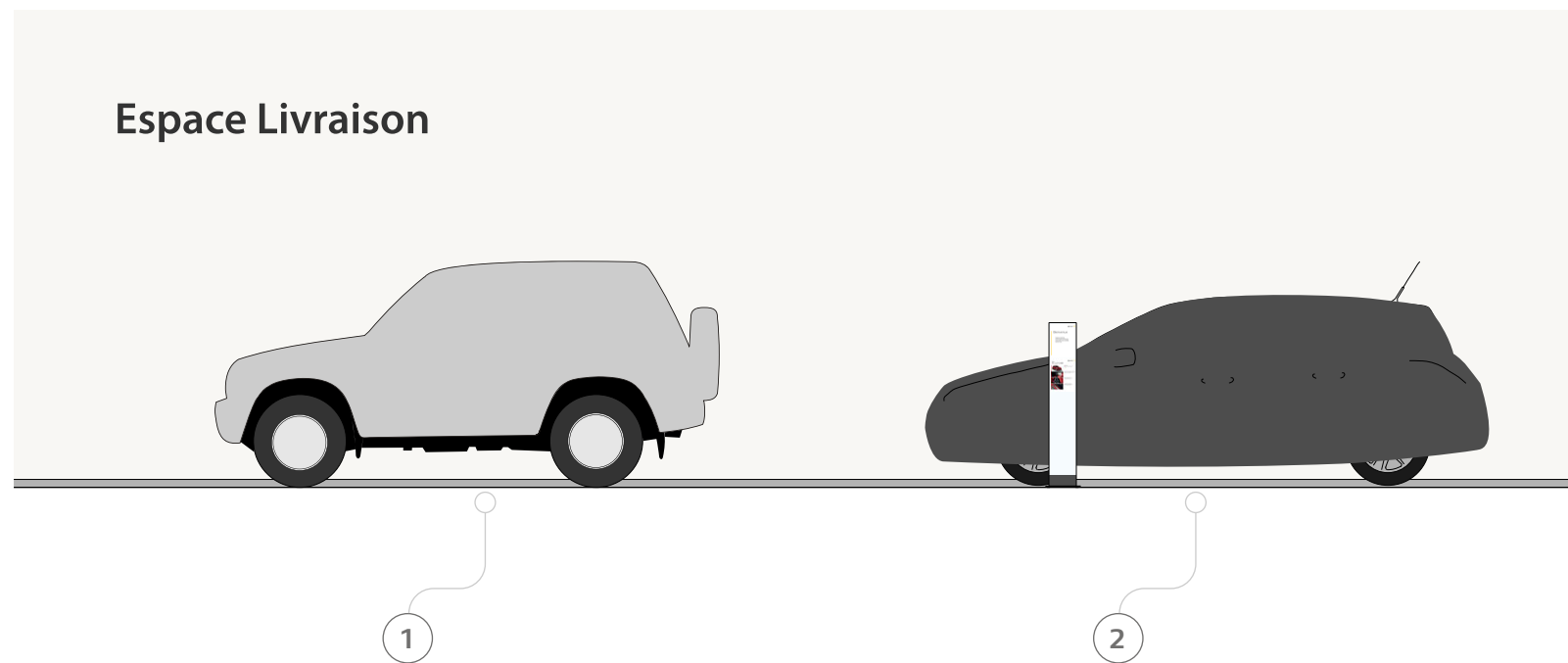
## LES SITES MULTIMARQUES AVEC UN CORNER RENAULT

## la livraison

## Principes

- Dans la mesure du possible, la livraison des véhicules de la marque Renault se fait dans un Espace de Livraison neutre.
- Les véhicules Renault sont habillés par une housse identifiée à la marque.

- ① Signalétique d'identification neutre de l'Espace Livraison
- ② Véhicule marque 2
- ③ Véhicule Renault avec Housse



un contexte  
spécifique  
**où les marques  
semblent passer  
au second plan**

## LES ZONES COMMERCIALES AUTOMOBILES

La spécificité de ces sites est d'avoir :

- un très grand nombre de marques représentées dans ces lieux,
- une confrontation directe des marques dans un même lieu,
- une piste d'essai et des services Après-Vente communs,
- une zone d'exposition extérieure est présente pour mettre en avant le produit et les offres du moment.

Le client vient choisir son produit dans un espace commercial où toutes les marques locales sont présentes.

L'enjeu est alors de permettre à la marque Renault de se distinguer.

### NOTA

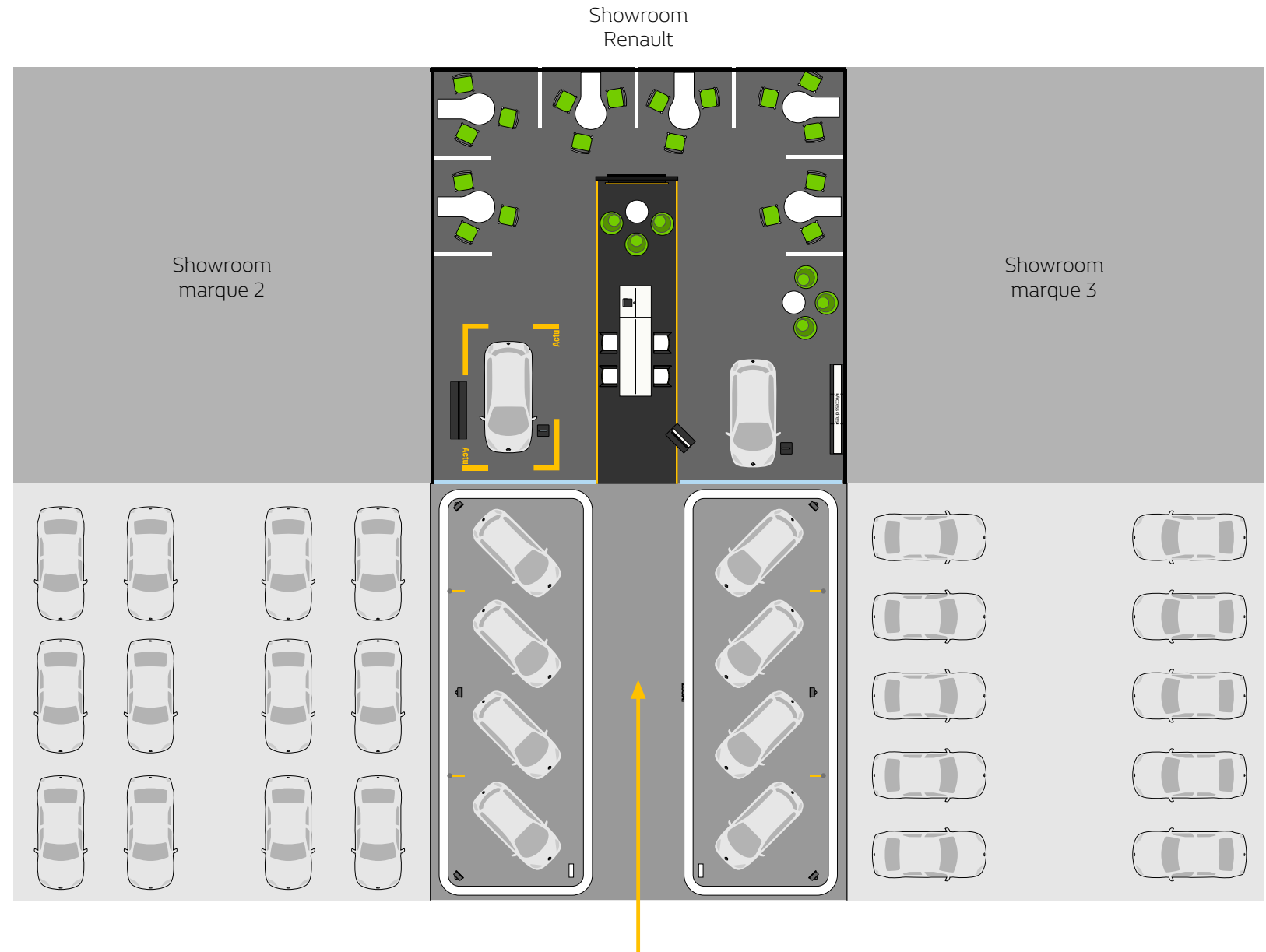
Ces sites atypiques peuvent être déployés dans les pays où la part de marché est trop faible pour avoir des sites multimarques dédiés, offrant à la Marque Renault une présence minimale.

# LES ZONES COMMERCIALES AUTOMOBILES

## l'implantation générale

### Principes

- Toutes les Marques ont des surfaces sensiblement équivalentes, et tous les showrooms sont implantés les uns à côté des autres.
- Devant le showroom figure une aire d'exposition extérieure où sont présentés les véhicules à l'essai.
- Le showroom Renault de petite taille est dédié. Sa façade porte les éléments d'identification participant à la reconnaissance de la marque.

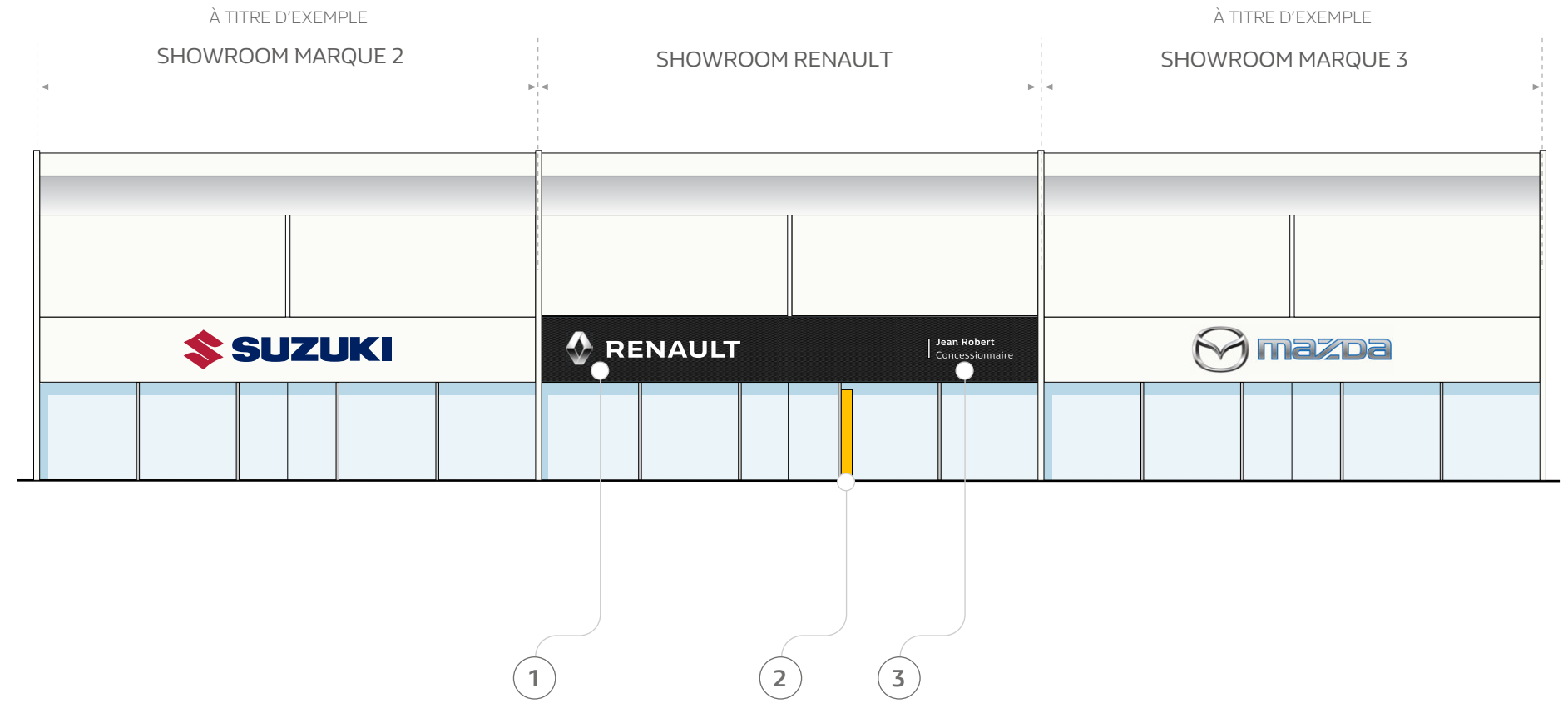


## la façade du showroom

### Principe d'identification

- La façade est identifiée de manière traditionnelle par la signature Renault sur fond de résille associée à la Raison Sociale.
- La porte du showroom est identifiée par un marquage vertical d'entrée.

- ① Signature Renault sur bandeau de résille
- ② Marquage vertical d'entrée
- ③ Raison Sociale



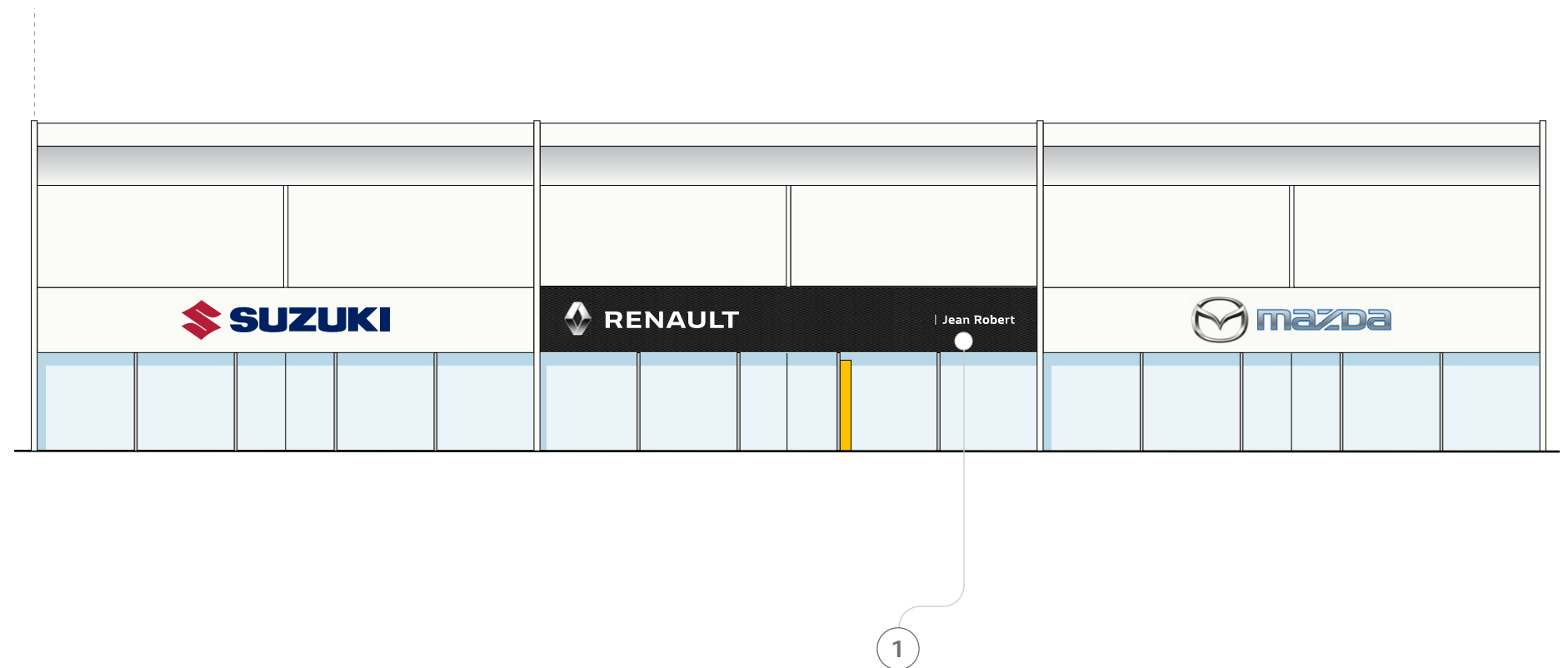


## la Raison Sociale

### Principes

- La raison Sociale peut être écrite sur une ou deux lignes (cf. page précédente).
- Se reporter au Guide d'implantation générale Renault Stores pour connaître les proportions à respecter avec la signature Renault.

