

charte architecturale retail Renault

les extérieurs et les façades Renault Store

édition 1b - mars 2024

sommaire

1. généralités	3
2. les extérieurs	7
2.1 la présignalétique	8
2.2 la signalétique directionnelle	10
2.3 la signalétique d'identification	12
2.4 les parkings	16
2.5 les zones d'exposition extérieures	21
2.6 les supports de communication	28
3. les façades	30
3.1 les marquages des façades showroom	31
3.2 les différentes façades	36
4. signalétique particulière	42
4.1 la signalétique Renault Pro+	43
4.2 la signalétique agent	47
4.3 la signalétique des réparateurs agréés	51
4.4 la signalétique Renault minute	54
4.5 la signalétique renew	57

1

généralités

1.1 la charte architecturale

pourquoi ?

Aider chaque utilisateur à trouver ou découvrir les règles et normes à appliquer sur un point de vente Renault.

comment ?

- la charte architecturale regroupe dans un même document les différentes composantes présentes à l'extérieur ou sur les façades d'un site Renault.
- les cahiers des charges présentent toutes les prescriptions techniques et esthétiques utiles à la fabrication de chacune des composantes.
- les sites renew et Renault Pro+ disposent d'une charte architecturale spécifique.

Tous ces documents sont disponibles sur :

<https://brandstores.renault.com>

points de vigilance

Malgré tout le soin apporté à la conception de ce document des erreurs ou oublis ont pu être commis. En cas de doute s'adresser à son correspondant Développement réseau dans le pays ou au Global Marketing Renault.

Les visuels sont donnés à titre indicatif, les cahiers des charges techniques restent les documents de référence (disponibles en français et en anglais).

Lorsque le site est multimarque, les règles de cohabitation s'appliquent.



1.2 les standards extérieurs en un coup d'œil

les composantes signalétiques

- 1 les drapeaux
- 2 le totem
- 3 les marquages de façade
- 4 les marquages d'entrée
- 5 la résille métallique
- 6 la zone actu
- 7 les zones d'exposition



points de vigilance

- le système signalétique a été étudié pour être cohérent avec le parcours client, de son arrivée sur le site jusqu'au moment où il repart, tout en valorisant la marque et ses services.
- sa stricte application est essentielle pour créer un système de repère homogène et identifiable par le client.
- les visuels sont donnés à titre indicatif, les cahiers des charges techniques restent les documents de référence.

1.3 les règles à respecter en extérieur

- 1 **maintenir la propreté du bâtiment** et de tous les éléments de signalétique
- 2 **entretenir et remettre en état** le bâtiment et les éléments de signalétique
- 3 assurer la propreté et l'**alignement des véhicules** en exposition ou à l'essai
- 4 veiller à la propreté et l'**entretien des marquages au sol**
- 5 **entretenir les espaces verts** et les abords
- 6 **se débarrasser :**
 - des supports d'animation commerciale et promotionnelle obsolètes ou non standards
 - des supports de signalétique non standards, obsolètes ou redondants
- 7 entretenir et **remettre en état les dispositifs d'éclairage** du site
- 8 **toujours se mettre à la place du client**, pour ce qu'il voit, comprend, ressent, dans un objectif de qualité et d'efficacité

2

les extérieurs

2.1

la présignalétique

2.1.1 les supports de la présignalétique

pourquoi ?

C'est le premier contact du client avec le site.

la présignalisation renseigne les clients sur la localisation de l'affaire et les oriente pour la trouver facilement.

Par la visibilité qu'elle offre à une affaire, elle peut devenir un levier de flux additionnels pour des clients de passage qui recherchent un point de vente ou d'après-vente renault lors de leurs déplacements.

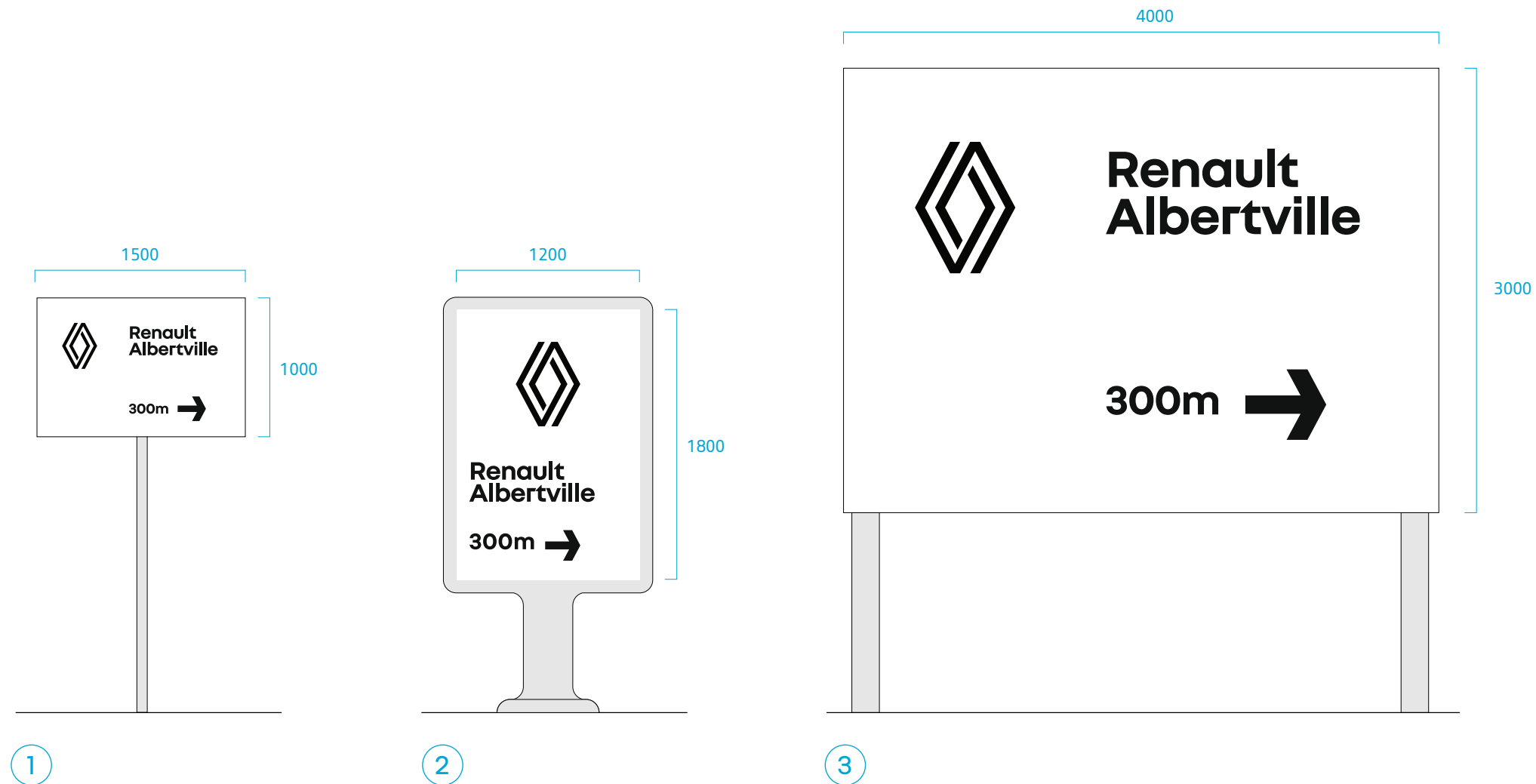
comment ?

La présignalisation réunit plusieurs types d'équipements à positionner aux environs et à proximité immédiate de l'affaire :

- 1 panneaux de présignalisation 1000 x 1500 mm.
- 2 panneaux de présignalisation type abribus, 1200 x 1800 mm.
- 3 panneaux de présignalisation 4000 x 3000 mm.

points de vigilance

Contrôler périodiquement la propreté et le bon état des divers panneaux de présignalisation ainsi que la pertinence des informations.



2.2

la signalétique directionnelle

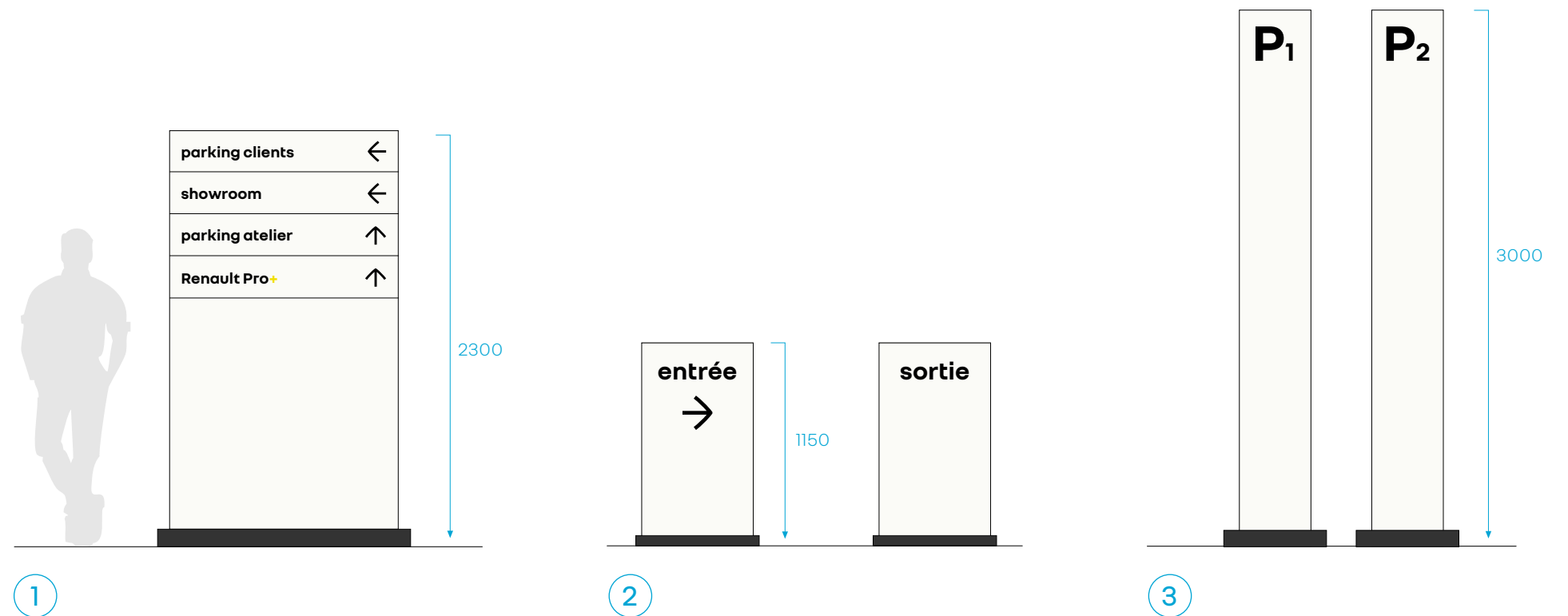
2.2.1 la signalétique directionnelle

pourquoi ?

Ces panneaux permettent d'accueillir et d'orienter les clients dès leur arrivée sur le site de l'affaire et de les accompagner jusqu'au point recherché.

comment ?

- 1 les panneaux «entrée» et «sortie» indiquent la voie à emprunter à l'arrivée et au départ du site.
- 2 le panneau directionnel, pouvant afficher jusqu'à 4 informations maximum, oriente le client à chaque changement de direction possible.
- 3 le panneau de parking client confirme l'emplacement réservé au stationnement. Ils peuvent permettre, par leur numérotation (P1, P2,...) de distinguer le parking réservé au « client showroom » de celui réservé au « client Atelier ».



point de vigilance

- Contrôler périodiquement la propreté des panneaux, le fonctionnement de l'éclairage et la mise à jour des informations.