① Raison Sociale sur 1 ligne



## la façade sans Raison Sociale

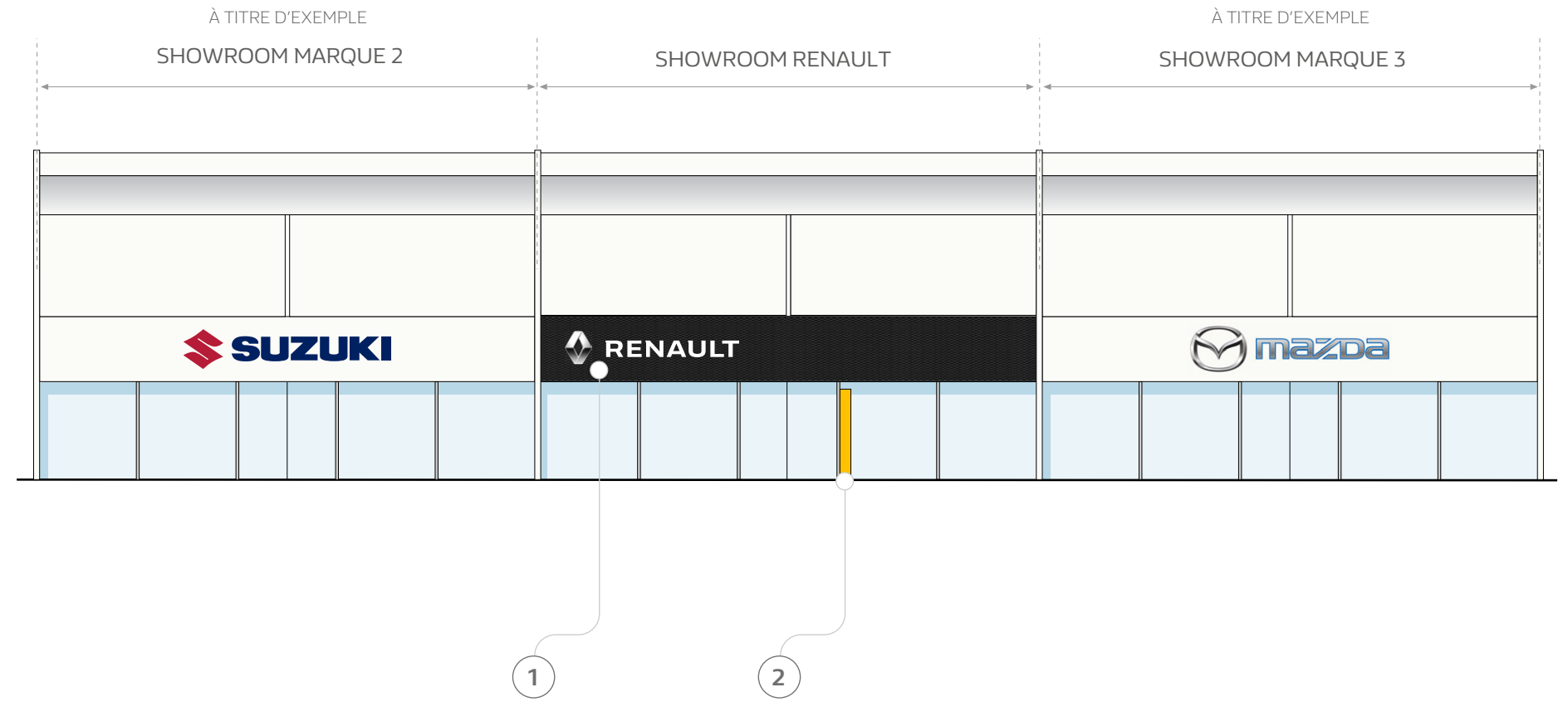
### Principe d'identification

Lorsque le bâtiment abritant les différents showrooms appartient à une même entité, la Raison Sociale pourra ne pas être présente sur le bandeau d'identification.

- La façade est identifiée par la signature Renault sur fond de résille.
- La porte du showroom est identifiée par un marquage vertical d'entrée.

① Signature Renault sur bandeau de résille

② Marquage vertical d'entrée

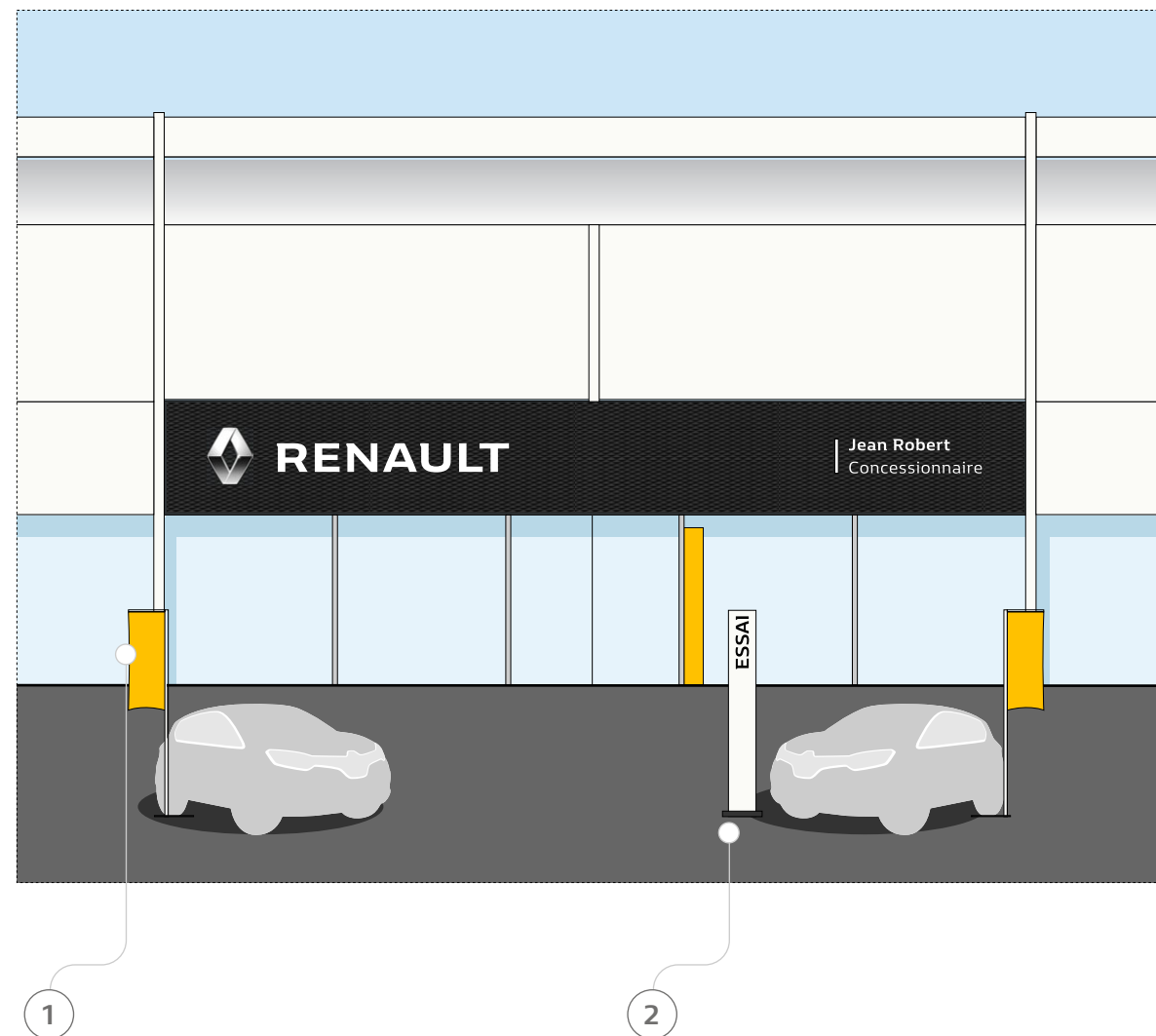


## l'exposition extérieure

### Une zone Essai

- Le parvis devant le showroom permet de mettre des véhicules d'exposition.
- Une zone d'essai est préconisée pour valoriser la gamme vis-à-vis de la concurrence.
- En complément des composantes de la zone d'Essai, des oriflammes alignés sur les bords de la zone et espacés de manière régulière, pourront être utilisés pour créer un appel visuel.

- ① Oriflammes jaunes h. 3000 mm
- ② Mât d'aire de la zone Essai h. 3000 mm

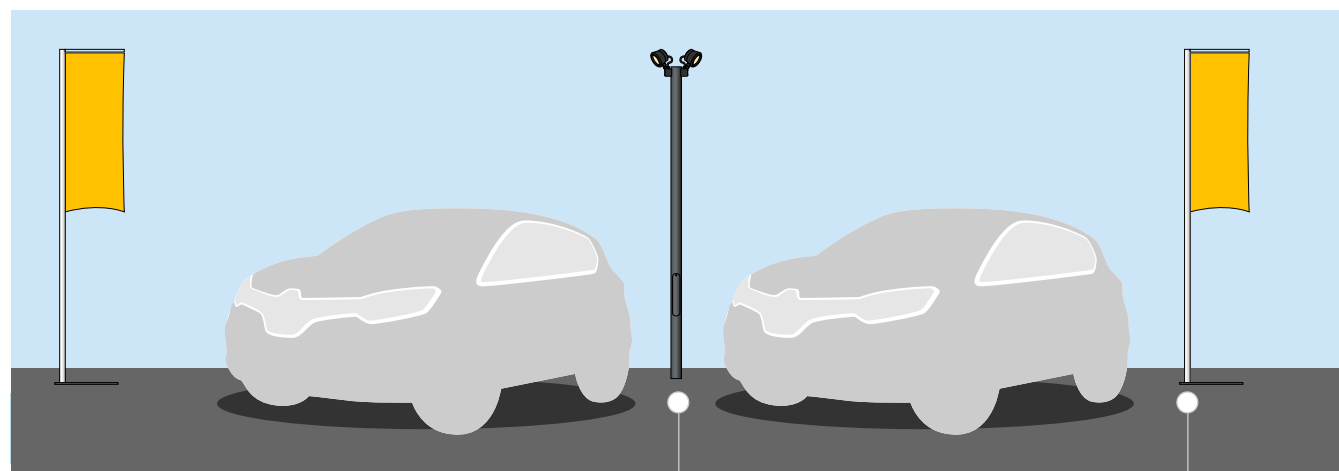
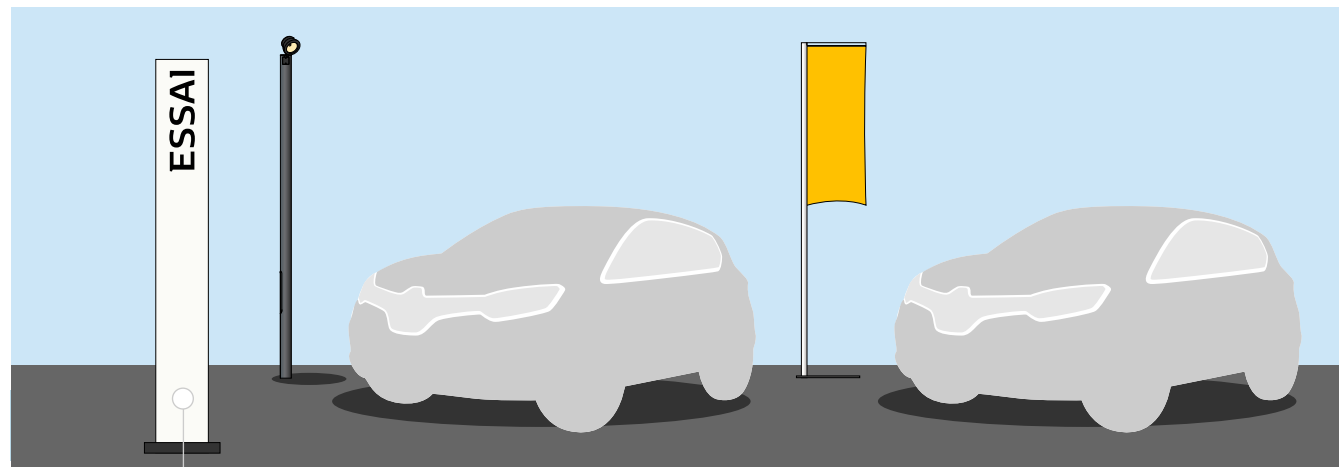


## LES ZONES COMMERCIALES AUTOMOBILES

## Animation de la zone d'Essai

## Les composantes

- ① Mât d'aire
- ② Mâts d'éclairage
- ③ Oriflammes jaunes



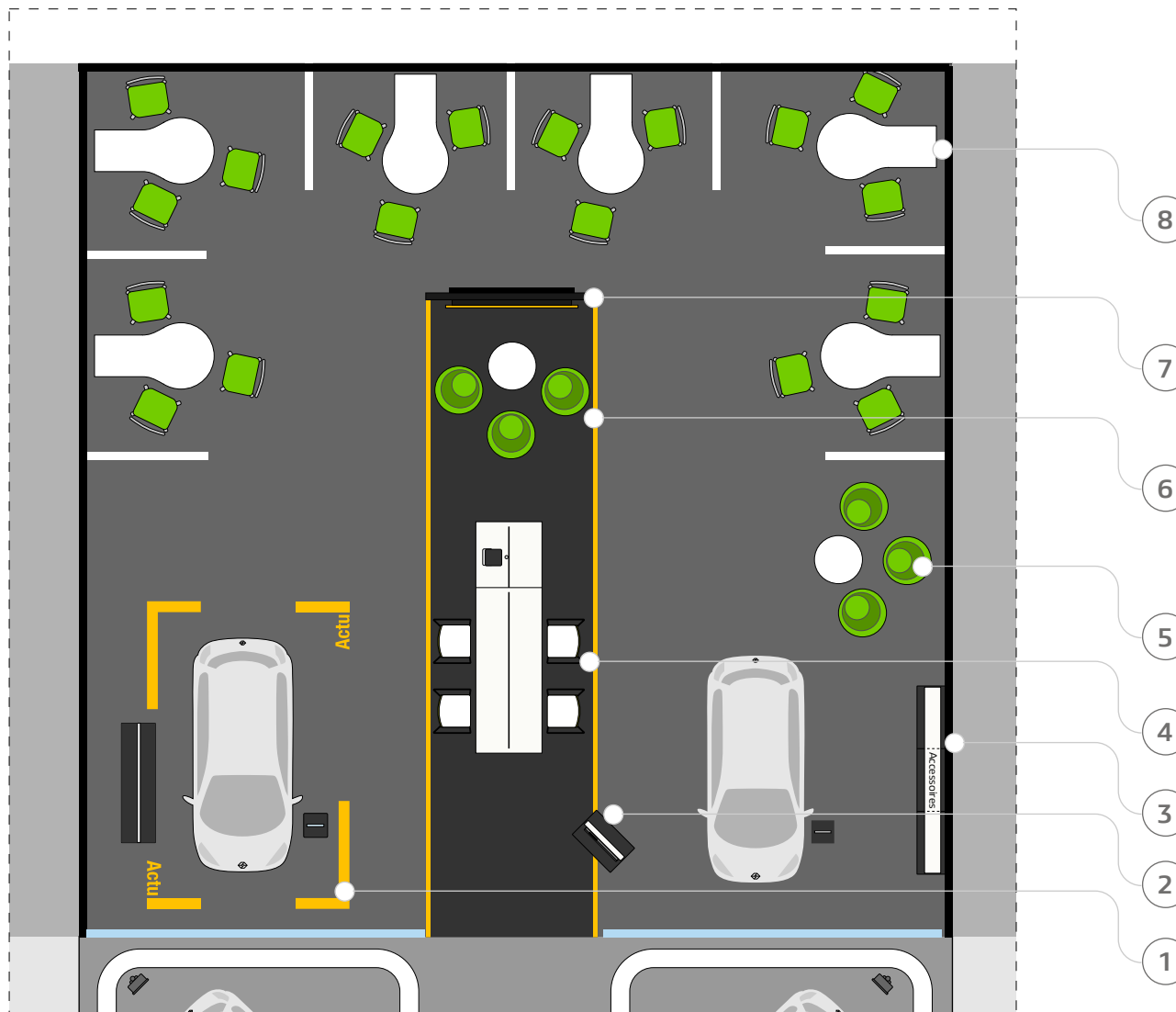
③

## LES ZONES COMMERCIALES AUTOMOBILES

## L'implantation du showroom

## Les composantes

- ① Zone Actu
- ② Totem Accueil
- ③ Mobilier accessoires
- ④ Bar de marque
- ⑤ Lounge étendu (en îlot)
- ⑥ Lounge de la Renault Road
- ⑦ Mur de Marque
- ⑧ Bureaux vendeurs

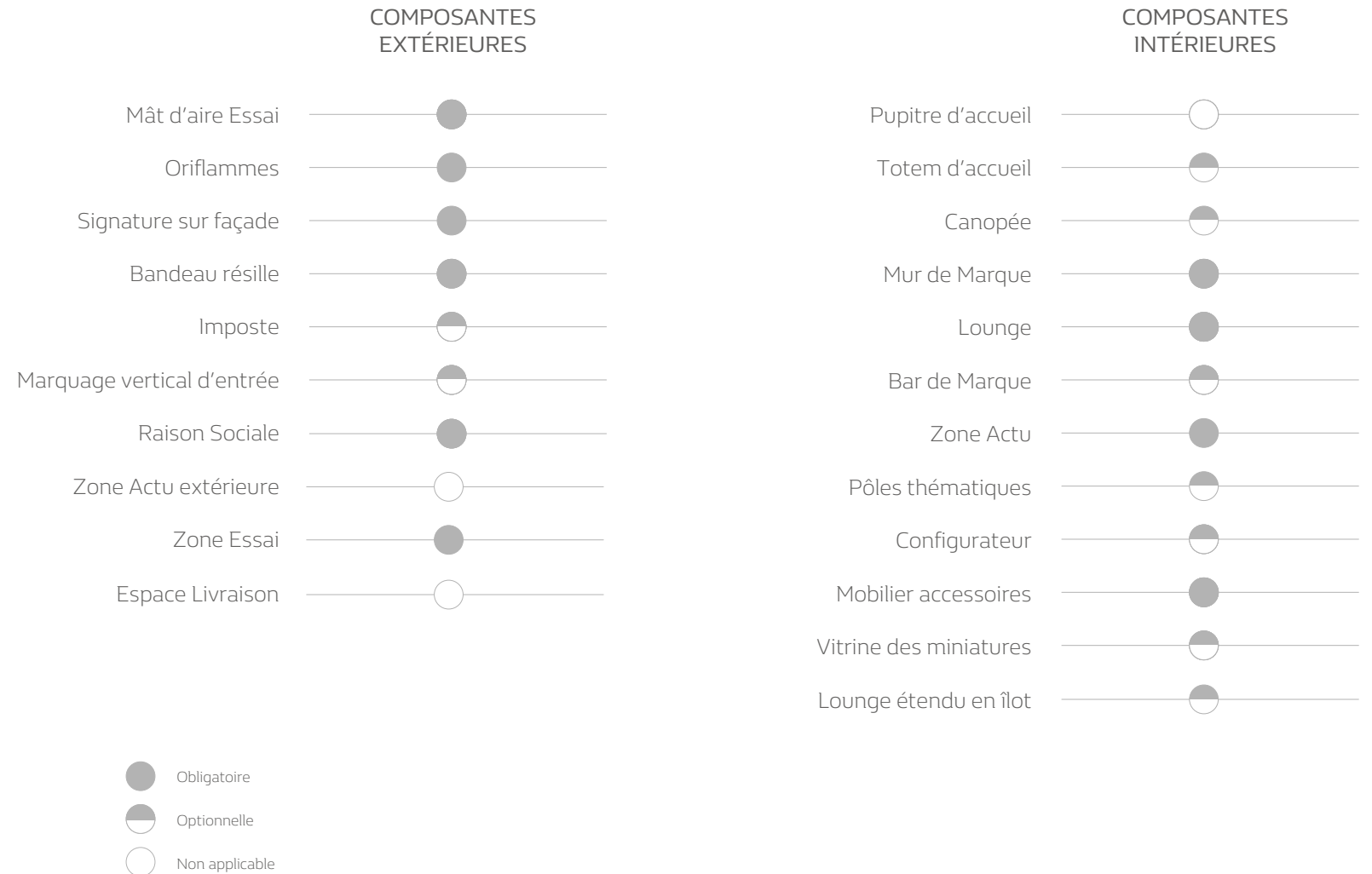


## LES ZONES COMMERCIALES AUTOMOBILES

## les composantes

## Principe général

- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Stores et ne sont pas spécifiques à ces sites.
- Selon la surface du showroom et l'expérience client voulue par chaque Pays/Région, des composantes optionnelles peuvent être implantées.



une situation  
où la marque  
doit se distinguer  
pour exister

## LES SHOWROOMS PARTAGÉS

La particularité de ces sites est d'avoir :

- un grand nombre de marques regroupées dans un même showroom en confrontation directe sans séparation,
- un accueil commun et des vendeurs multimarques,
- des services Après-Vente commun,
- la livraison des véhicules se fait dans un espace commun neutre.

Dans un tel contexte, l'enjeu est pour la marque Renault d'utiliser les composantes minimales lui permettant d'être identifiée dans les meilleures conditions.

### NOTA

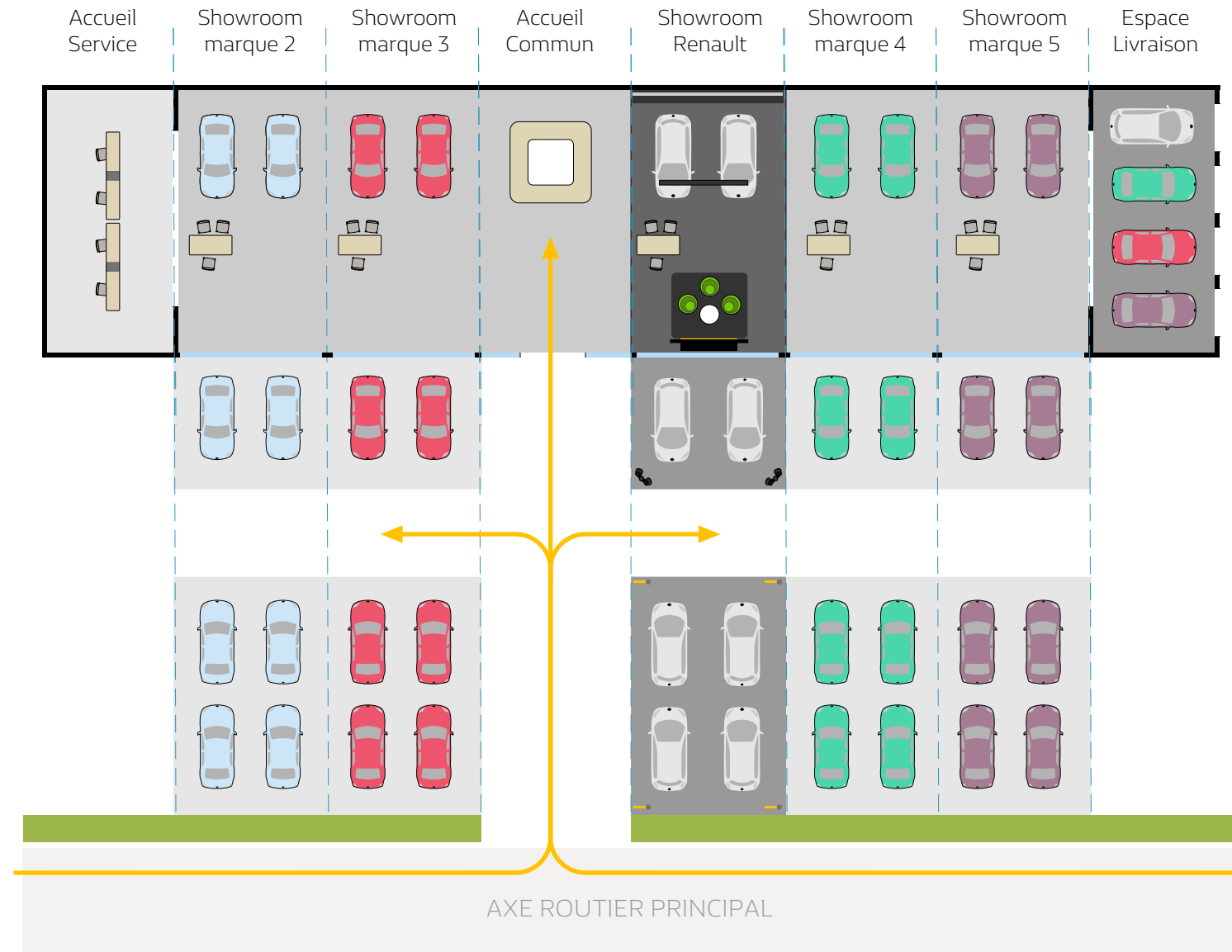
Ces sites atypiques peuvent être déployés dans les pays où la part de marché est trop faible pour avoir des sites multimarques dédiés, offrant à la Marque Renault une présence minimale.

# LES SHOWROOMS PARTAGÉS

## l'implantation générale

### Principes

- Toutes les marques disposent d'une surface de showroom sensiblement identique.
- Devant le showroom figure une aire d'exposition extérieure.
- Le showroom Renault est intégré dans un bâtiment sans séparation physique entre les marques. On accède à un accueil commun par une porte unique.
- Les signatures des marques figurent sur la façade au-dessus du showroom.



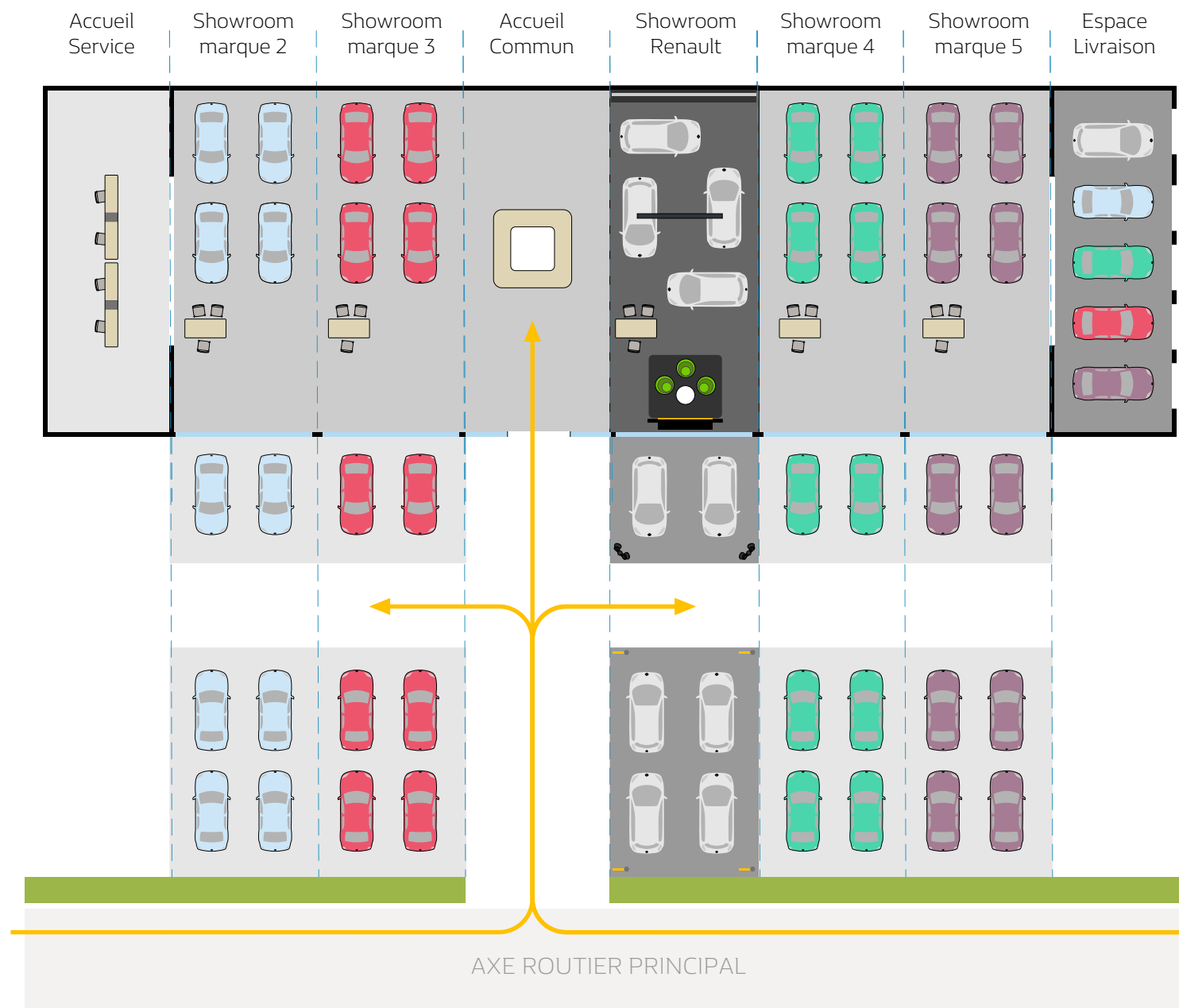


## LES SHOWROOMS PARTAGÉS

## showroom étendu

## Principe

- Lorsque la surface du showroom Renault sera suffisamment importante pour accueillir plus de 3 véhicules, on positionnera les véhicules de manière orthogonale afin de favoriser la reconnaissance de la partie réservée à la marque.



# LES SHOWROOMS PARTAGÉS

## les zones extérieures

### Principes

- La zone Actu permet de présenter le véhicule du moment et d'attirer le regard des clients.
- Selon la visibilité depuis les abords, les oriflammes jaunes pourront être positionnés aux 4 angles de l'exposition extérieure.

① Zone Actu extérieure

② Oriflammes jaunes



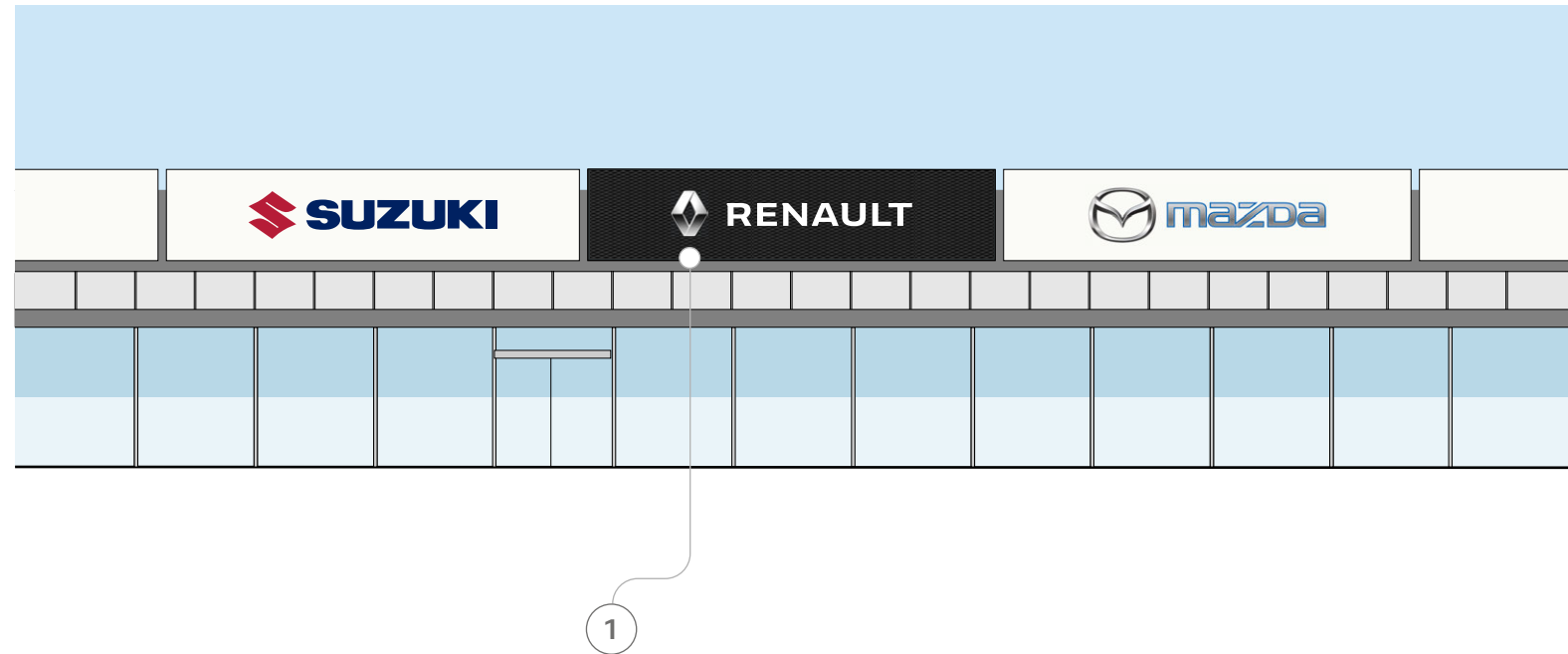
## LES SHOWROOMS PARTAGÉS

# la façade principale

### Principe

- Le marquage de façade Renault est présent sur la façade du showroom.
- Il comprend la signature Renault en volume sur fond de résille métallique. Lettrage et losange sont lumineux.