2.3

la signalétique d'identification

2.3.1 les drapeaux

pourquoi ?

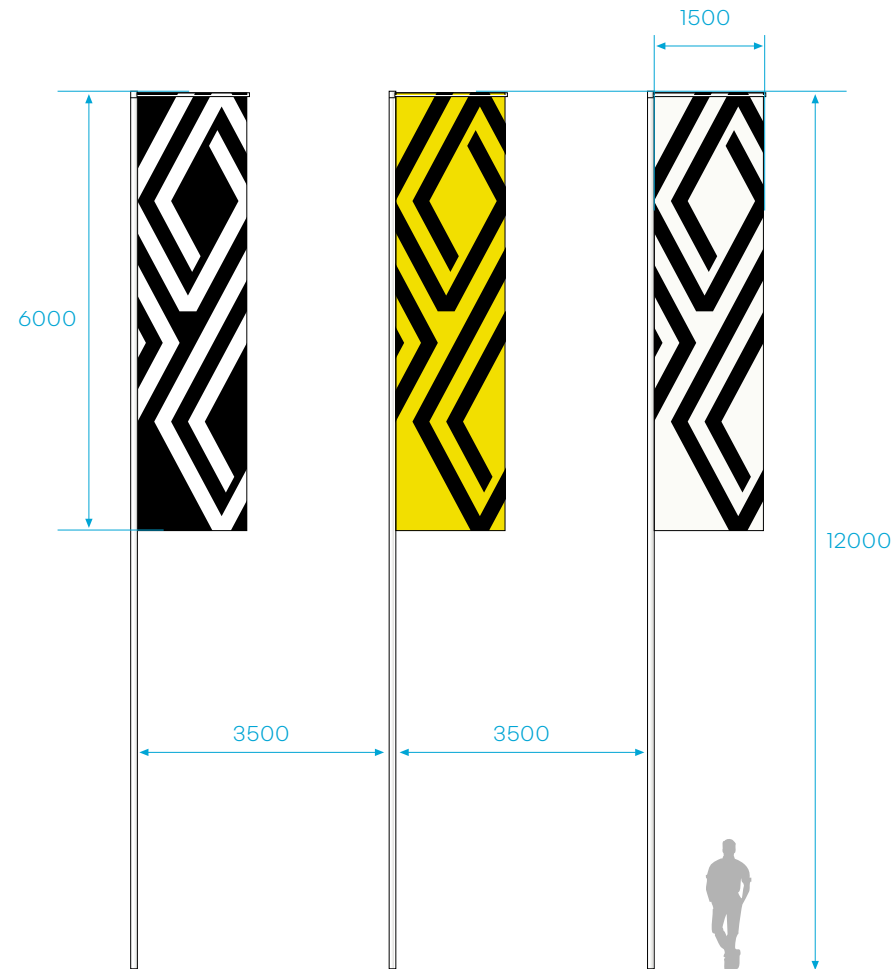
Les drapeaux ont un fort impact visuel de loin et permettent une identification rapide du site. Ils définissent aussi les limites géographiques de l'affaire.

comment ?

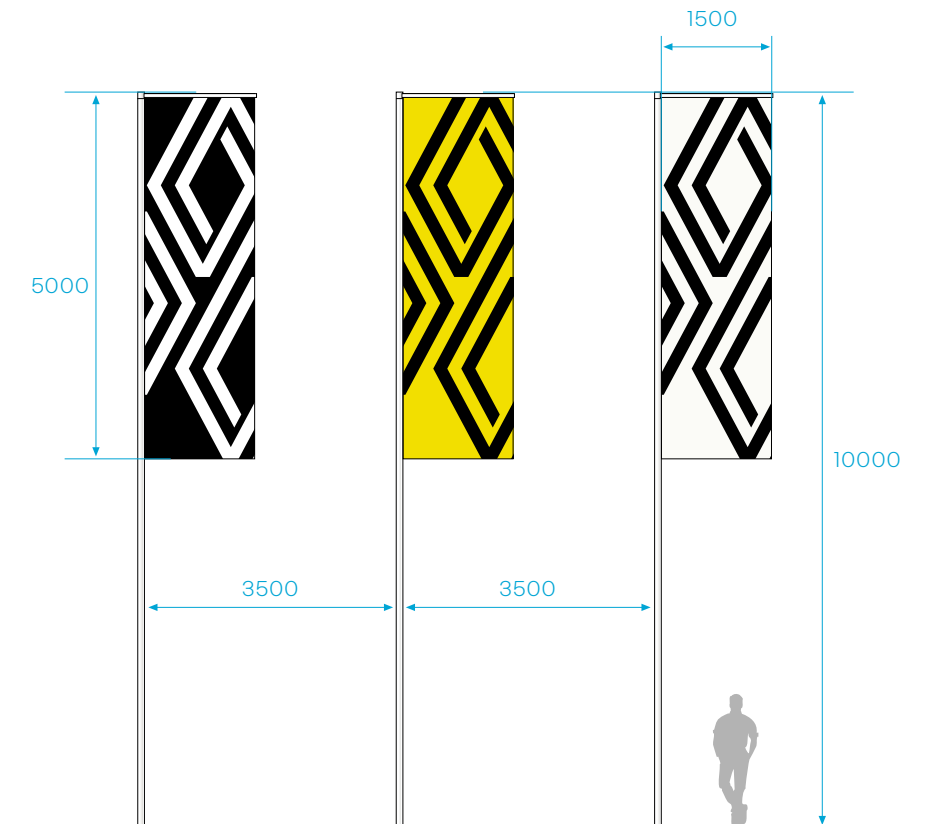
Il s'agit de jeux de 3 ou 5 drapeaux montés sur mâts.

La taille du mât (12 ou 10 m) est toujours deux fois supérieure à la hauteur des drapeaux (6 ou 5 m).

Leur implantation se fait aux limites de la parcelle, perpendiculairement à l'axe de la route principale.



Drapeaux de 6 m sur mâts de 12 m



Drapeaux de 5 m sur mâts de 10 m

points de vigilance

- Les sites multimarques Renault Group font l'objet de recommandations particulières.
- Vérifier l'entretien et l'état d'usure des drapeaux et les changer lorsque nécessaire.

2.3.2 les totems

pourquoi ?

Le totem est une composante majeure de la signalétique extérieure.

Il permet d'identifier la marque, de jour comme de nuit, depuis l'axe routier principal passant devant l'affaire.

comment ?

Le totem est toujours positionné perpendiculairement à la route et centré face à l'entrée du showroom, il est visible depuis l'axe routier passant devant l'affaire.

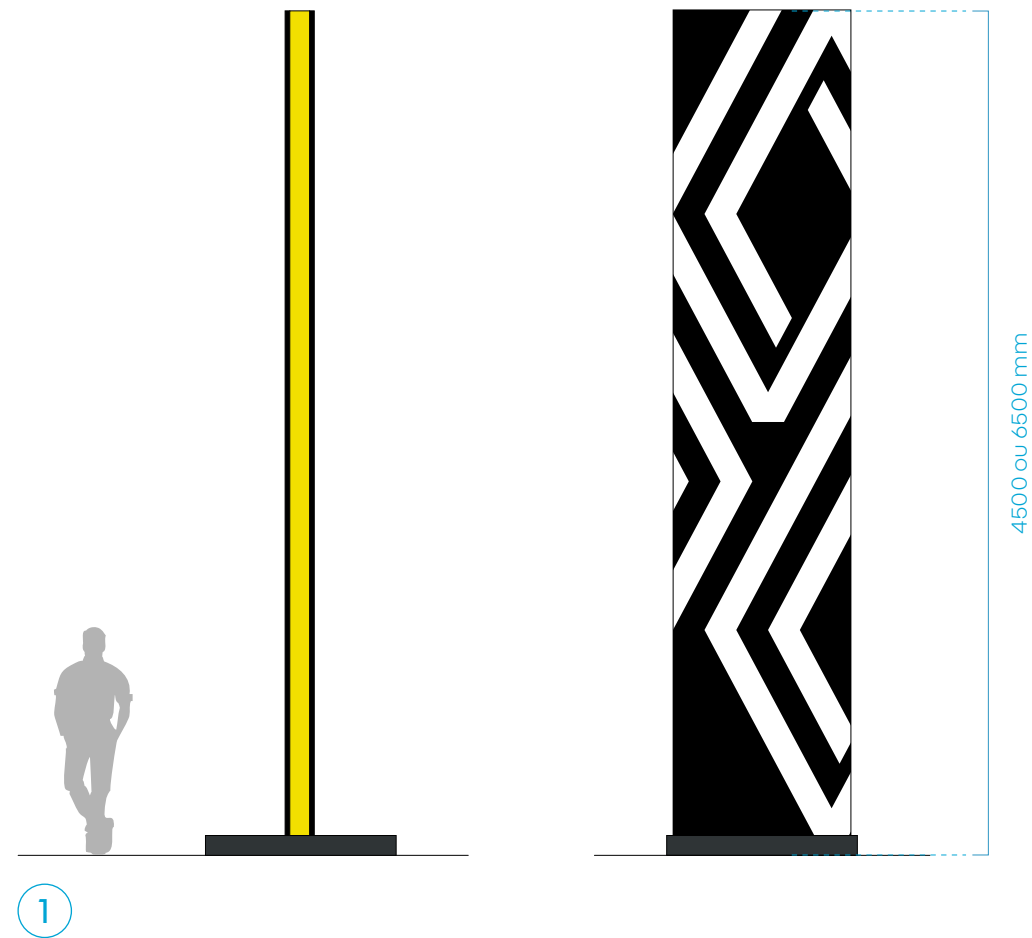
Le totem existe en 2 dimensions standards : 4,5 m ou 6,5 m.

Lorsque le totem ne peut être implanté, il sera remplacé exceptionnellement par une enseigne en drapeau.

1 totem graphique rétroéclairé

points de vigilance

- Vérifier le bon entretien et le fonctionnement de l'éclairage.
- Sur un même site, il ne peut y avoir qu'un seul totem de la marque.
- Dans certaines conditions, des versions non standards de 9 m et de 13,5 m peuvent être utilisées.



2.3.3 les enseignes en drapeau

pourquoi ?

On utilise exclusivement l'enseigne en ville ou sur des sites péri-urbains, lorsque le totem ne peut être implanté.

Elle permet d'identifier la marque, de jour comme de nuit, depuis l'axe routier principal passant devant l'affaire.

comment ?

L'enseigne en drapeau peut être positionnée, soit sur la façade principale, soit sur un mât installé selon les mêmes recommandations que le totem.