① Marquage de façade Renault

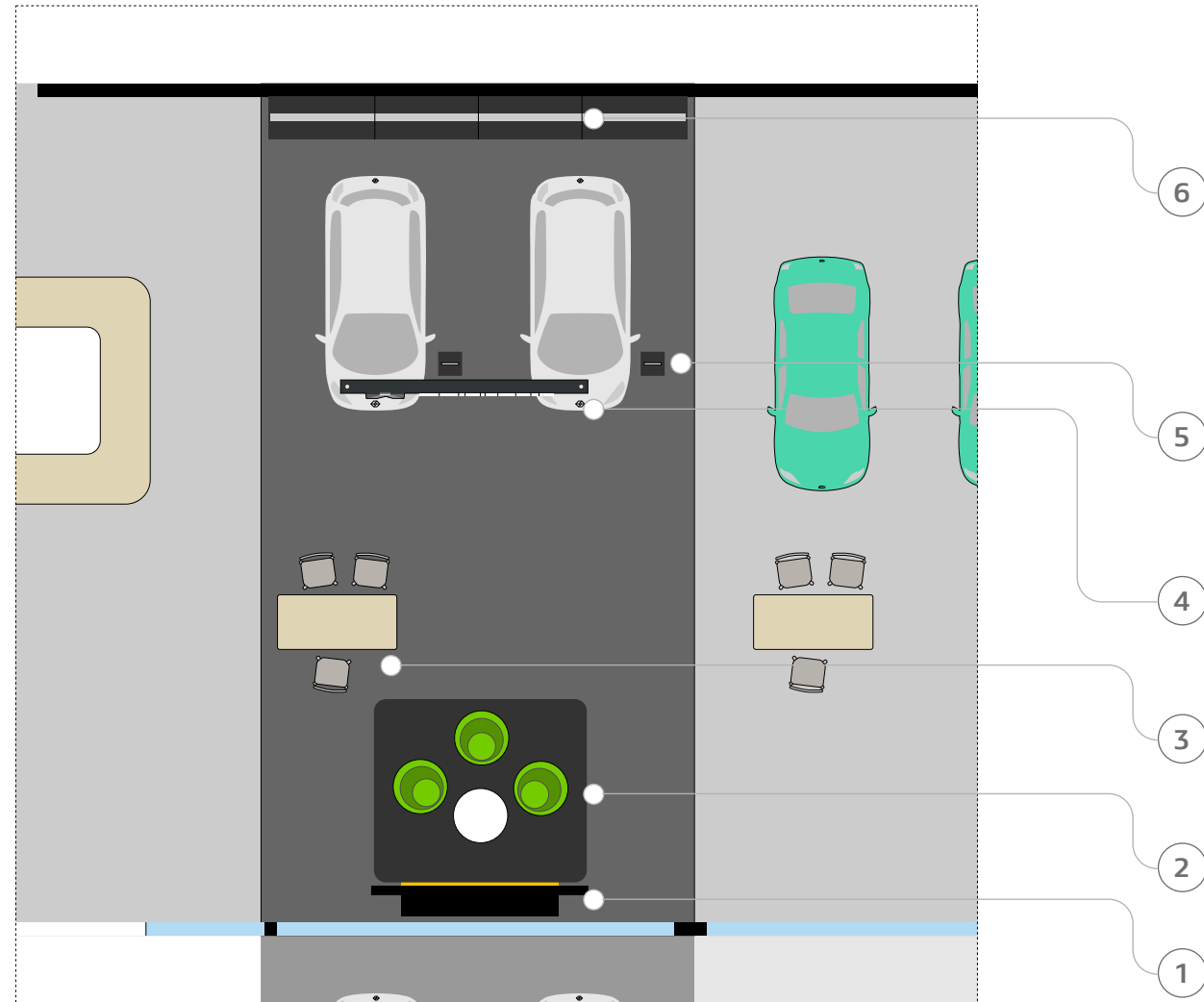


## LES SHOWROOMS PARTAGÉS

## implantation du showroom

## Composantes

- ① Mur de marque
- ② Lounge
- ③ Bureau vendeur multimarque
- ④ Bandeau Renault suspendu
- ⑤ Présentoirs-prix
- ⑥ Fresque

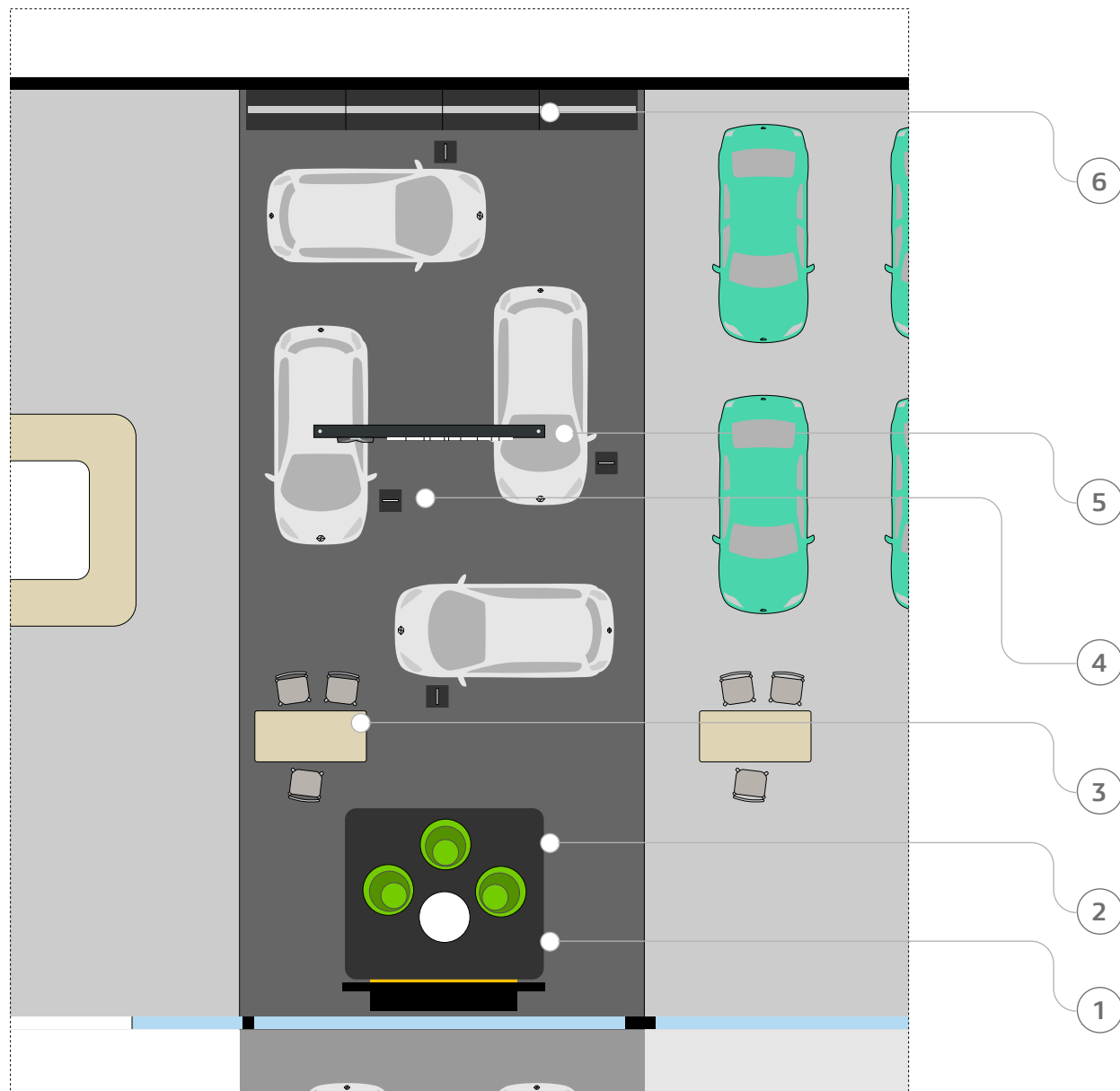


## LES SHOWROOMS PARTAGÉS

# implantation du showroom étendu

## Composantes

- ① Mur de marque
- ② Lounge
- ③ Bureau vendeur multimarque
- ④ Présentoirs-prix
- ⑤ Bandeau Renault suspendu
- ⑥ Fresque



## LES SHOWROOMS PARTAGÉS

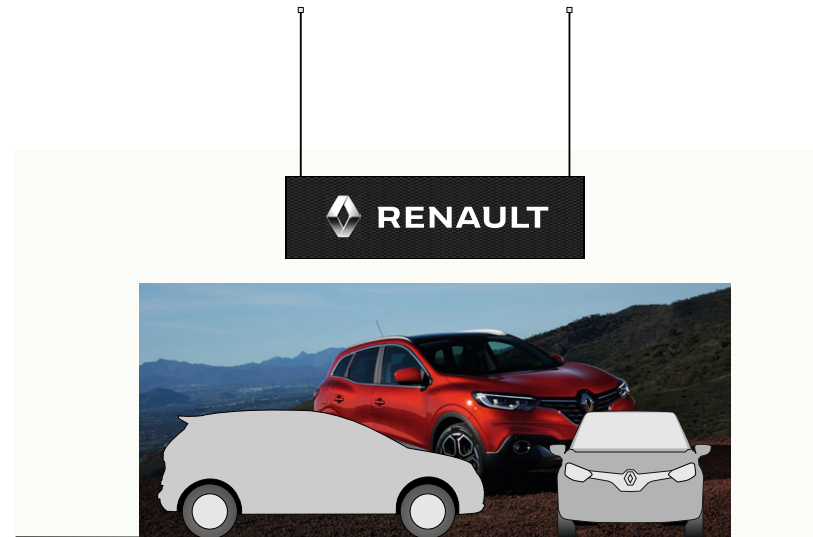
# la fresque

### Principes

- Une fresque est implantée à l'opposé du mur de marque mettant en valeur la présentation des véhicules exposés.
- Deux thématiques peuvent être retenues, thème produits lié à la nouveauté ou thème marque présentant l'actualité de Renault.

① Thème produit

② Thème marque



①



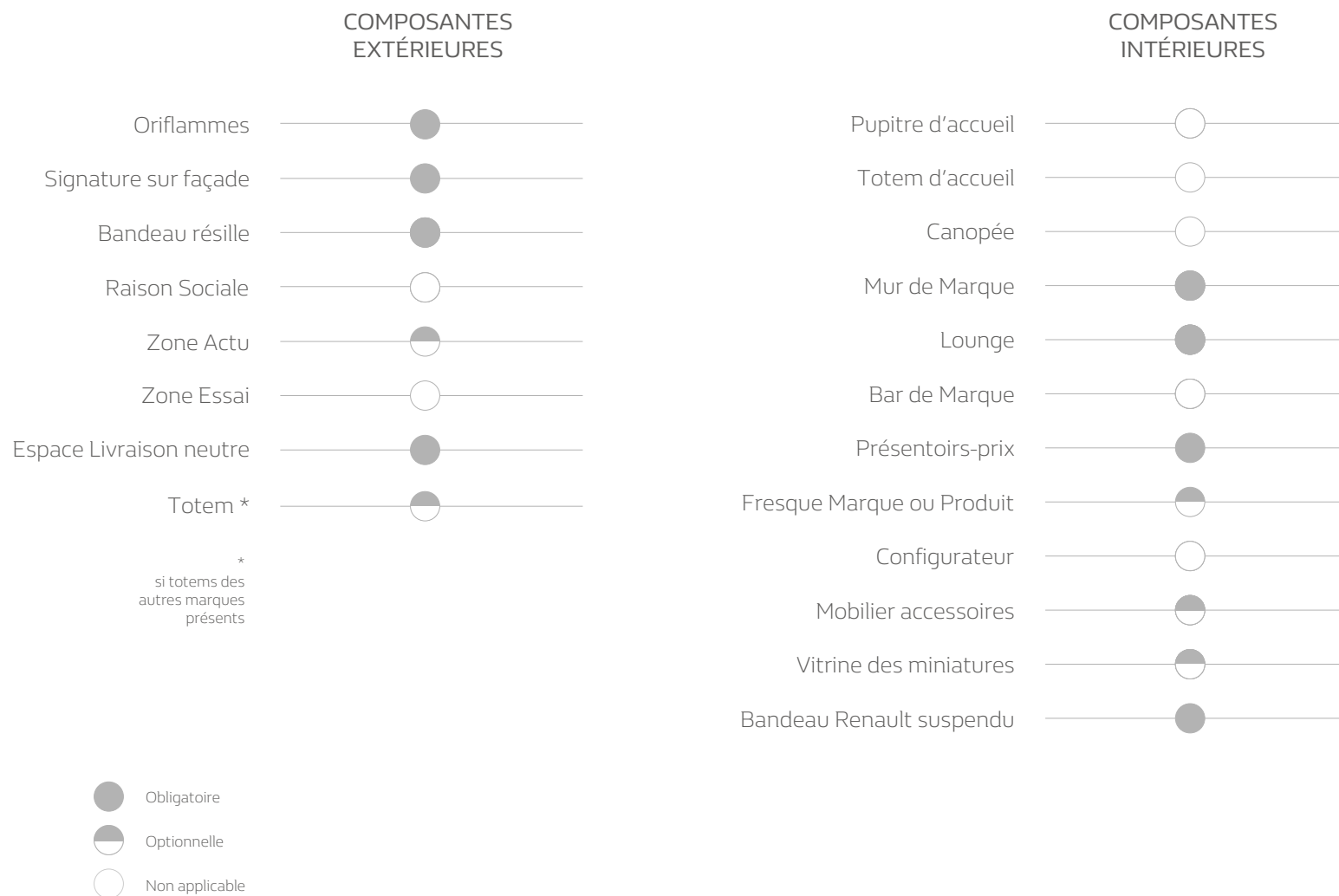
②

# LES SHOWROOMS PARTAGÉS

## les composantes

### Principe général

- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Stores et ne sont pas spécifiques à ces sites.
- Selon la surface du showroom et l'expérience client voulue par chaque Pays/Région, des composantes optionnelles peuvent être implantées.



## généralités

une situation  
où la marque  
est confrontée  
à ses concurrents  
directs

### LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX (EN SOUS-SOL)

Les showrooms sont installés dans une galerie commerciale, disposés les uns à côté des autres autour d'une allée centrale :

- les showrooms sont juxtaposés,
- chaque showroom dispose d'un espace de vente propre à chacune des marques,
- les services Après-Vente sont communs regroupés dans un autre espace.
- la livraison des véhicules peut se faire dans le showroom de chaque marque ou dans un espace commun proche du bâtiment.

#### NOTA

Ces sites atypiques peuvent être déployés dans les pays où la part de marché est trop faible pour avoir des sites multimarques dédiés, offrant à la Marque Renault une présence minimale.



## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

### l'implantation générale

#### Principes

- Les showrooms des différentes marques sont implantés dans un centre commercial en sous-sol. Ils s'organisent autour d'une allée centrale similaire à ce que l'on trouve dans une galerie commerciale.
- Le showroom Renault est séparé des autres marques par des murs latéraux et un mur de fond.
- Le showroom est identifié par un bandeau porteur de la signature Renault sur fond de résille métallique.