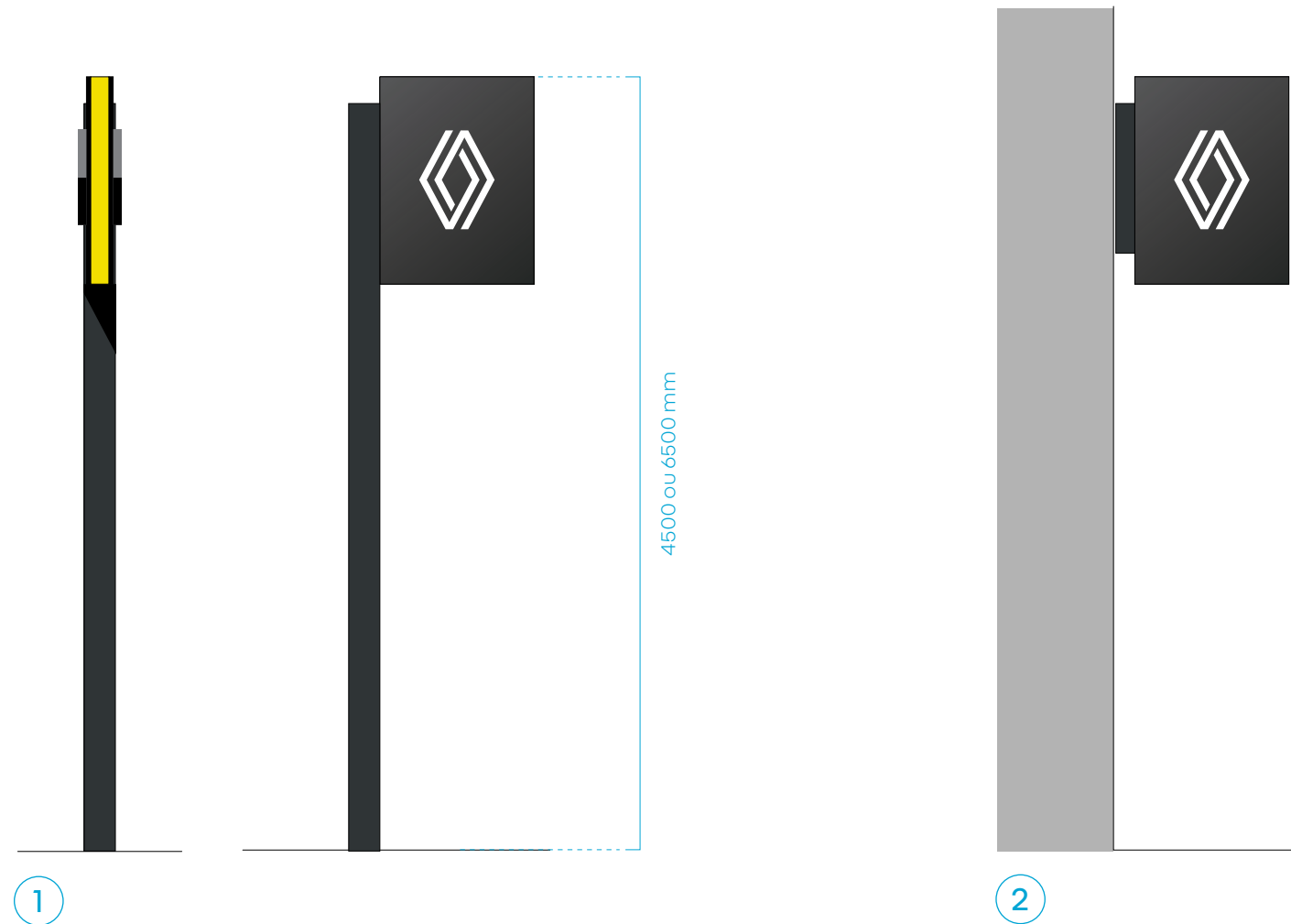
Elle est déclinée en fonction des règles de proportionnalité de la façade du bâtiment ou des règles d'urbanisme :

- > mât de 4,5 m : enseigne largeur 700 mm
- > mât de 6 m : enseigne largeur 1100 ou 1400 mm.

- 1 enseigne sur mât
- 2 enseigne en drapeau sur maçonnerie

points de vigilance

- Vérifier le bon entretien et le fonctionnement de l'éclairage.
- Sur un même site, il ne peut y avoir qu'une seule enseigne en drapeau de la marque.



2.4

les parkings

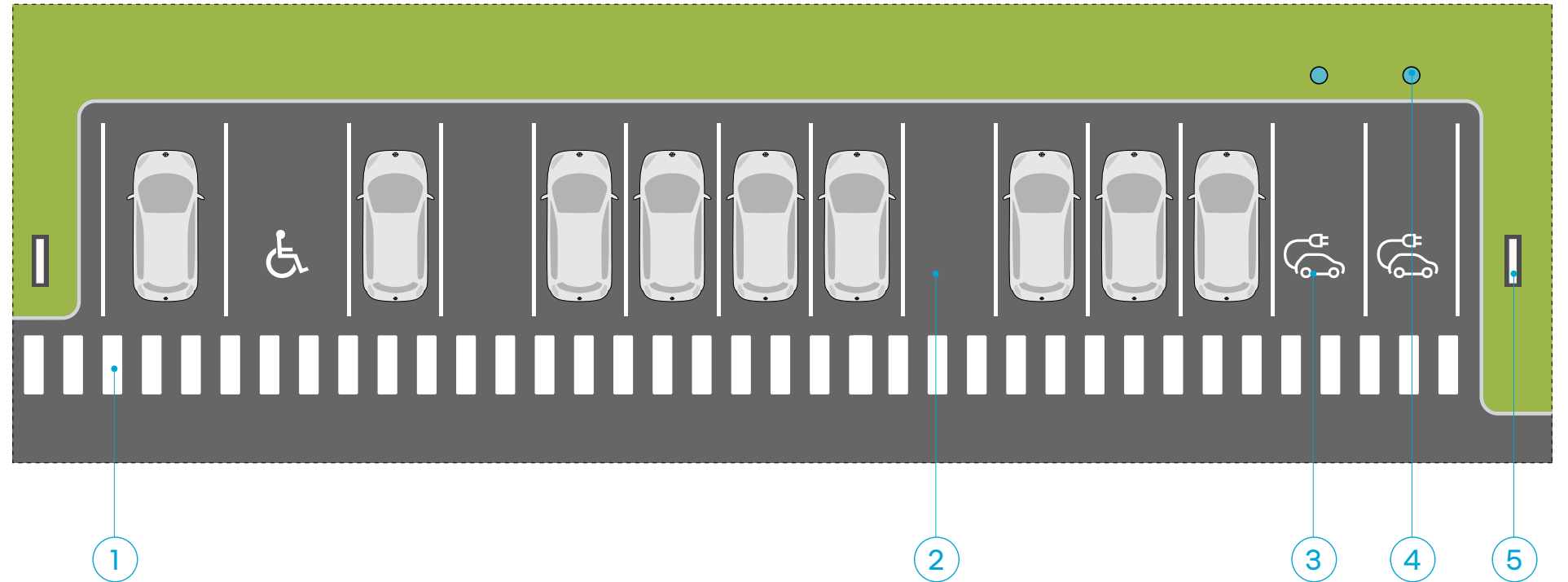
2.4.1 le parking clients

pourquoi ?

Le parking clients est implanté de préférence devant la façade principale du site. il est identifié par la signalétique et séparé des autres places de parkings.

comment ?

- 1 les places de stationnement sont délimitées par des bandes blanches ral 9003 d'une largeur de 100 mm.
- 2 les dimensions recommandées de 2300 x 5000 mm sont identiques à celles des autres places.
- 3 chaque emplacement réservé aux véhicules électriques est identifié par un pictogramme. le pictogramme est implanté au centre de la place de stationnement.
- 4 la borne de recharge peut être soit partagée entre 2 espaces, soit installée individuellement.
- 5 les bornes de parking (optionnelles) sont implantées de part et d'autre du parking clients participant à son identification.



point de vigilance

Les emplacements Personne à Mobilité Réduite ont des dimensions et des codes couleurs réglementés selon les pays.

2.4.2 les cheminements piétons

pourquoi ?

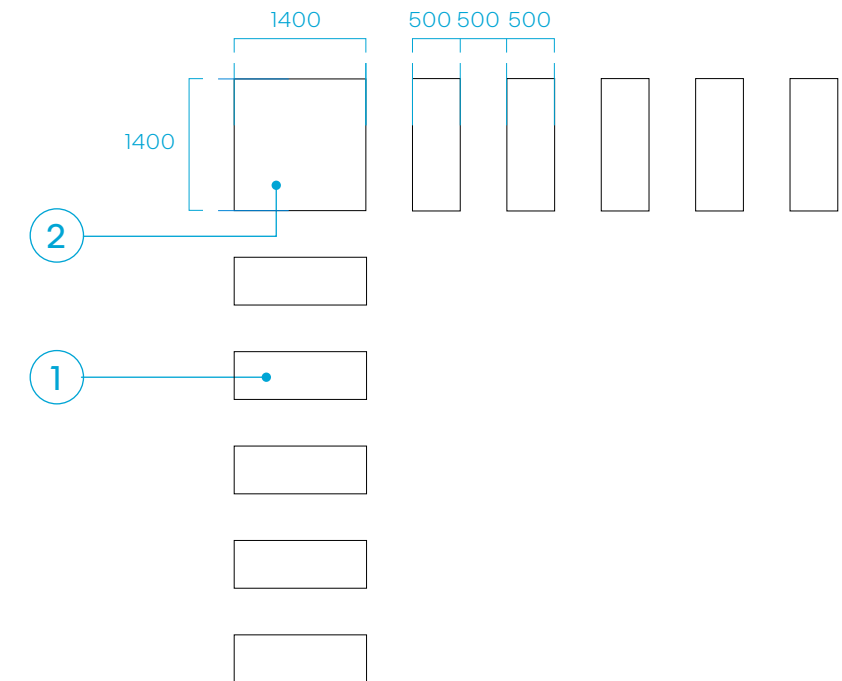
Ils permettent de guider les clients vers l'entrée du showroom et les zones d'exposition en toute sécurité.

Ces circulations font le lien entre les parkings clients, l'entrée du showroom et les différentes zones d'exposition extérieures.

Le passage protégé est matérialisé par des marquages de couleur blanc RAL 9003 mat.

comment ?

- 1 des bandes rectangulaires au format de 500 x 1400 mm sont espacées de 500 mm.
- 2 un carré de 1400 x 1400 mm permet de gérer le changement de direction à 90°.



2.4.3 les potelets et les défenses

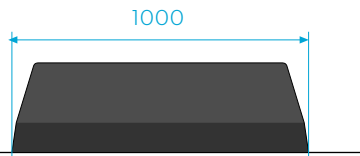
pourquoi ?

Afin de protéger les vitrines et les clients dans les zones de circulation il est nécessaire de mettre en place des dispositifs de protection sur les zones à risque.

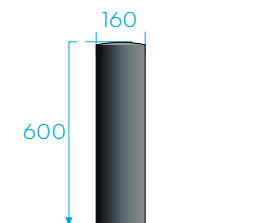
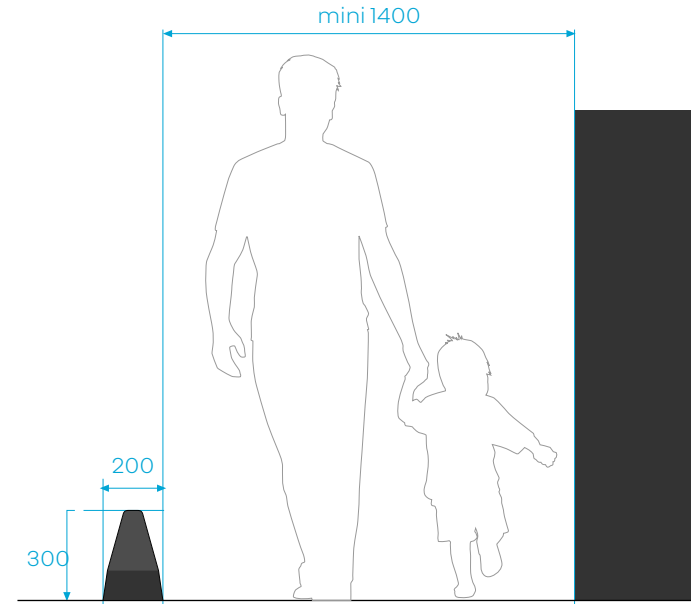
comment ?

- 1 les bordures béton anti-intrusion sont des éléments peu coûteux. Ancrées au sol, elles protègent piétons et bâtiment tout en restant discrètes.
- 2 les poteaux sont de 2 types :
 - poteaux ronds bas anti-intrusion servant à la protection des circulations et du bâtiment.
 - poteaux ronds hauts destinés à la protection des piétons, réservés aux jonctions entre les circulations et les passages protégés.

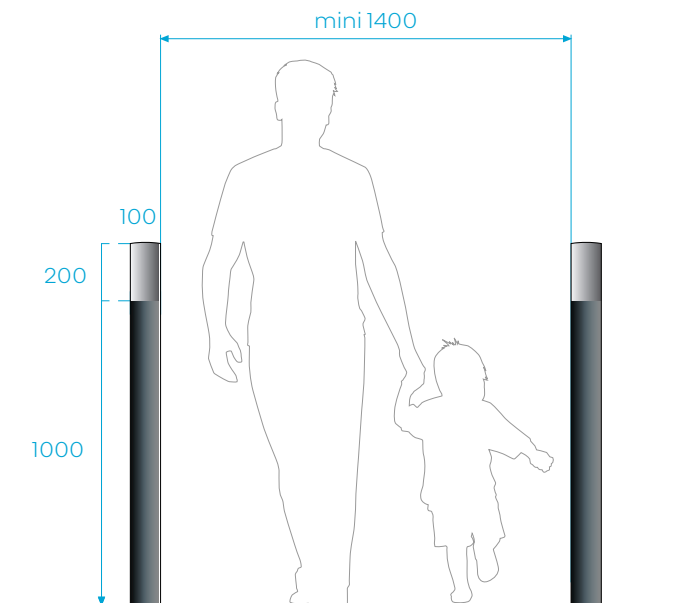
Ces poteaux, peu visibles des conducteurs, doivent être placés dans des endroits ne nécessitant pas de manœuvres.



protection piétons



anti-intrusion



protection piéton

2.4.4 les zones de stockage

pourquoi ?

Les zones de stockage en extérieur permettent d'entreposer les véhicules neufs qui arrivent dans l'affaire et seront bientôt en préparation pour leur livraison.

Cette zone doit être propre et isolée du reste des véhicules du back office.

comment ?

L'aire de stockage doit être :

- 1 goudronnée ou pavée, drainée, maintenue propre et sans débris.
- 2 séparée de la zone parking visiteur, personnel et véhicule en réparation.
- 3 les places doivent être matérialisées par des lignes au sol.

points de vigilance

- Veiller à l'entretien, à la propreté et à la disponibilité des places pour les véhicules concernés.
- Les quadricycles (type Twizy) doivent être obligatoirement stockés dans des zones couvertes.
- Tous les 7 jours, contrôler la carrosserie pour vérifier la présence de substances agressives.



2.5

les zones d'exposition extérieures

2.5.1 la zone actu

pourquoi ?

La zone actu présente le véhicule faisant l'actualité de la marque, en écho aux campagnes de communication et aux zones produits intérieures.

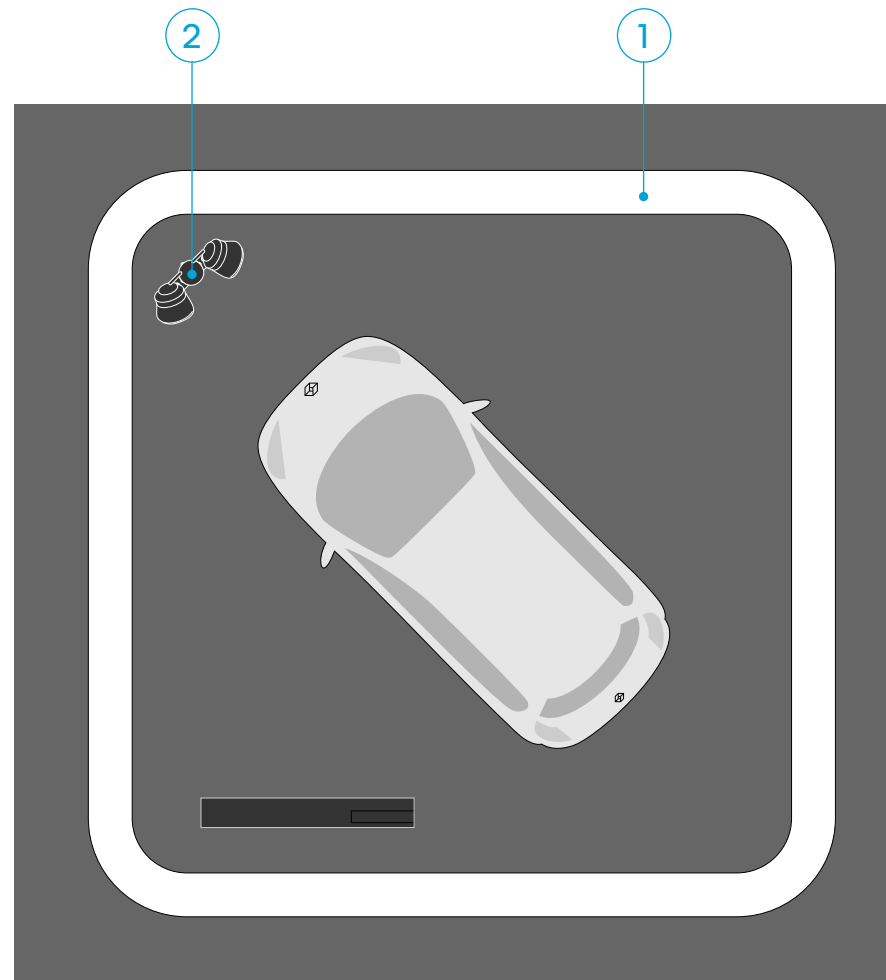
comment ?

C'est l'élément incontournable de l'exposition extérieure.

La zone est placée à l'entrée dans la partie la plus visible de l'affaire.

Elle est constituée des éléments suivants :

- 1 le marquage au sol, visant à délimiter l'espace.
- 2 1 projecteur éclairant le véhicule exposé de nuit.
- 3 le panneau de communication, optionnel, reprenant l'affiche de la campagne du véhicule exposé, est toujours implanté côté showroom.



Les visuels des supports promotionnels évoluent au gré des campagnes de renouvellement. Prendre contact avec Renault Global Marketing afin d'obtenir les dernières versions.

2.5.2 la zone essai

pourquoi ?

Elle permet de mettre en avant la gamme et d'inviter à l'essai en présentant de manière permanente et visible les véhicules.

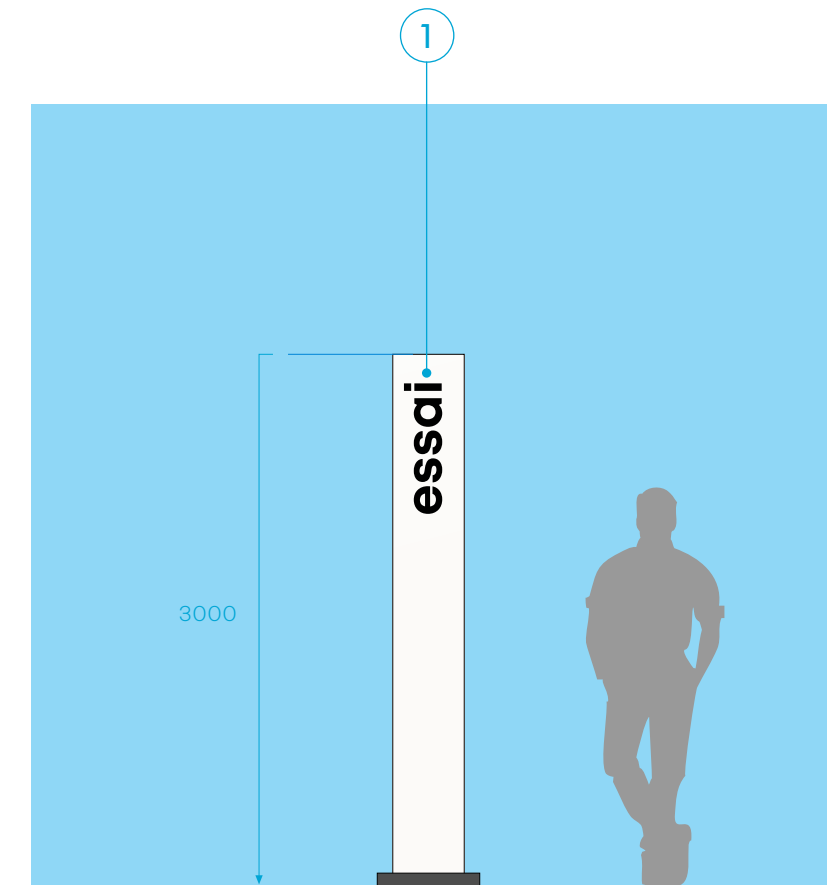
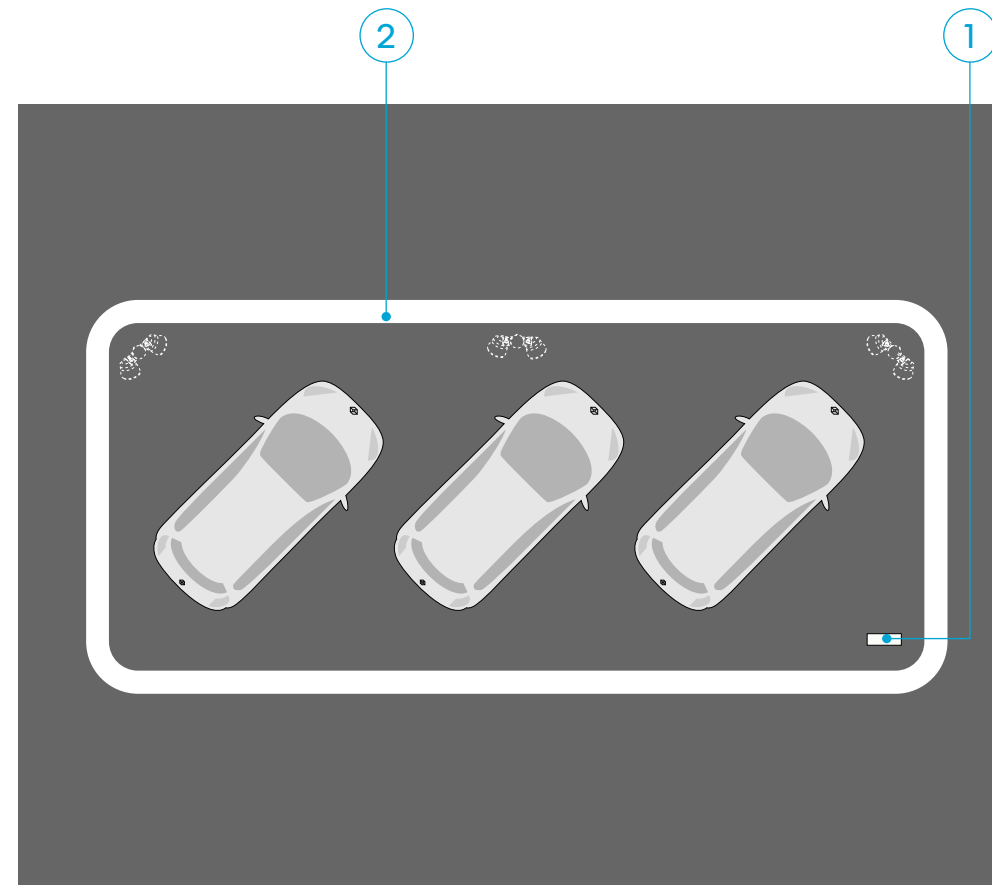
comment ?