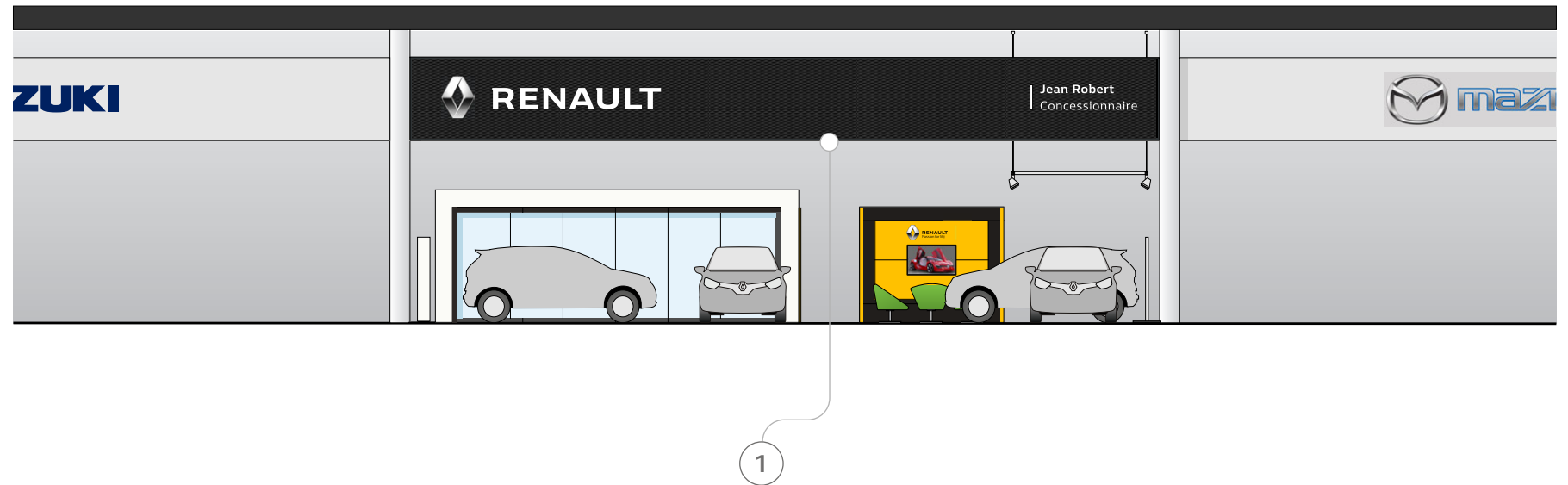
## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

**la façade principale**

## Principe d'identification

- Le marquage de façade Renault est présent sur la façade du showroom.
- Il comprend la signature Renault en volume sur fond de résille métallique associée à la Raison Sociale. Lettrage et losange sont lumineux.

## ① Marquage de façade Renault



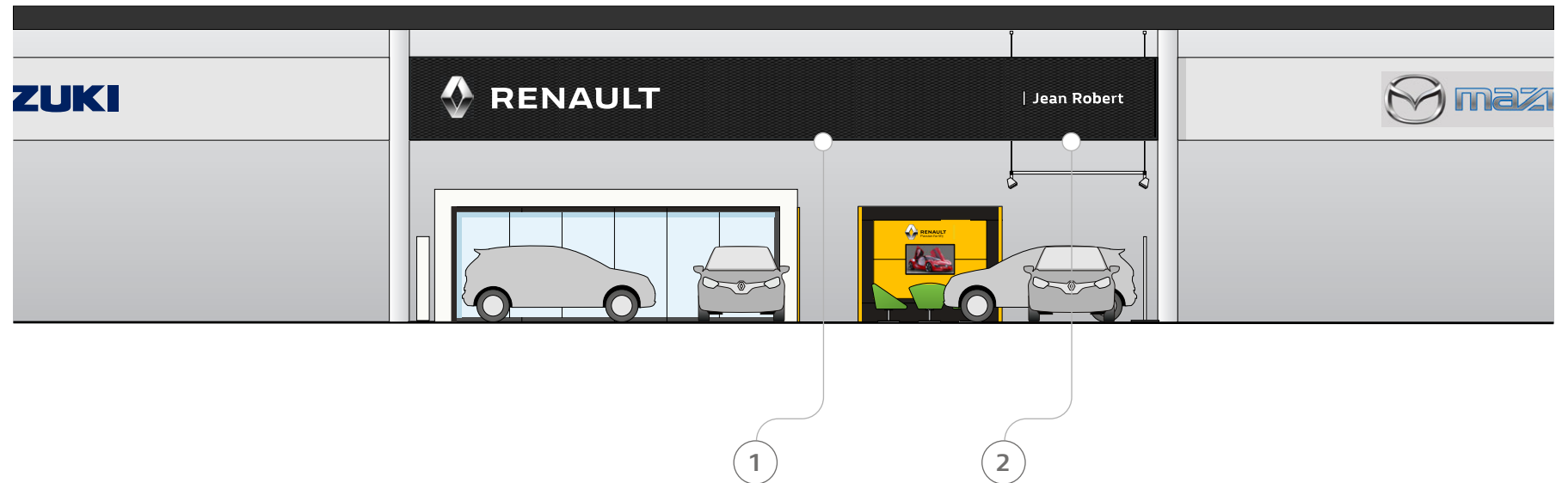
## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

### la Raison Sociale

#### Principe d'identification

- La Raison Sociale peut être écrite sur une ou deux lignes (cf. page précédente).
- Se reporter au Guide d'implantation générale Renault Stores pour connaître les proportions à respecter avec la signature Renault.

- ① Signature Renault sur bandeau de résille
- ② Raison Sociale sur 1 ligne



LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

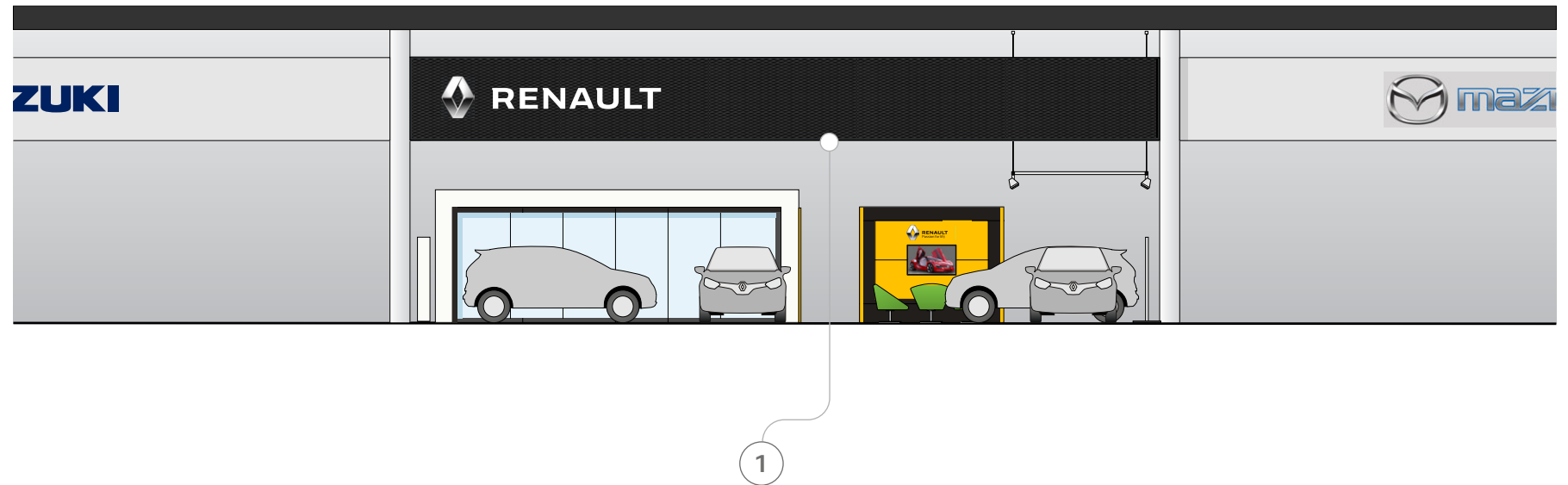
## la façade sans Raison Sociale

### Principe d'identification

Lorsque le bâtiment abritant les différents showrooms appartient à une même entité, la Raison Sociale pourra ne pas être présente sur le bandeau d'identification.

- La façade est identifiée par la signature Renault sur fond de résille.

① Signature Renault sur bandeau de résille



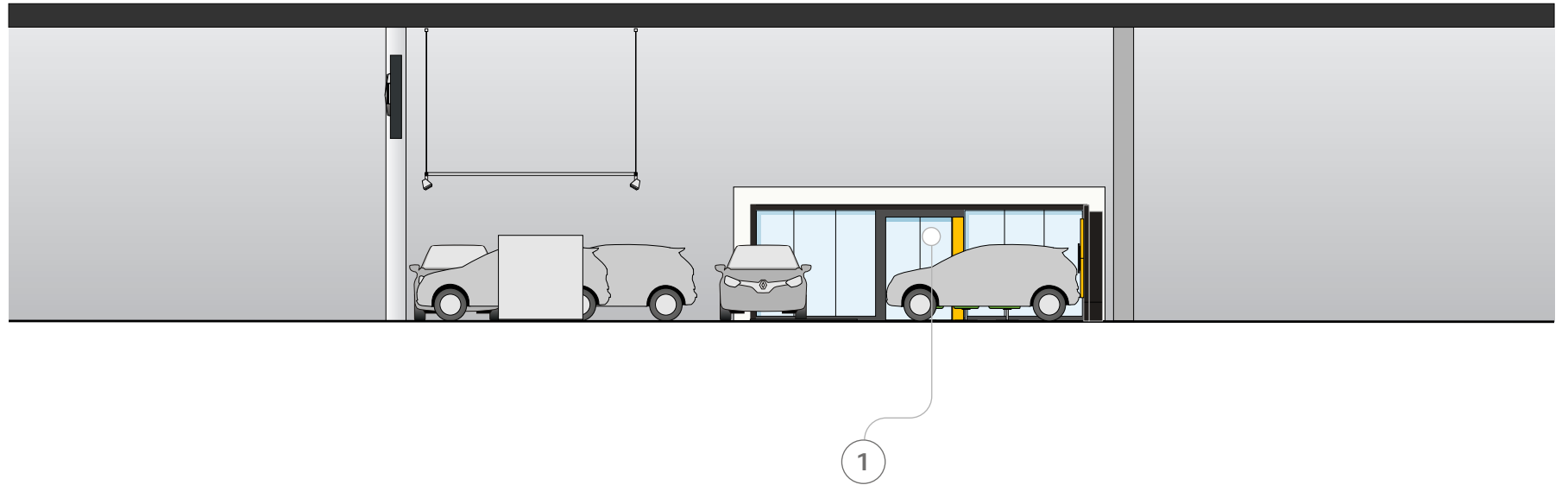
## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

**l'espace de vente**

## Principes

- L'entrée de l'espace de vente est identifiée par un marquage vertical d'entrée.
- Les façades sont à dominante blanche, comportant à minima 2 façades vitrées.

① Marquage d'entrée vertical



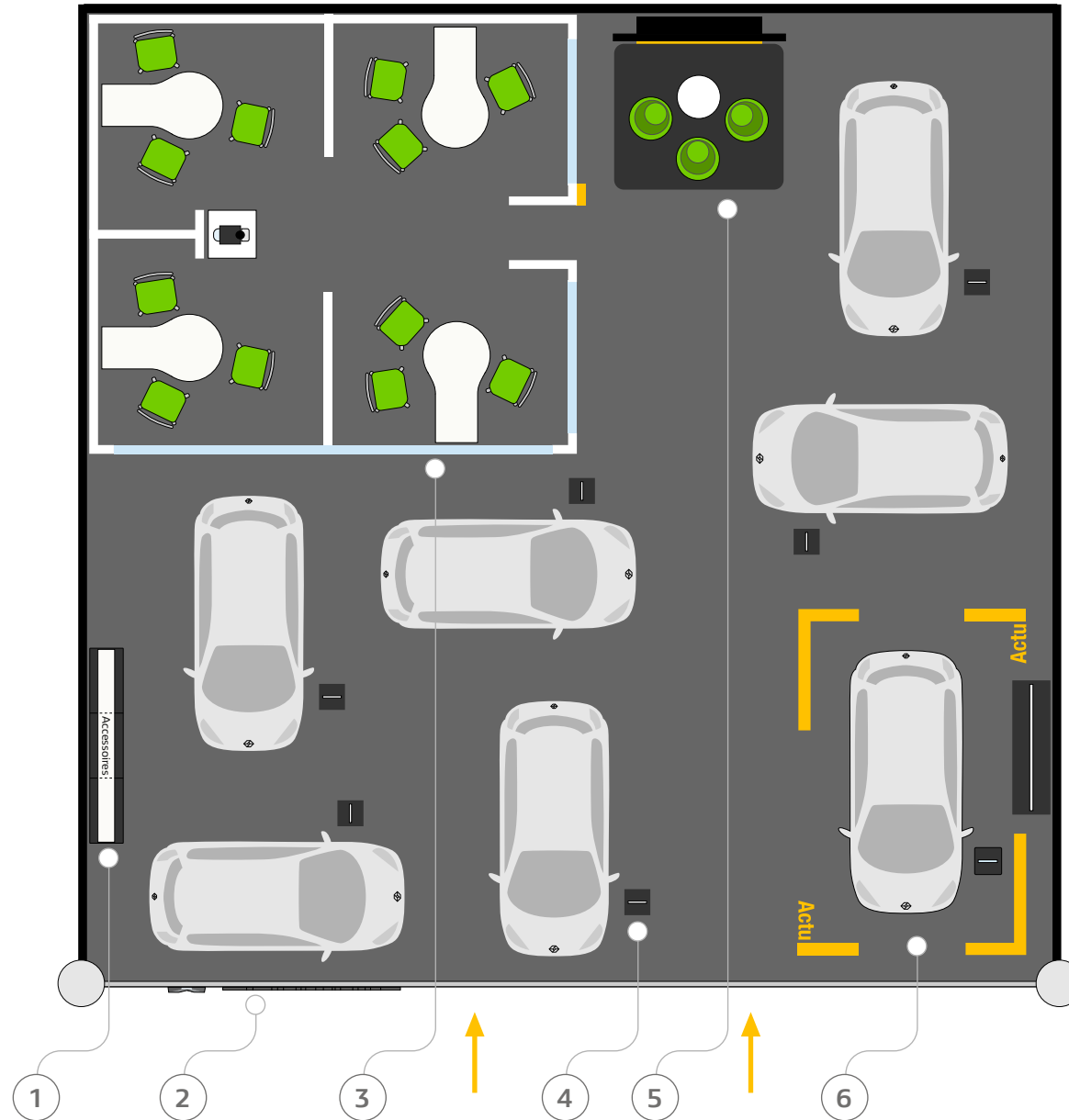
## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

## implantation du showroom

## Principes

- L'espace de vente est implanté au fond du showroom.
- Le mur de marque et le lounge sont disposés à proximité de l'espace de vente.
- La zone Actu est positionnée au premier plan sur l'un des côtés du showroom.

- 1 Mobilier Accessoires
- 2 Signature Renault sur bandeau de résille
- 3 Espace de vente
- 4 Présentoirs-Prix
- 5 Mur de marque et lounge
- 6 Zone Actu avec visuel 2 x 2

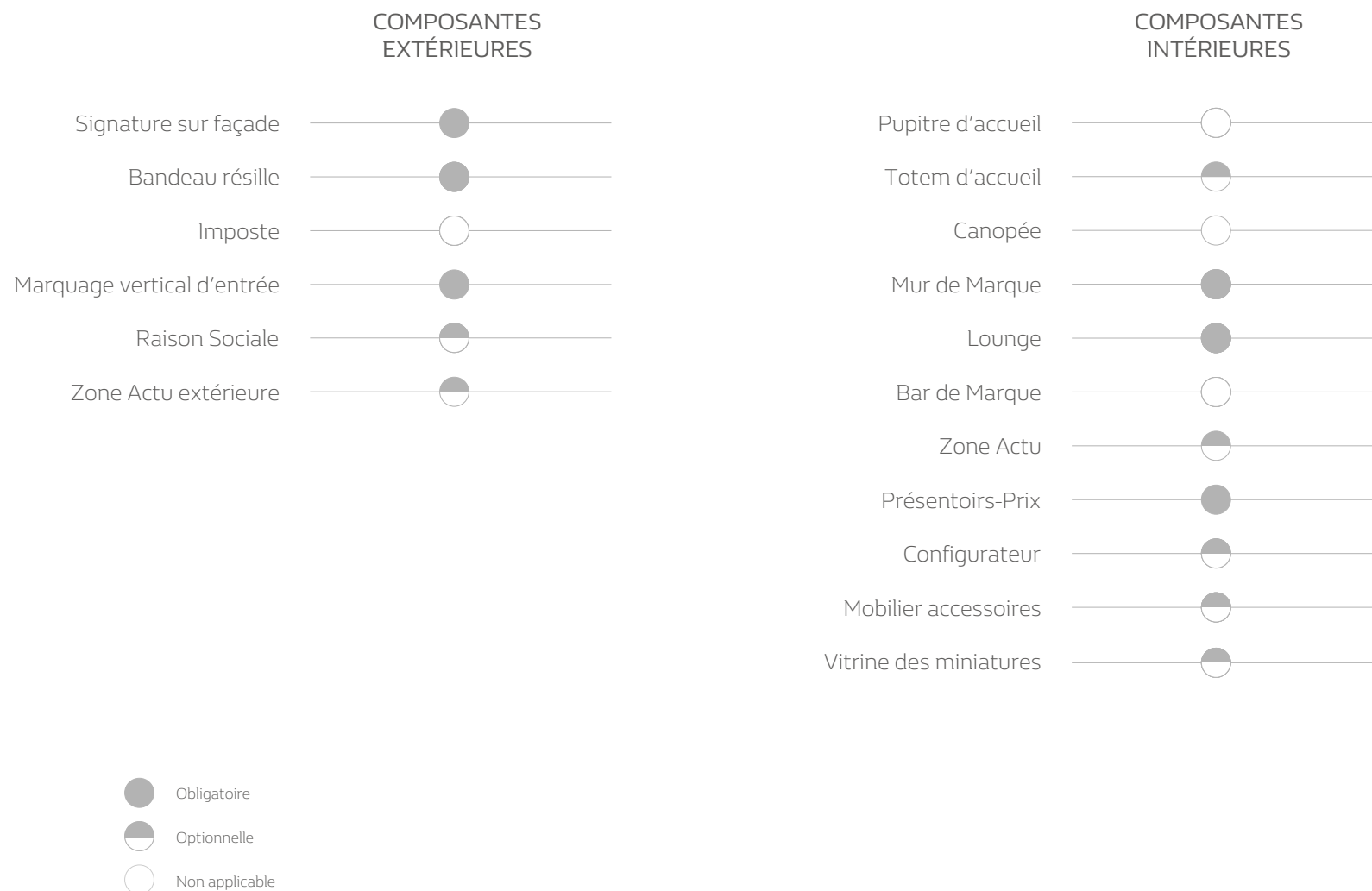


## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EN SOUS-SOL

### les composantes

#### Principe général

- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Stores et ne sont pas spécifiques à ces sites.
- Selon la surface du showroom et l'expérience client voulue par chaque Pays/Région, des composantes optionnelles peuvent être implantées.