Le parc essai est constitué au minimum de 3 véhicules exposés, situés sur un emplacement proche de l'entrée du showroom.

La zone est identifiée par :

- 1 un mât d'aire de 3 m «essai», destiné à identifier le parc essai, implanté à proximité des véhicules.
- 2 un marquage au sol délimitant l'espace réservé à l'exposition des véhicules prêts à l'essai.

Le parc essai doit être visible des flux clients principaux, afin d'inciter le client à demander un essai.



2.5.3 la zone E-Tech

pourquoi ?

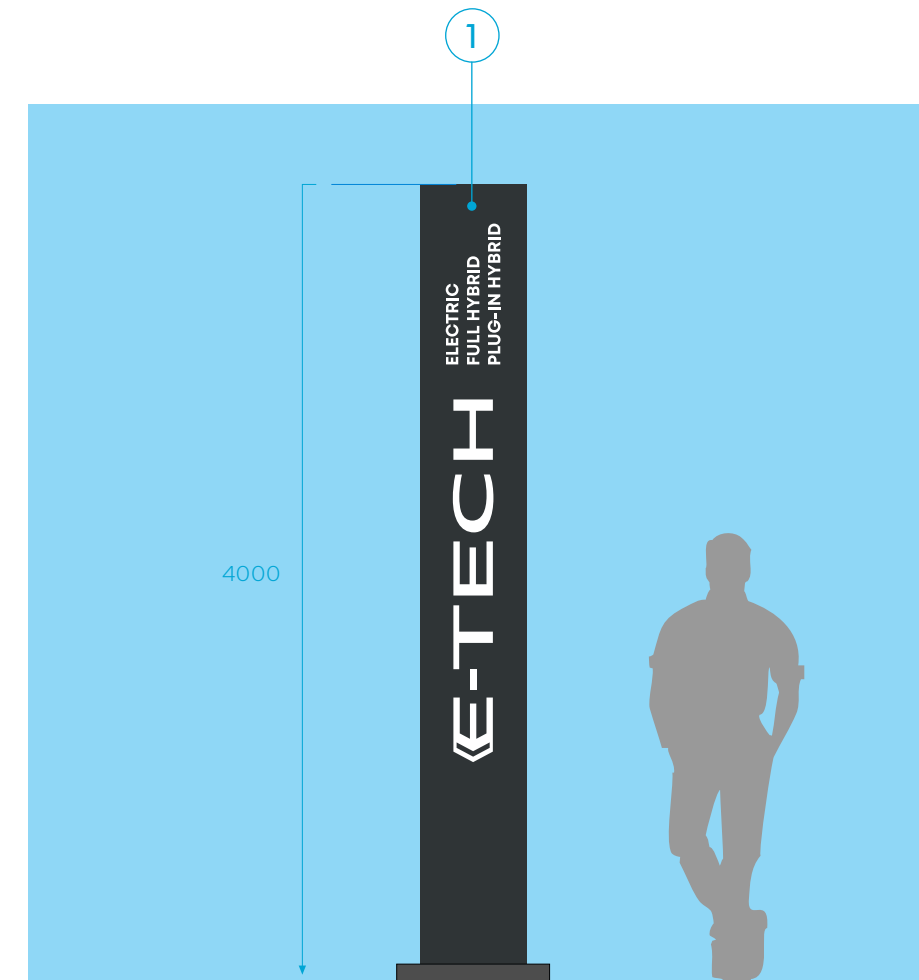
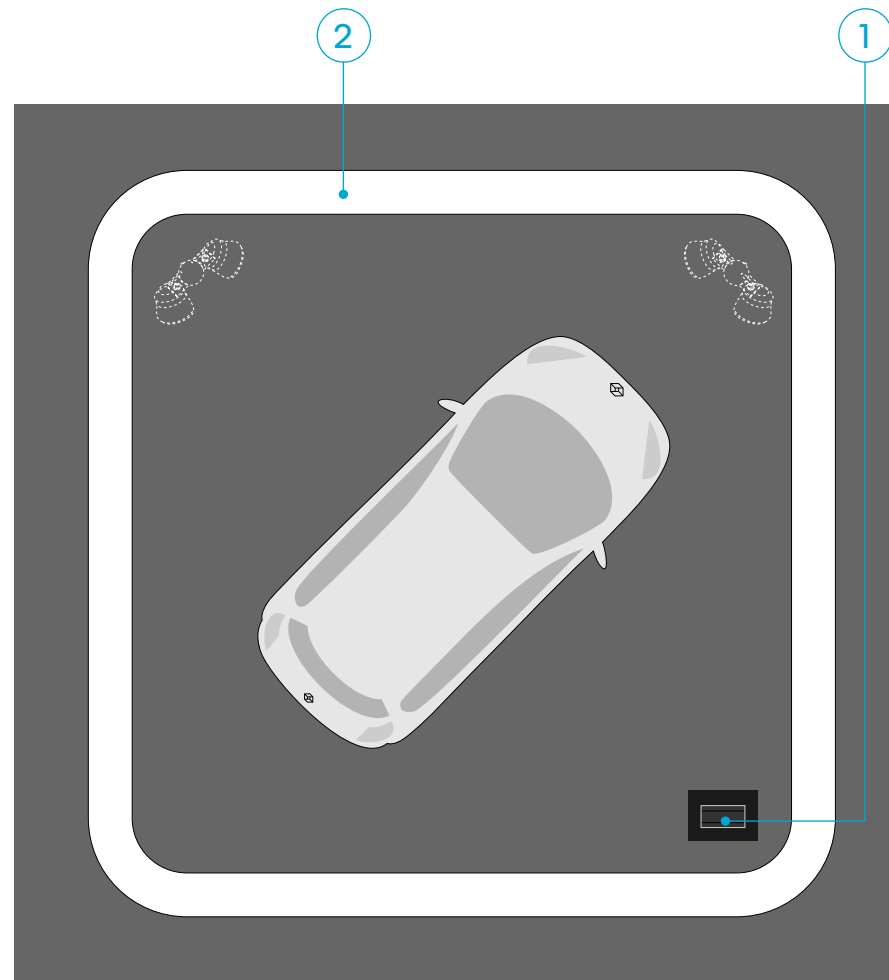
La signalétique permet de donner de la visibilité aux véhicules E-Tech à l'extérieur de l'affaire.

comment ?

Cette zone est placée à côté de l'entrée du showroom, en miroir de la zone E-tech située à l'intérieur.

Le dispositif est constitué des éléments suivants (qui peuvent varier en fonction des configurations) :

- 1 un mât d'aire «E-Tech».
- 2 un marquage au sol permettant de délimiter l'espace extérieur réservé à l'exposition du véhicule E-Tech.



point de vigilance

- Afin de permettre au client d'identifier les différents services dans les meilleures conditions, veiller à garder un équilibre dans la communication des différentes activités sur le site.

2.5.4 la zone renew

pourquoi ?

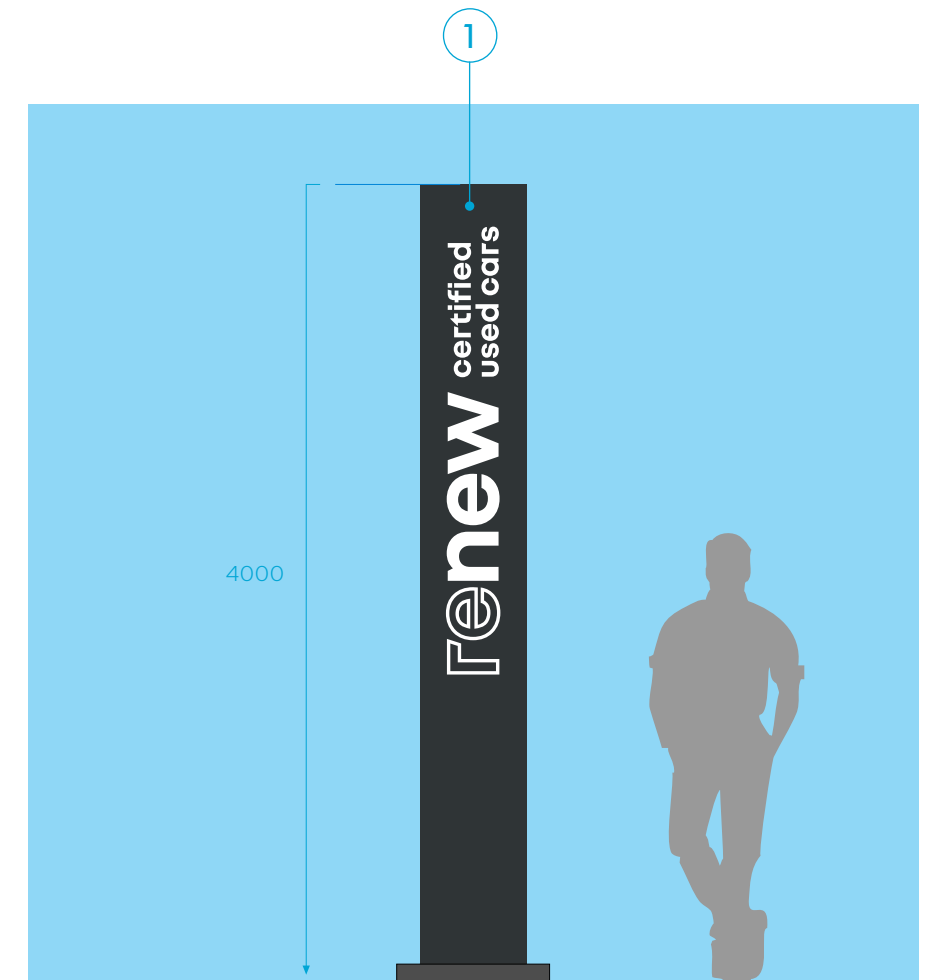
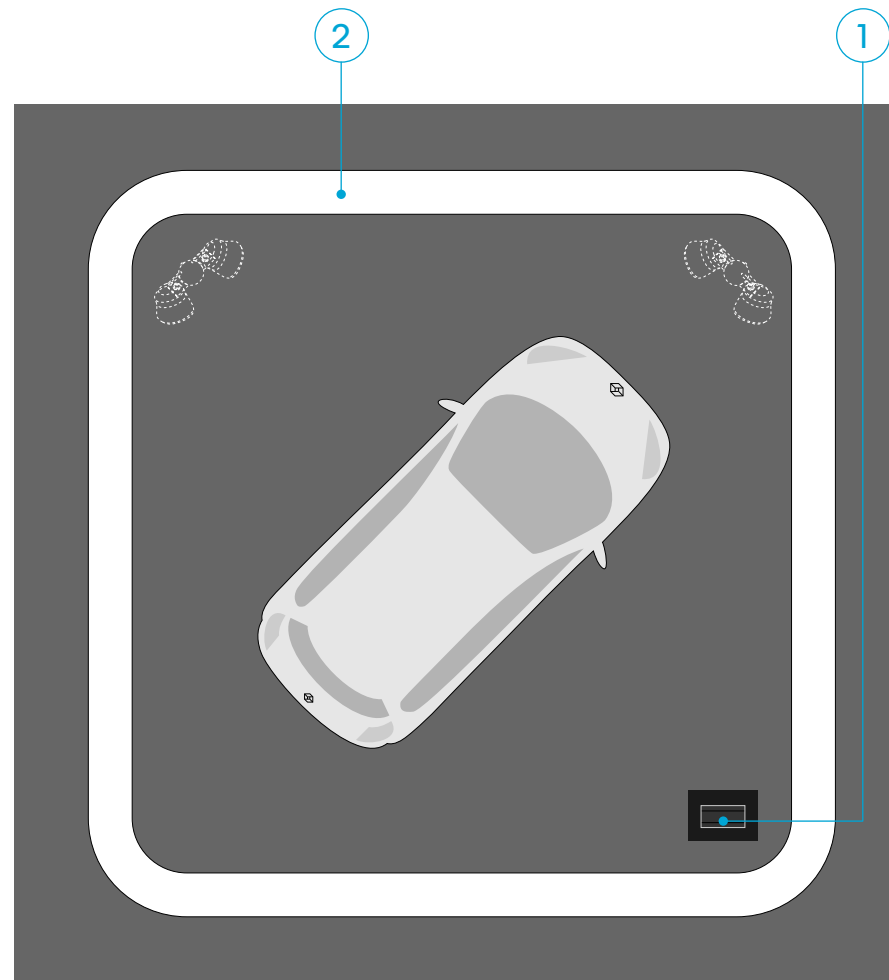
La signalétique permet de donner de la visibilité aux véhicules d'occasion à l'extérieur de l'affaire.

comment ?

Cette zone optionnelle est implantée devant le showroom au sein des expositions extérieures à l'opposé de la zone actu.

Le dispositif est constitué des éléments suivants :

- 1 un mât d'aire «renew».
- 2 un marquage au sol permettant de délimiter l'espace extérieur réservé à l'exposition du véhicule d'occasion.



points de vigilance

- La zone extérieure renew ne peut pas être implantée lorsqu'il existe sur le site, une zone d'exposition déportée dédiée aux Véhicules d'Occasion (cf. 2.4.2)

2.5.5 la zone Renault Pro+

pourquoi ?

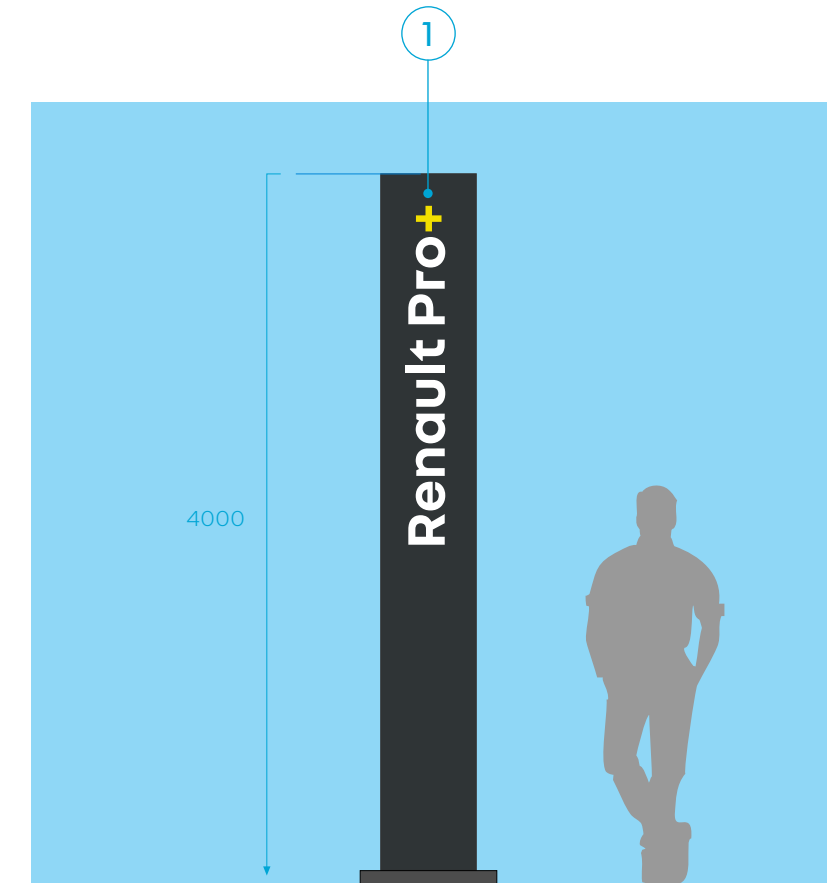
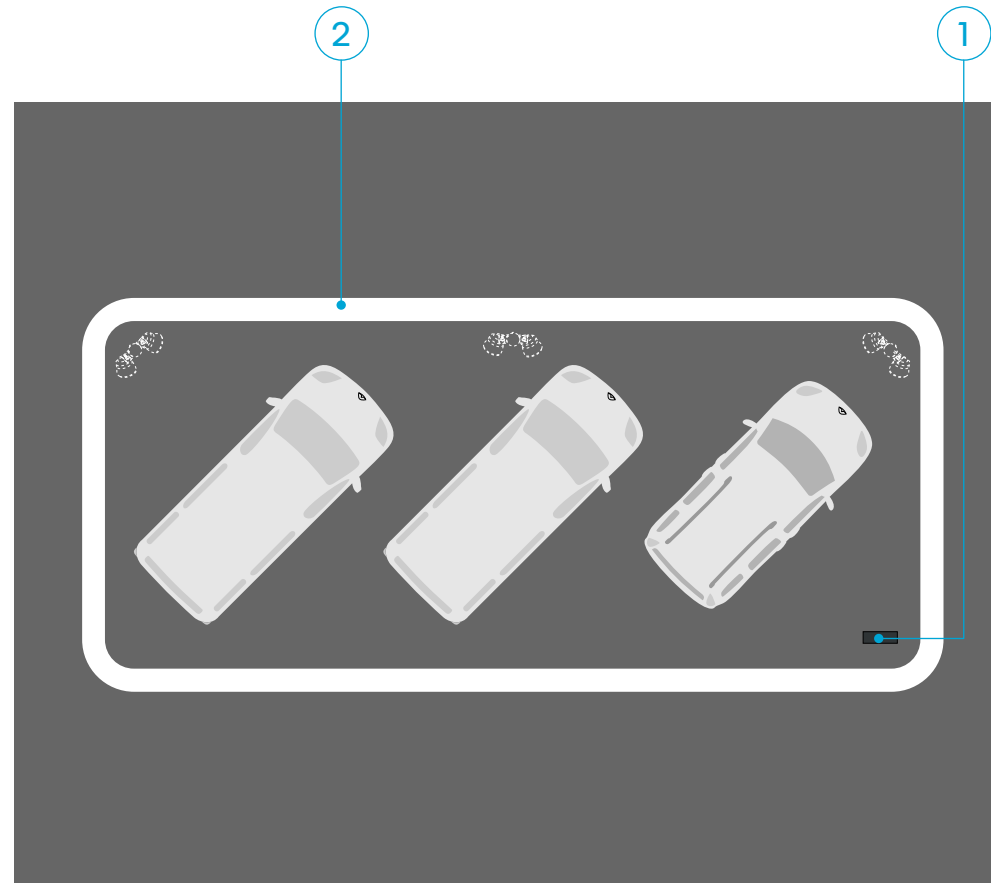
La signalétique permet de donner de la visibilité aux véhicules utilitaires (VU) à l'extérieur de l'affaire.

comment ?

Cette zone optionnelle est implantée devant le showroom au sein des expositions extérieures dans la continuité des autres zones d'exposition.

Le dispositif est constitué des éléments suivants :

- 1 un mât d'aire «Renault Pro+».
- 2 un marquage au sol permettant de délimiter l'espace extérieur réservé à l'exposition des véhicules utilitaires.



à noter

- Cette zone extérieure peut être remplacée par une aire d'exposition plus vaste rassemblant zone d'essai, zone d'exposition de la gamme VU et véhicules utilitaire d'occasion.

2.5.6 exemple d'implantation

pourquoi ?

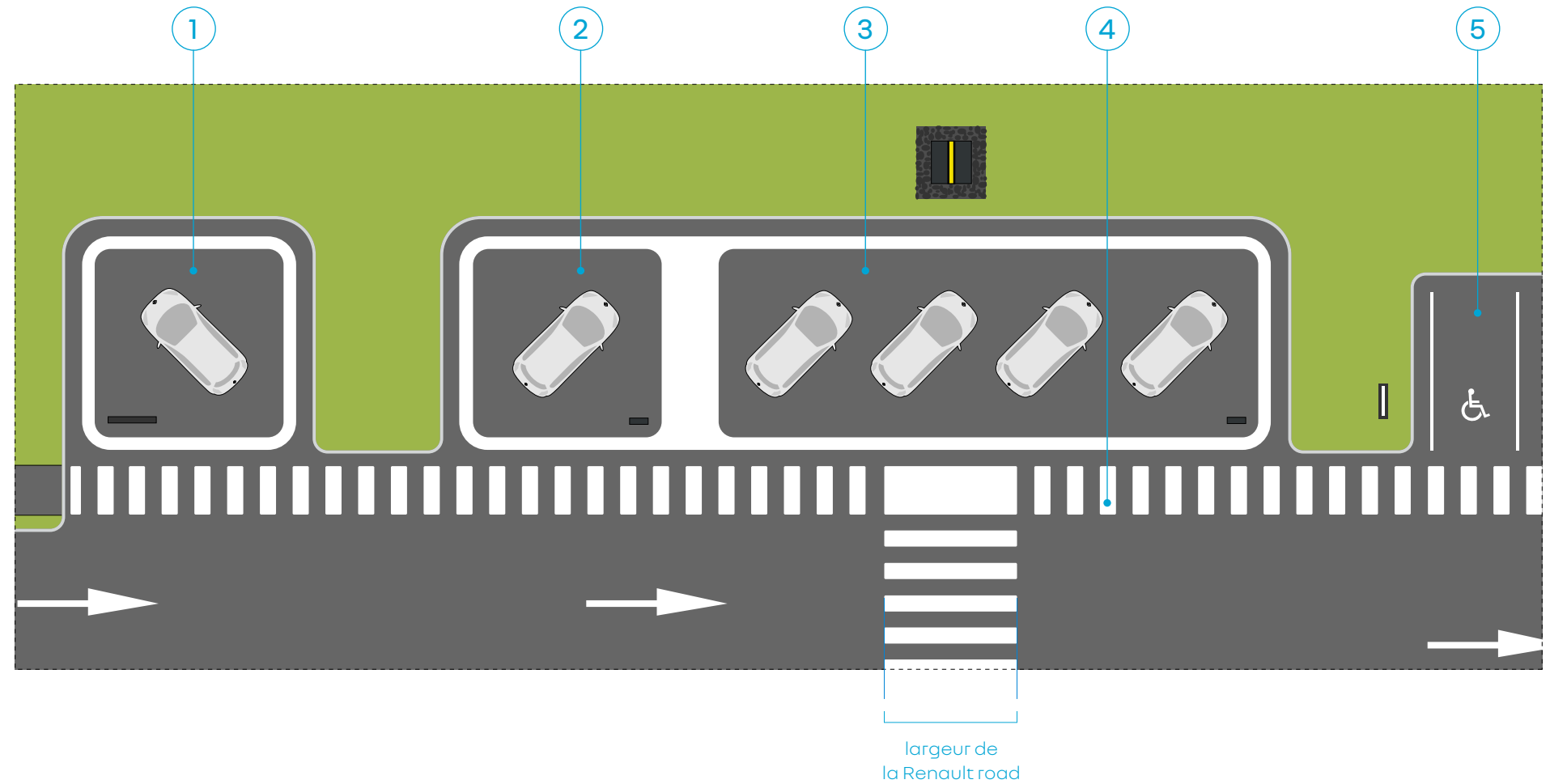
L'implantation des zones d'exposition extérieures devant la façade principale doit se faire harmonieusement de sorte à permettre de distinguer les différentes zones.

comment ?