## généralités

le showroom  
doit être  
**plus attractif  
que jamais**

### LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX (SUR PARKING EXTÉRIEUR)

Les showrooms sont installés dans une galerie commerciale extérieure :

- les showrooms sont séparés les uns des autres par des murs opaques mais sont traversants (sans mur de fond),
- le showroom dispose d'un espace de vente identifié à la marque,
- les services Après-Vente sont communs, regroupés dans un autre espace,
- la Livraison des véhicules se fait dans le showroom.

#### NOTA

Ces sites atypiques peuvent être déployés dans les pays où la part de marché est trop faible pour avoir des sites multimarques dédiés, offrant à la Marque Renault une présence minimale.

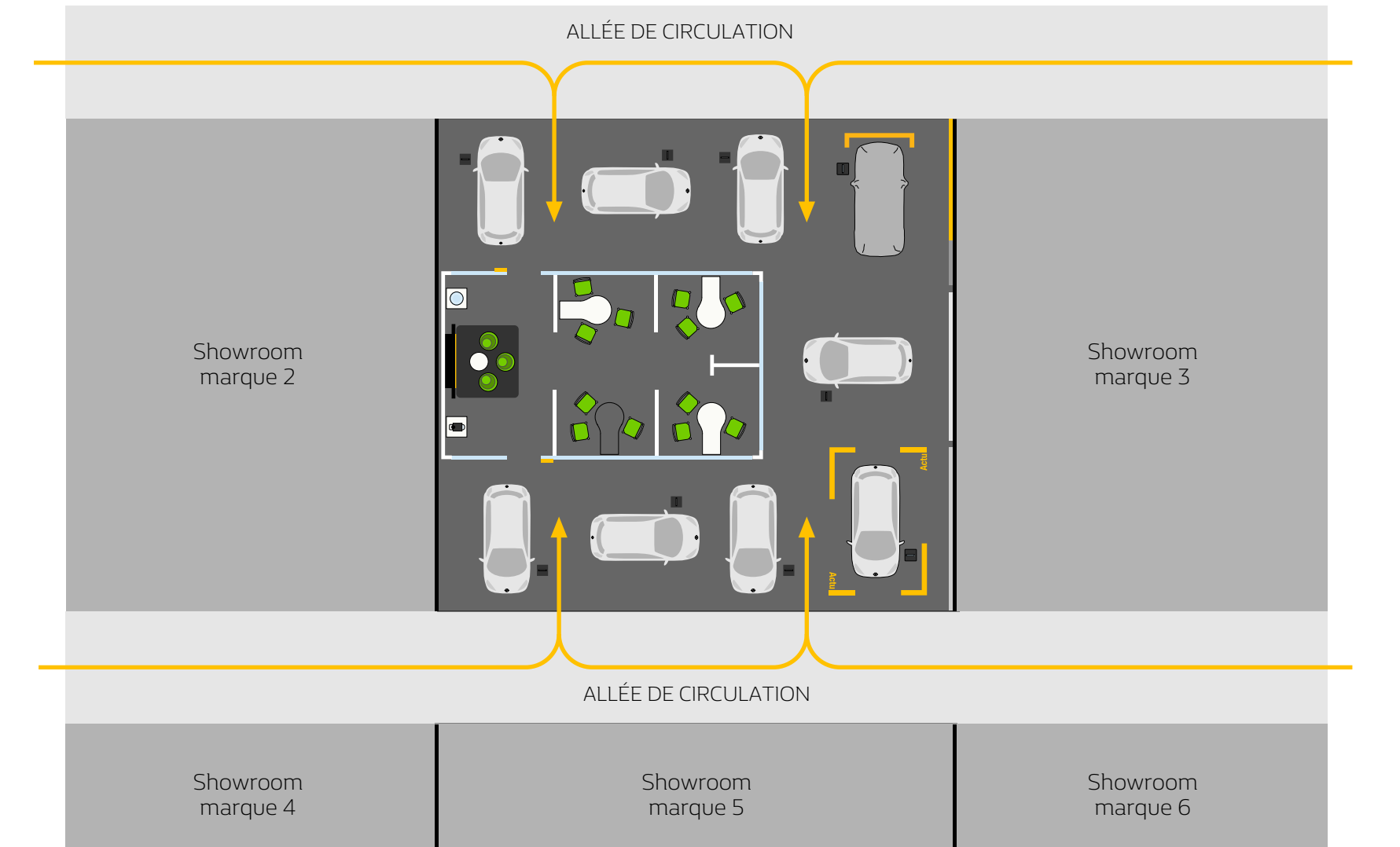


# LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

## l'espace de vente

### Principes

- Les showrooms des différentes marques sont abrités sous un auvent sur un parking extérieur. Ils s'organisent autour d'allées de circulation.
- Le showroom Renault est séparé des autres marques par des murs latéraux.
- Le showroom est identifié par un bandeau Renault sur fond de résille métallique implanté sur le bord de l'auvent.



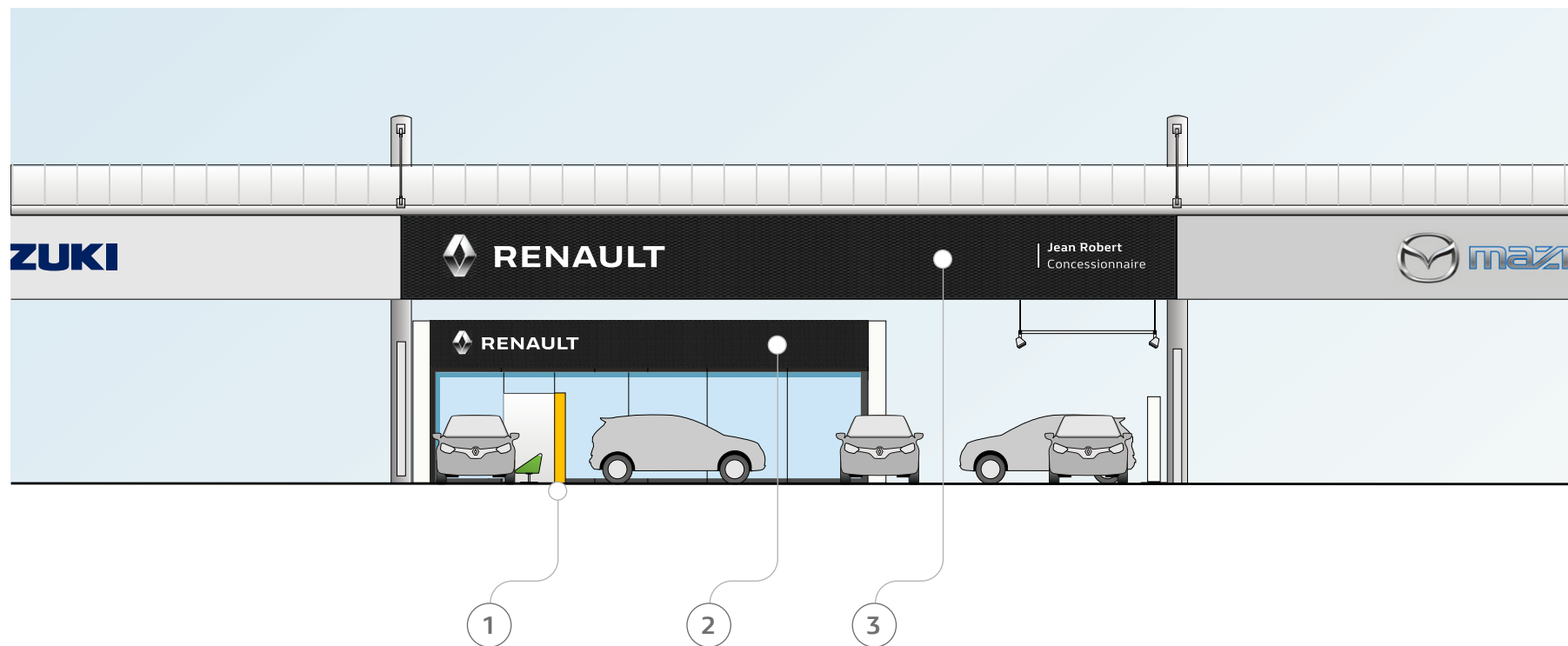
## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

### la façade principale

#### Principe d'identification

- L'identification du showroom est assurée par un marquage de façade Renault présent sur le bord de l'auvent.
- En proximité, l'espace de vente est identifié par un marquage de façade implanté sur la façade.
- L'entrée de l'espace de vente est identifiée par un marquage d'entrée vertical.
- Les signatures Renault sont lumineuses, en volume, sur fond de résille métallique.

- ① Marquage de façade Renault de l'espace de vente
- ② Marquage vertical d'entrée
- ③ Marquage de façade Renault de l'auvent



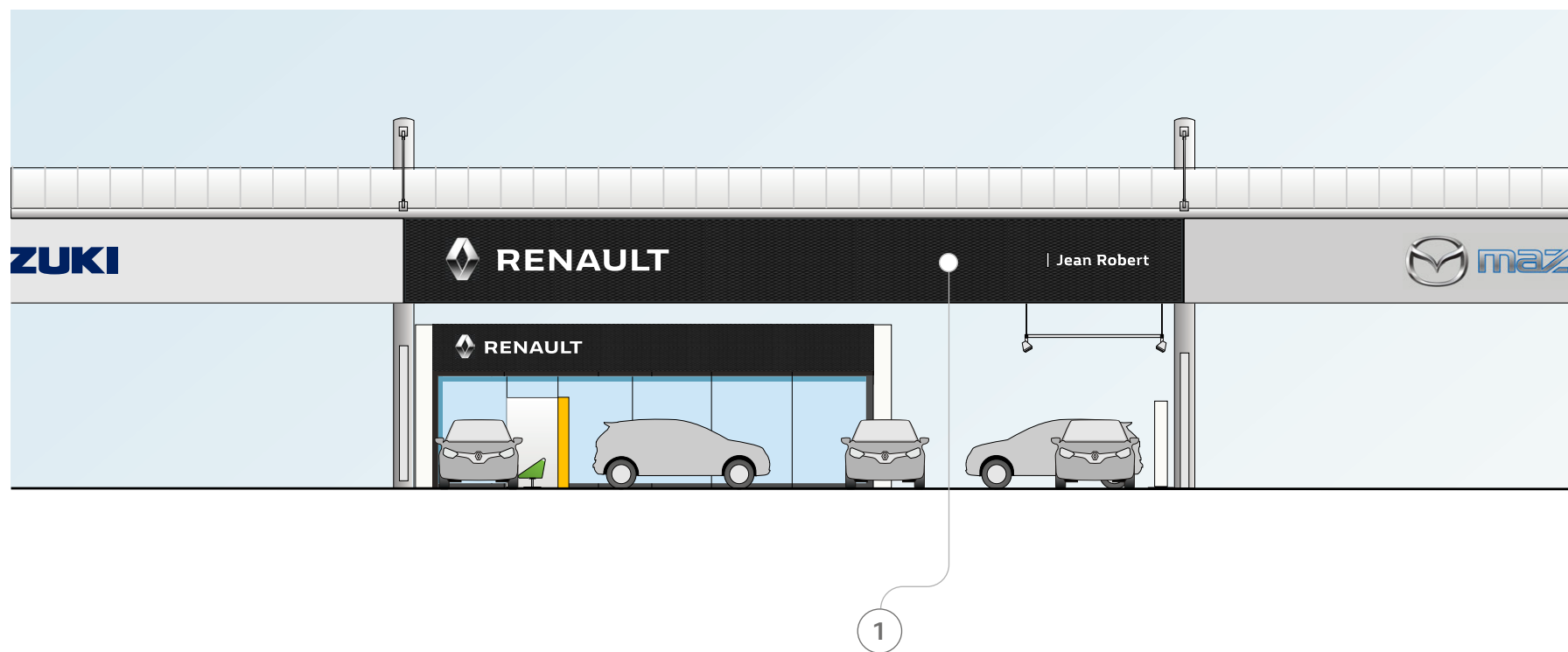
## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

### la Raison Sociale

#### Principe d'identification

- La Raison Sociale peut être écrite sur une ou deux lignes (cf. page précédente).
- Elle n'est présente que sur le bandeau implanté sur l'auvent.
- Se reporter au Guide d'implantation générale Renault Stores pour connaître les proportions à respecter avec la signature Renault.

① Raison Sociale sur 1 ligne



## LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

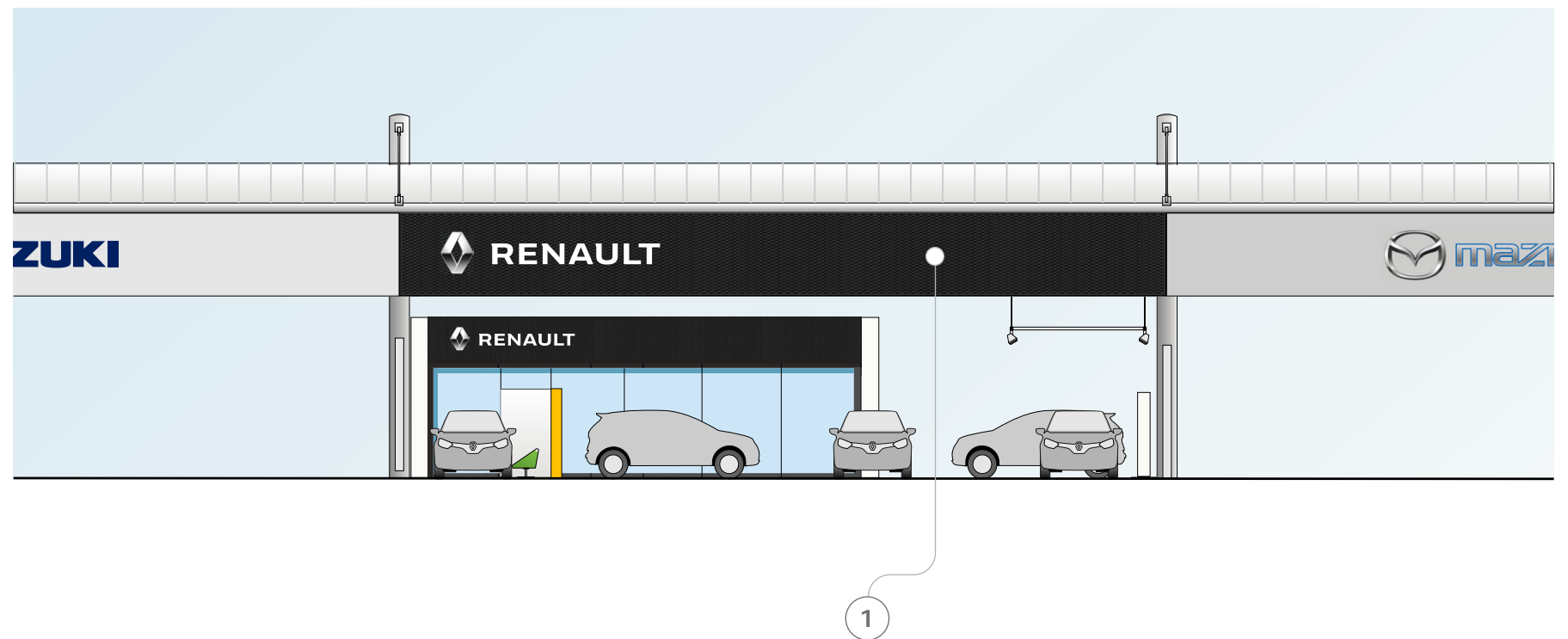
## l'absence de Raison Sociale

### Principe d'identification

Lorsque le bâtiment abritant les différents showrooms appartient à une même entité, la Raison Sociale pourra ne pas être présente sur le bandeau d'identification.

- La façade est identifiée par la signature Renault sur fond de résille.

① Signature Renault sur bandeau de résille



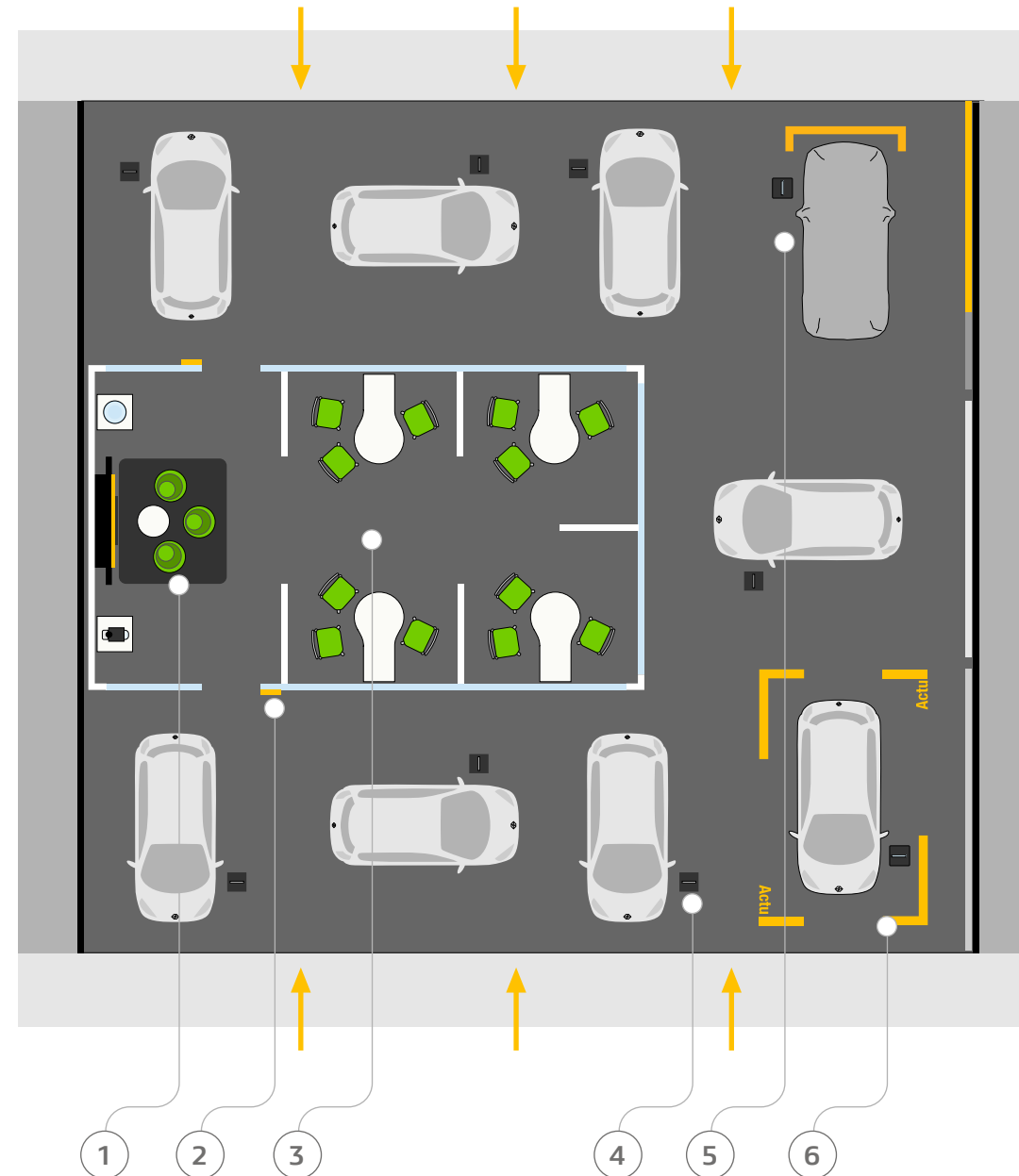
# LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

## implantation du showroom

### Principes

- L'espace de vente est implantée au fond du showroom.
- Le mur de marque et le lounge sont disposés à proximité de l'espace de vente.
- La zone Actu est positionnée au premier plan sur l'un des côtés du showroom.

- ① Mur de marque et lounge
- ② Marquage d'entrée vertical
- ③ Espace de vente
- ④ Présentoirs-Prix
- ⑤ Espace Livraison
- ⑥ Zone Actu

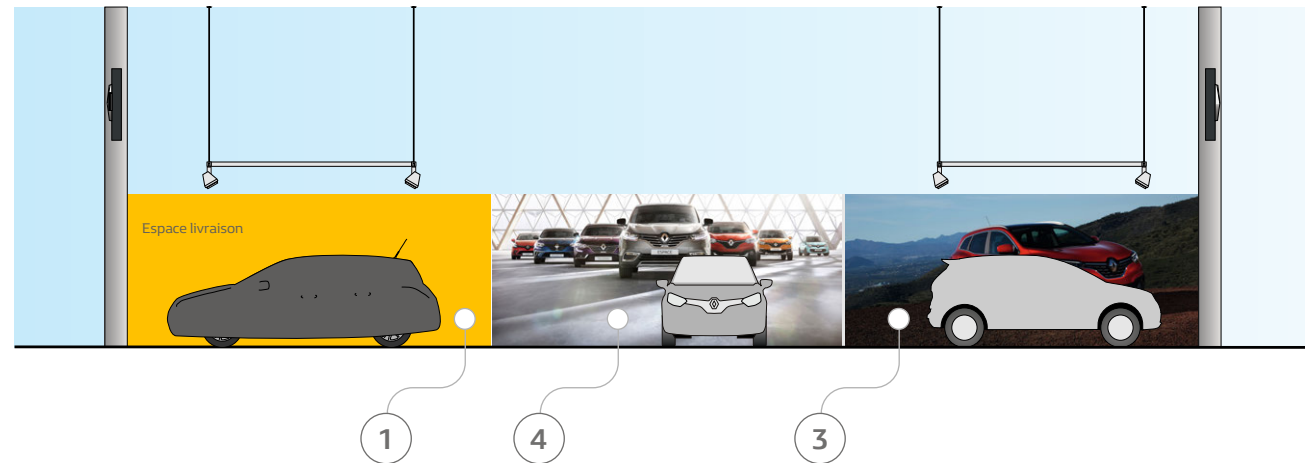
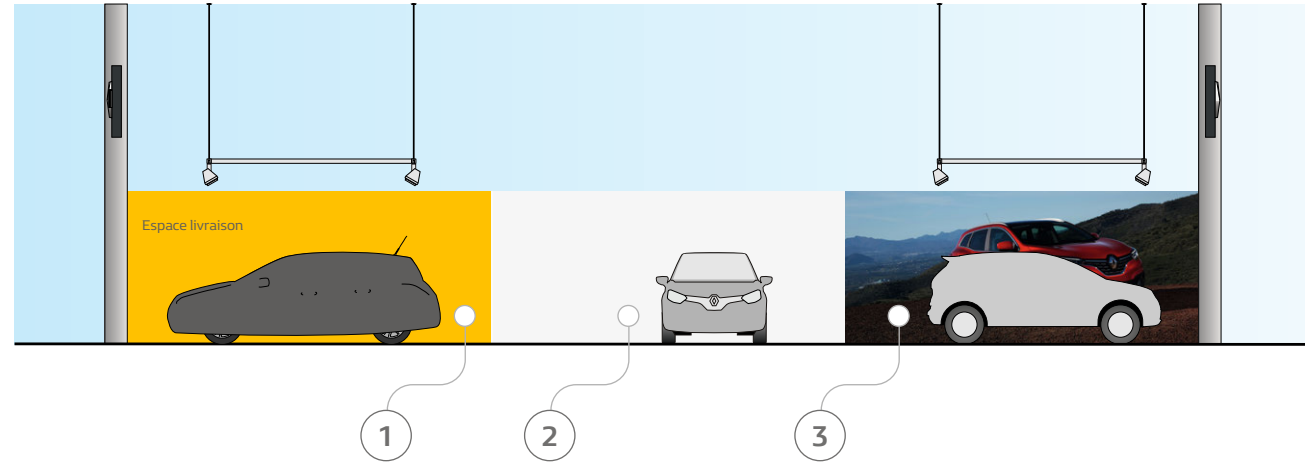


# LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

## les fresques

### Principes

- Les fresques sont implantées à l'opposé de l'espace de vente mettant en valeur les véhicules exposés.
- Le mur de l'Espace Livraison est décoré en jaune avec le marquage "Espace Livraison".
- Le mur de la zone Actu reçoit un visuel Produit lié à la nouveauté exposée.
- La partie centrale du mur peut recevoir un visuel ou demeurer blanc (selon les données transmises par le Marketing du Pays ou de la Région).



- ① Fresque de l'Espace de Livraison
- ② Mur blanc RAL 9010
- ③ Fresque Produit
- ④ Fresque Marque

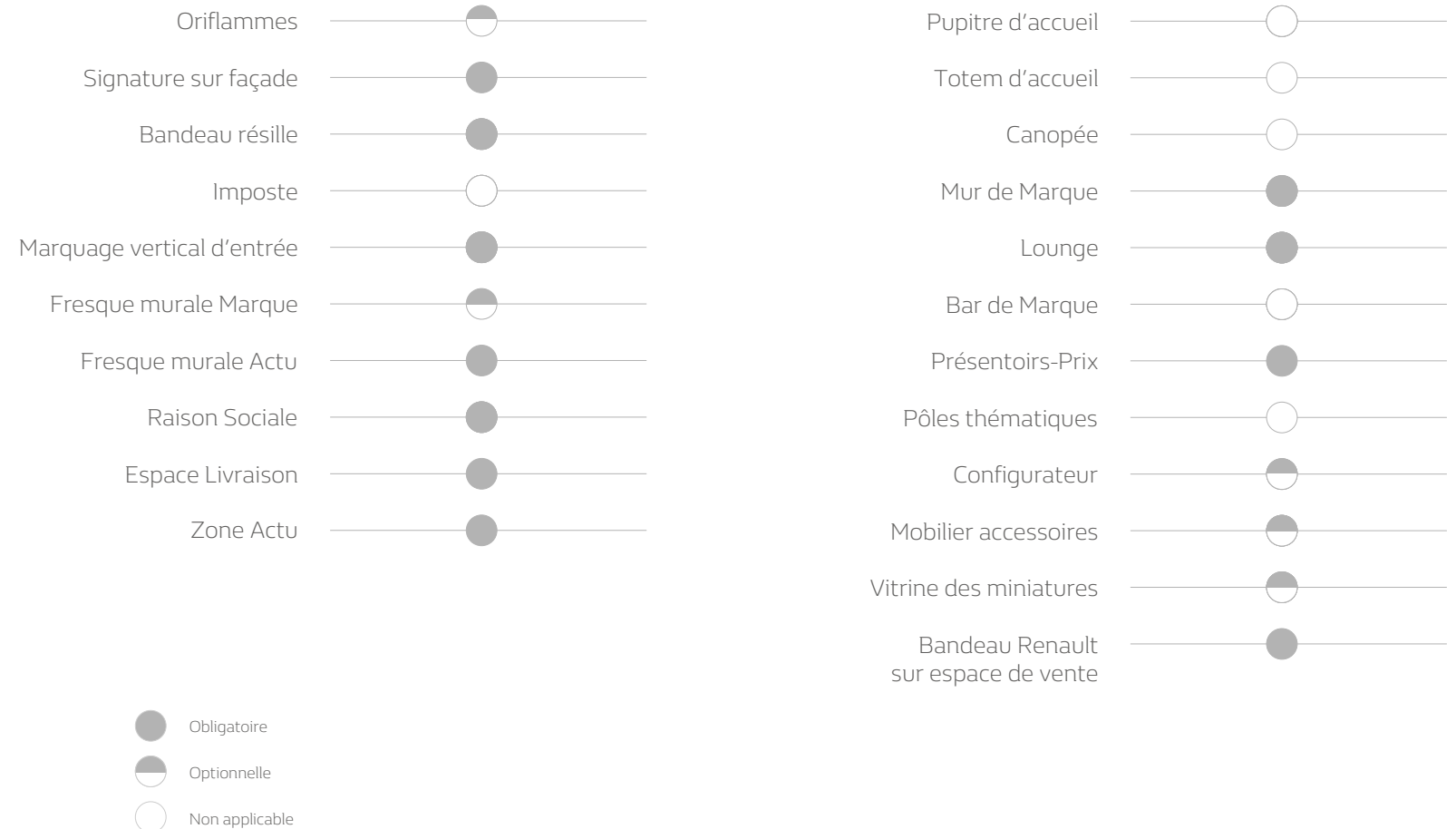
# LES SHOWROOMS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX SUR PARKING EXTÉRIEUR

## les composantes

### Principe général

- Des composantes participent à la présence de la marque Renault et à la mise en valeur des véhicules exposés.
- Ces composantes sont extraites des Renault Stores et ne sont pas spécifiques à ces sites.
- Selon la surface du showroom et l'expérience client voulue par chaque Pays/Région, des composantes optionnelles peuvent être implantées.

### COMPOSANTES D'UN ESPACE SEMI-OUVERT



# 5

## CAS PARTICULIERS

Les sites avec façades atypiques	5.1
Les showrooms multimarques avec entrée commune	5.5

Pour retourner au sommaire général,  
cliquer sur le bouton.





## LES SITES AVEC FAÇADES ATYPIQUES

### généralités

lorsque l'activité  
est partagée  
**avec plusieurs  
marques**

### LES SITES AVEC FAÇADES ATYPIQUES

Ces sites se distinguent des autres, dans la mesure où **la façade ne permet pas d'identifier la position voire la présence des marques** regroupées dans un même bâtiment.

Les **entrées**, n'étant pas dédiées à chacun des showrooms, sont neutres (pas de signes graphiques associés à une marque).

**Totems et marquages de façades** identifient la présence des différentes marques, afin d'offrir une visibilité et un impact comparables.

## LES SITES AVEC FAÇADES ATYPIQUES

## exemple de façade



## ① Les showrooms

L'organisation de la façade ne traduit ni l'implantation des différents showrooms, ni une éventuelle hiérarchie entre les marques présentes.

## ② Les marquages de façade

Les marquages de façade des différentes marques sont de dimensions similaires.

## ③ Les totems

Chaque marque peut être identifiée par un totem.

Les totems sont de dimensions similaires afin d'offrir un impact comparable.



## LES SITES AVEC FAÇADES ATYPIQUES

### les principes

Quand la façade ne traduit pas la position des showrooms...

Cette situation ne permet pas d'identifier directement la position des showrooms :

- L'entrée des clients se fait par une ou plusieurs portes non dédiées à une marque.
- Les éléments d'identification visent alors à signaler la présence de la marque dans un bâtiment à l'architecture "neutre".
- La Raison Sociale neutre apparaît sur la façade identifiant le lieu.