Dans la mesure du possible, les marquages des différentes zones sont alignés.

La séparation entre la zone actu et les autres zones vise à accroître la visibilité du véhicule faisant l'actualité.

- 1 zone actu
- 2 zone E-Tech
- 3 zone essai
- 4 un cheminement piétons relie le parking clients au showroom passant devant les zones d'exposition
- 5 le parking clients est implanté dans la continuité des zones



2.6

les supports de communication

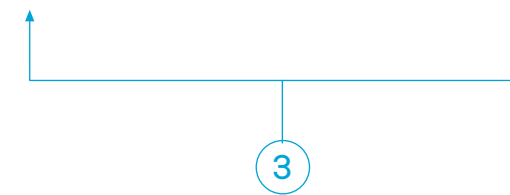
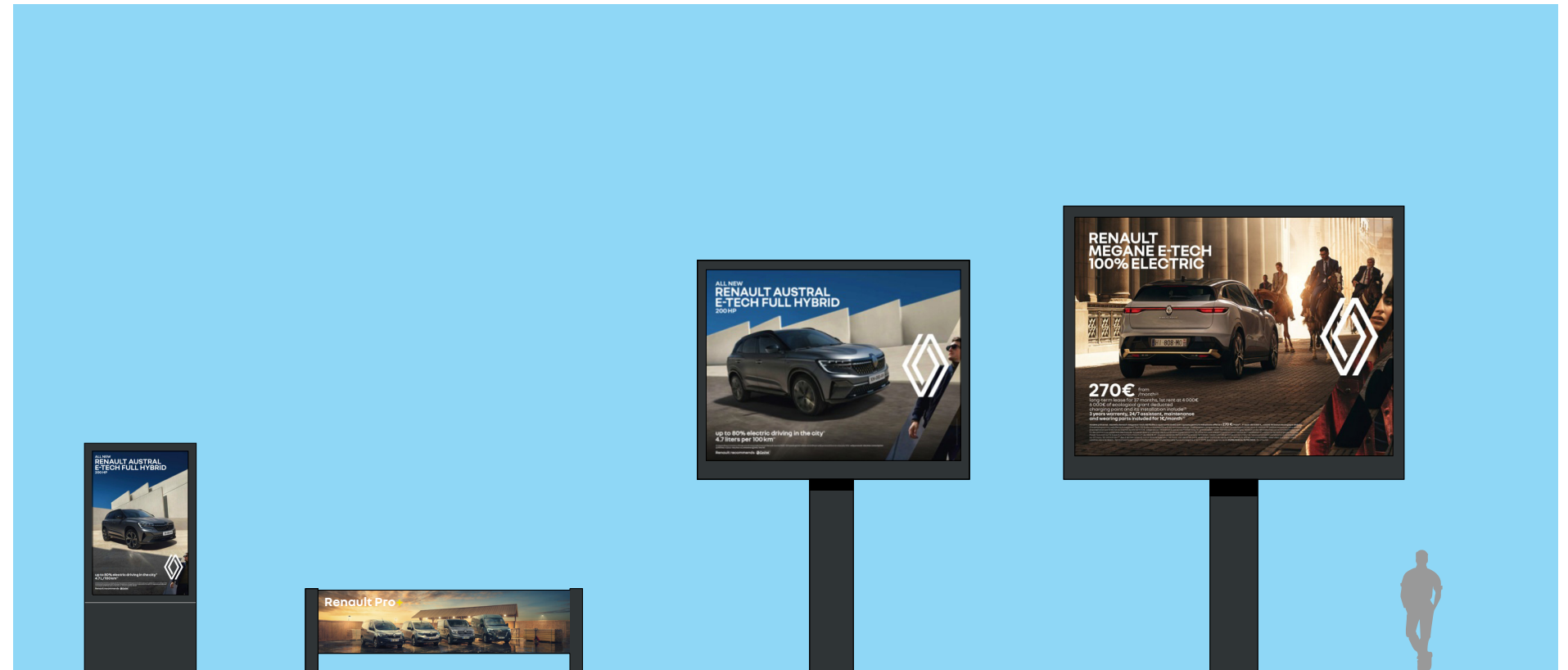
2.6.1 les différents supports de communication

pourquoi ?

Les supports de communication animent les abords des sites sans nuire à la lisibilité du point de vente.

comment ?

- 1 le panneau de communication produit de 2 m², présent dans la zone actu, est optionnel.
format du visuel : 1200 x 1740 mm.
- 2 le support de banderole de 2 m² est implanté le long de l'axe routier et/ou devant les parking clients (option).
format du visuel : 3000 x 740 mm.
- 3 le panneau de communication 8 m² ou 12 m² est implanté proche de l'axe routier et de manière perpendiculaire à l'axe routier.
format du visuel : 2400 x 3200 mm ou 3000 x 4000 mm.



points de vigilance

Chaque support de communication est réservé à une utilisation particulière.

Ils sont placés sur le site de manière à ne pas gêner la visibilité du showroom.

Leur nombre est limité.

Chaque support doit être utilisé selon les normes préconisées en fonction de la taille du site et de la configuration des abords.

Les visuels des supports promotionnels évoluent au gré des campagnes de renouvellement. Prendre contact avec Renault Global Marketing afin d'obtenir les dernières versions.

3

les façades

3.1

les marquages de façade

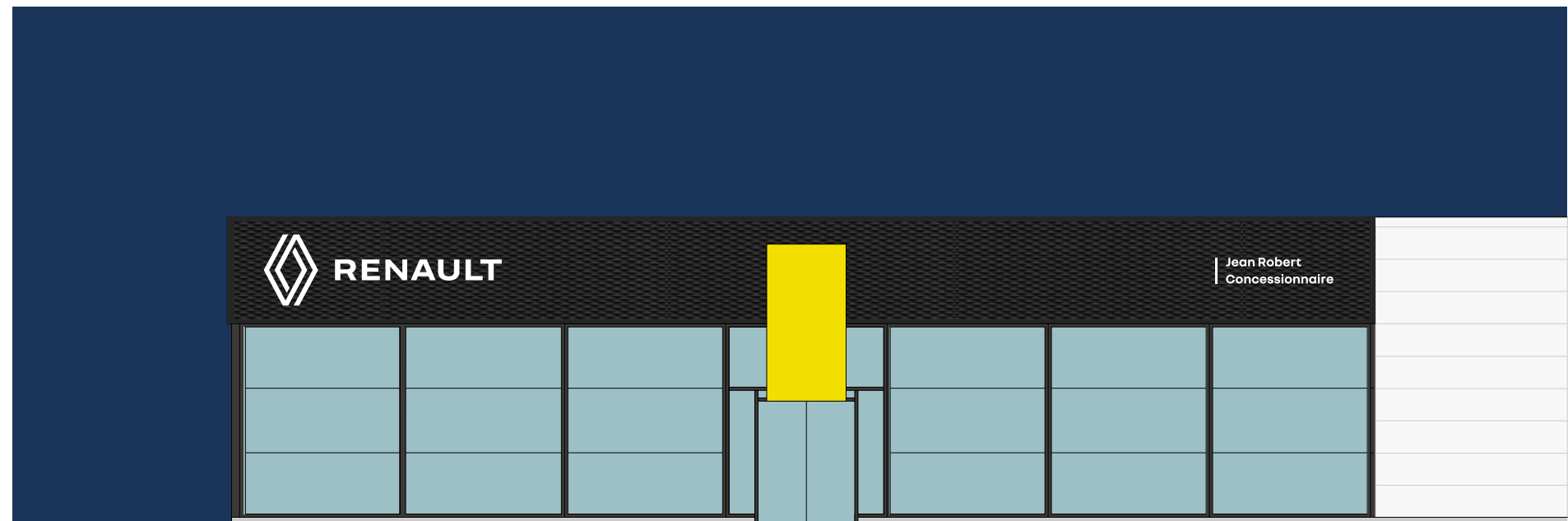
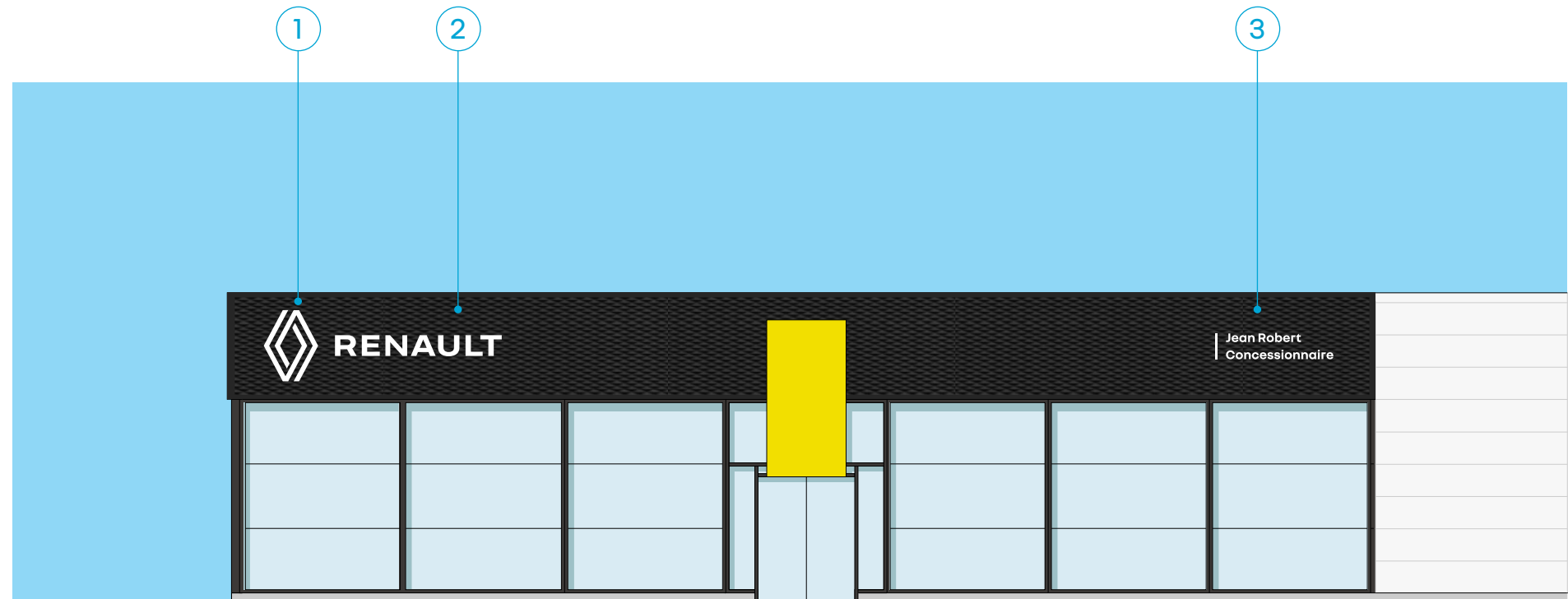
3.1.1 les marquages de la façade showroom

pourquoi ?