- ① Totems des marques
- ② Marquages de façade de chacune des marques
- ③ Raison Sociale neutre



②

③

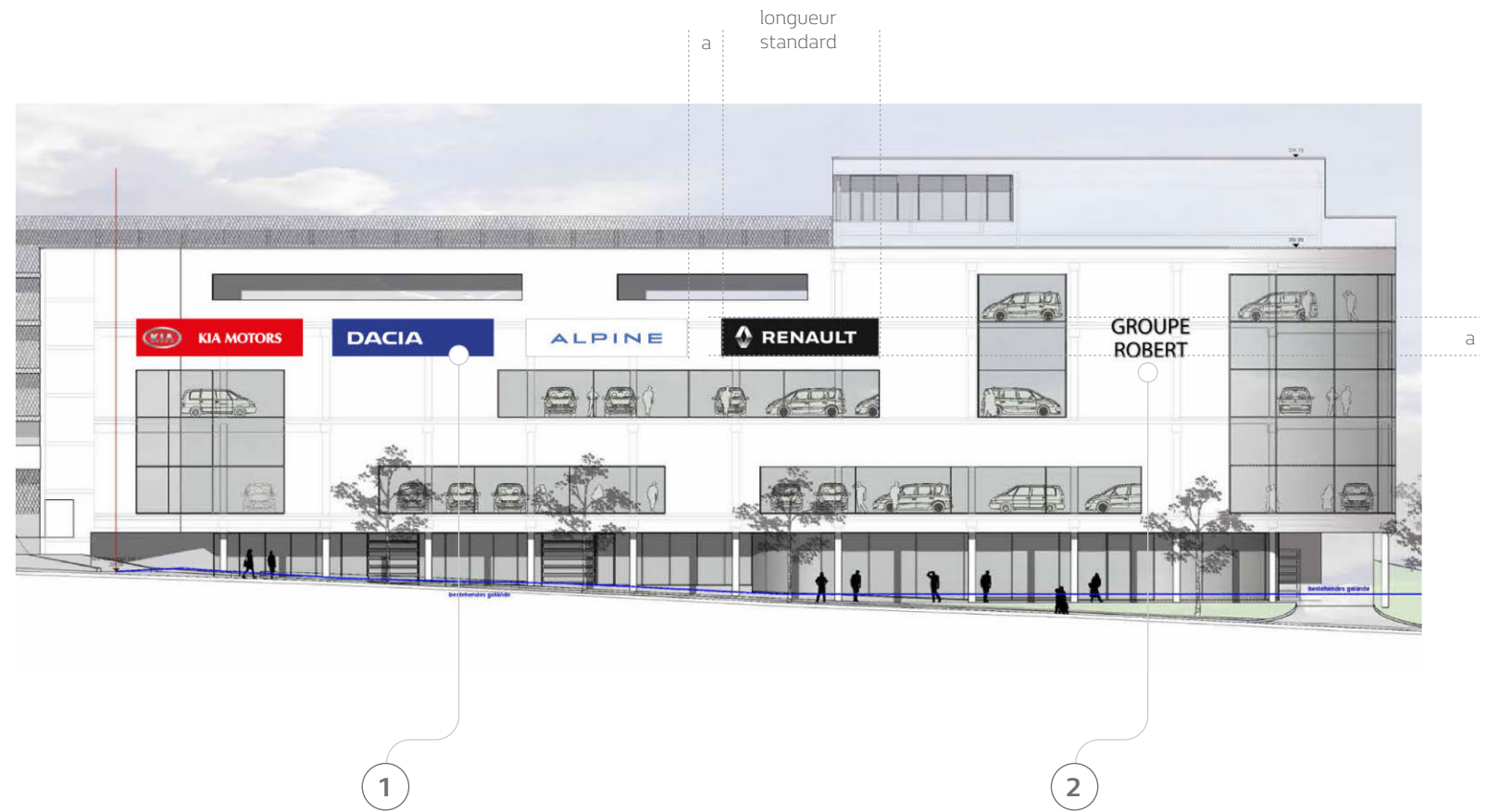
①

## LES SITES AVEC FAÇADES ATYPIQUES

# les marquages de façade

### Principes d'implantation

- Le marquage de façade Renault est identique à celui des façades aveugles.
- Le choix des dimensions de ce marquage sera déterminé en fonction de la dimension du fronton.
- Les marquages de façade des différentes marques devront offrir un impact comparable occupant une surface identique.
- La séparation entre 2 marquages sera au moins égale à la hauteur des marquages.
- La Raison Sociale occupera une surface maximale égale à celles des marquages de façades de chacune des marques présentes.
- La Raison Sociale sera neutre, ne comportant aucun code graphique rappelant les marques présentes.



① Marquages de façade

② Raison Sociale neutre

## généralités

lorsque l'accès  
aux showrooms  
se fait par  
**une entrée unique**

### UNE ENTRÉE UNIQUE VERS DES SHOWROOMS SÉPARÉS

Ces sites se distinguent des autres, dans la mesure où **l'accès aux showrooms dédiés aux différentes marques** regroupées dans un même bâtiment, se fait par une même entrée.

L'**entrée**, située en façade principale, est neutre. Elle ne porte pas de signes graphiques associés à l'une des marques présentes.

**Totems et marquages de façades** identifient la présence des différentes marques afin d'offrir une visibilité et un impact comparables.

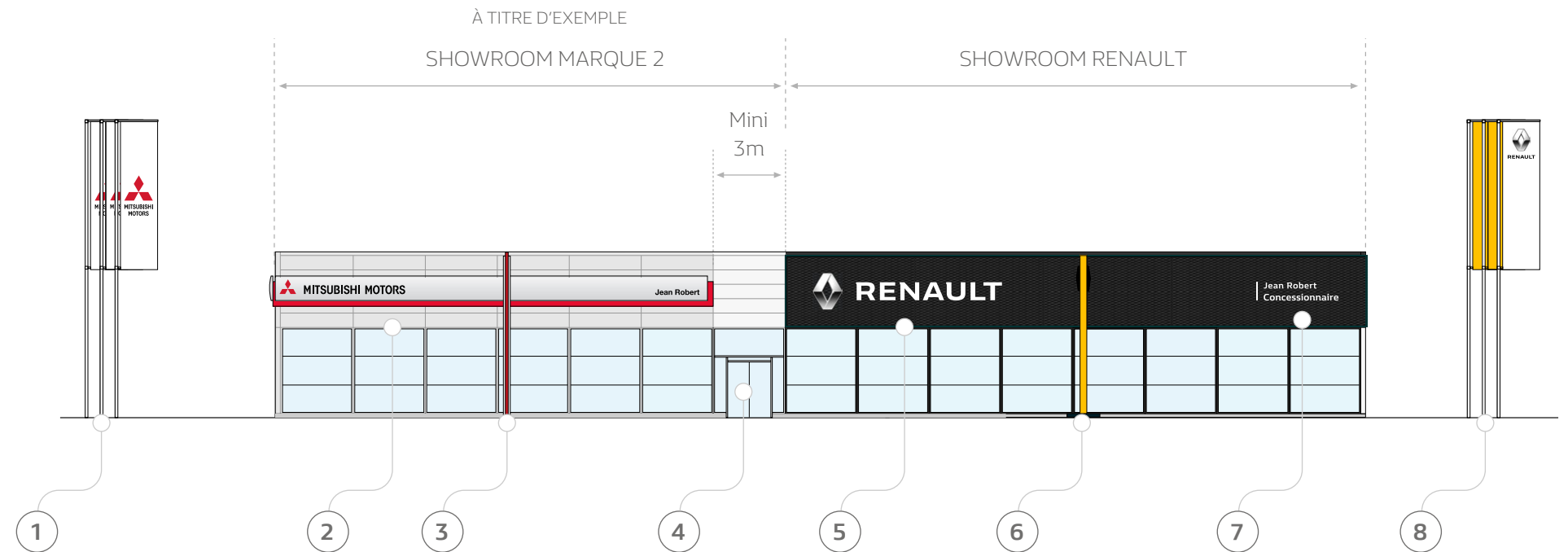
## LES SHOWROOMS MULTIMARQUES AVEC ENTRÉE COMMUNE

### la façade principale

#### Règles d'implantation

- On observe une zone neutre de 3 m séparant les 2 showrooms.
- La façade du showroom Renault est identifiée comme un site Renault Stores.
- La signalétique des entrées dédiées à chacune des marques s'applique.

- ① Les drapeaux marque 2
- ② Le bandeau marque 2
- ③ Le totem marque 2
- ④ L'entrée commune neutre
- ⑤ Le marquage de façade sur la résille
- ⑥ Le totem Renault
- ⑦ La Raison Sociale
- ⑧ Les drapeaux Renault



## LES SHOWROOMS MULTIMARQUES AVEC ENTRÉE COMMUNE

### l'organisation des abords

#### ① Le parking clients Renault

Le cheminement piétons relie le parking clients à l'entrée commune aux 2 showrooms tout en passant devant la zone Actu de l'exposition extérieure.

La réception Après-Vente commune est implantée dans une zone neutre attendant aux 2 showrooms.

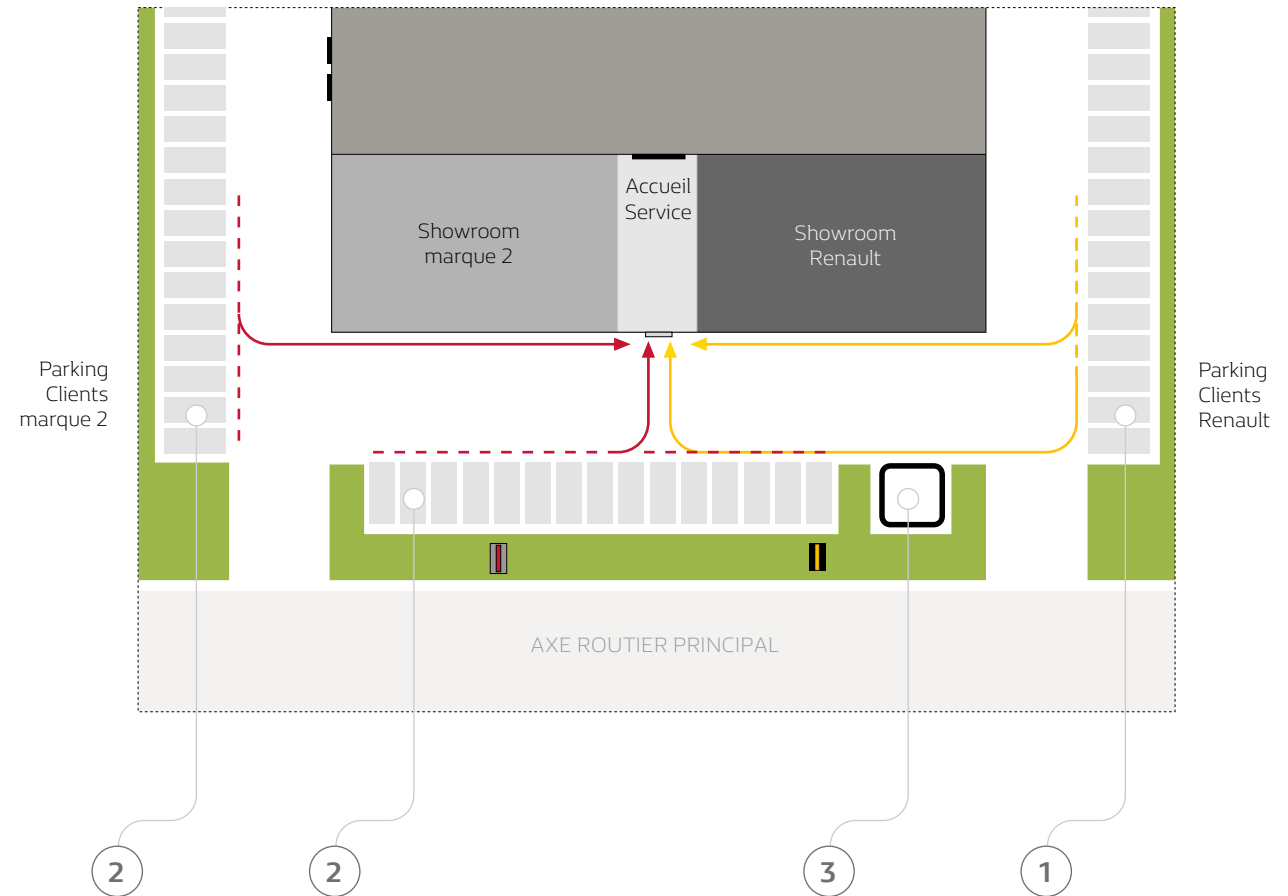
#### ② Le parking clients marque 2

Le parking clients est relié à l'entrée commune aux 2 showrooms.

#### ③ L'exposition extérieure

Optionnelle, elle est intégrée en façade principale devant le showroom à proximité de la zone dédiée à Renault.

L'exposition extérieure contribue à l'animation du point de vente.



#### Nota

Le plan ci-dessus présente le cas générique comportant un atelier commun et une réception Après-Vente commune.

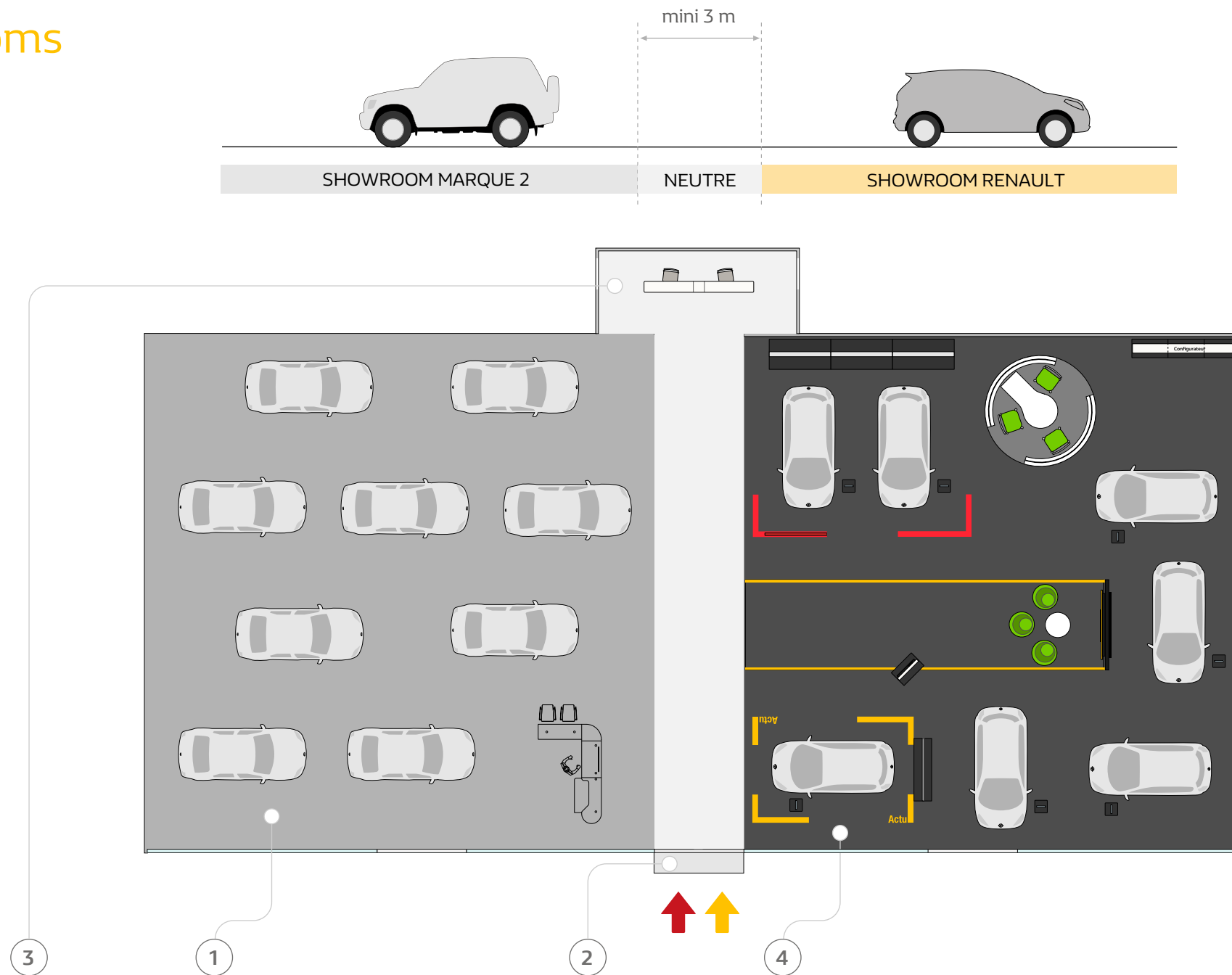
## LES SHOWROOMS MULTIMARQUES AVEC ENTRÉE COMMUNE

## la séparation des showrooms

## Principe général

- La séparation des showrooms se fait par une zone neutre de largeur minimale 3 m ne nécessitant pas de cloison séparative complémentaire.

- ① Showroom marque 2
- ② Entrée commune
- ③ Zone neutre
- ④ Showroom Renault





## LES SHOWROOMS MULTIMARQUES AVEC ENTRÉE COMMUNE

## la séparation des showrooms

## Principe général

- La séparation des showrooms se fait par une zone neutre de largeur minimale 3 m ne nécessitant pas de cloison séparative complémentaire.

- ① Showroom marque 2
- ② Entrée commune
- ③ Zone neutre
- ④ Showroom Renault