Sur la façade du showroom, les marquages affirment la présence de la marque par l'application de sa signature et permettent d'identifier l'affaire avec sa raison sociale.

comment ?

- 1 le losange lumineux, blanc de jour comme de nuit.
- 2 le wordmark Renault, en lettres-boîtiers lumineux, blanc de jour comme de nuit.
- 3 la raison sociale, associée à une barrette verticale est entièrement blanche. Les lettres et la barrette verticale sont lumineuses.



points de vigilance

- Veiller à ce que les emplacements de la marque et la raison sociale soient conformes aux standards et offrent la meilleure visibilité.
- Vérifier le bon entretien et le fonctionnement de l'éclairage.

3.1.2 les marquages d'entrée

pourquoi ?

Le marquage d'entrée doit permettre un repérage immédiat des accès destinés aux clients.

comment ?

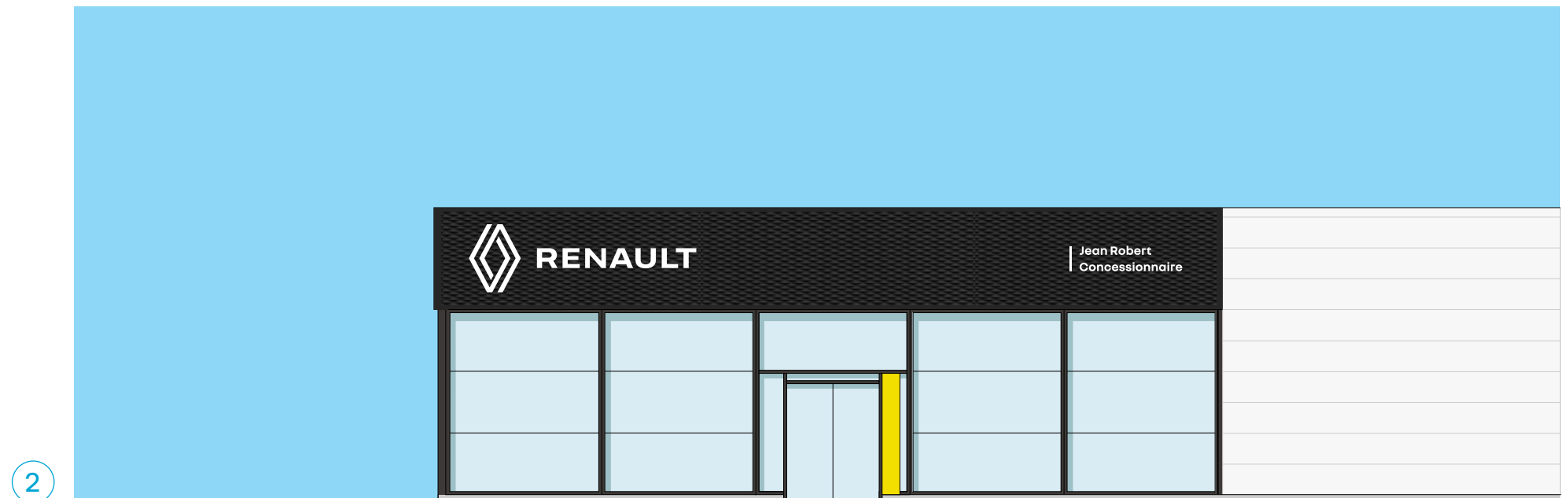
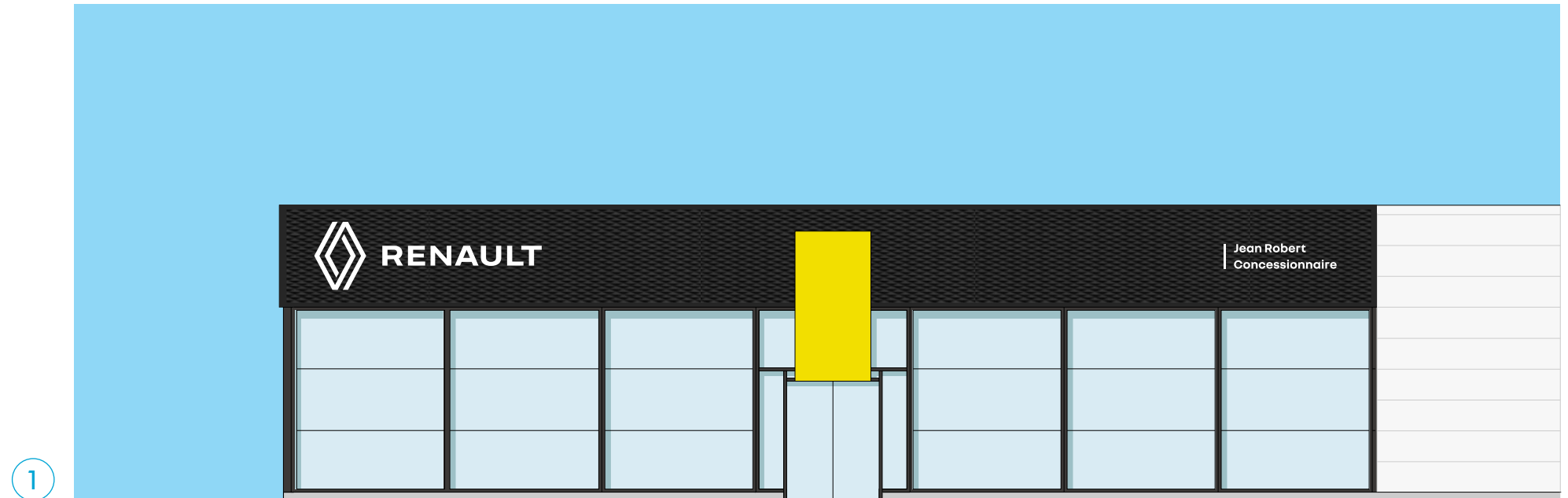
Il existe 2 types de marquages d'entrée :

- 1 une imposte lumineuse, à privilégier. Visible de loin, l'imposte crée un appel fort et indissociable de la marque et permet le repérage de l'entrée du showroom véhicules neufs.
- 2 un marquage vertical pour signaler l'entrée dédiée aux showrooms renew, ou Renault Pro+ ou encore, comme alternative à l'imposte lorsque son installation n'est pas possible.

Ces deux types de marquage d'entrée ont été conçus pour s'adapter à tous les types de sites.

points de vigilance

- L'imposte doit être exclusivement implantée au niveau de l'entrée du showroom VN. Toutes les autres entrées sont signalées par le marquage vertical.
- Sur un même site, il ne peut y avoir qu'une imposte.



3.1.3 les marquages de la porte d'entrée

pourquoi ?

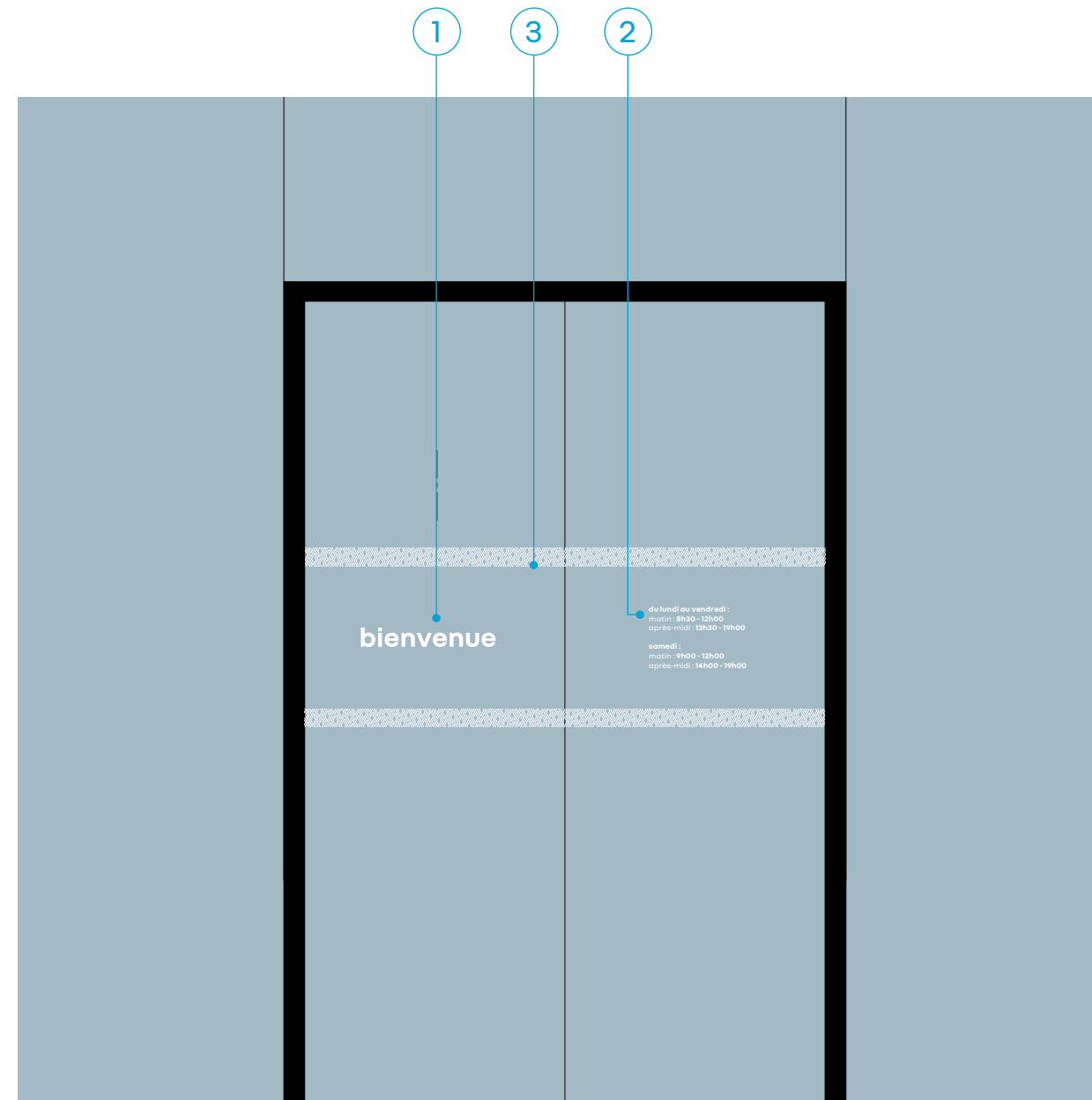
Les marquages de porte ont pour fonction d'accueillir, de renseigner et de protéger.

comment ?

- 1 le mot « bienvenue » est une attention conviviale envers le client.
- 2 les informations sur les activités et les horaires du site renseignent le client.
- 3 2 bandes horizontales matérialisent la porte de verre afin d'éviter tout choc malencontreux.

points de vigilance

- les marquages sont traduits dans la langue du pays.
- les informations sont adaptées aux particularités de chaque site.



3.2

les différentes façades

3.2.1 la façade du showroom VN

pourquoi ?

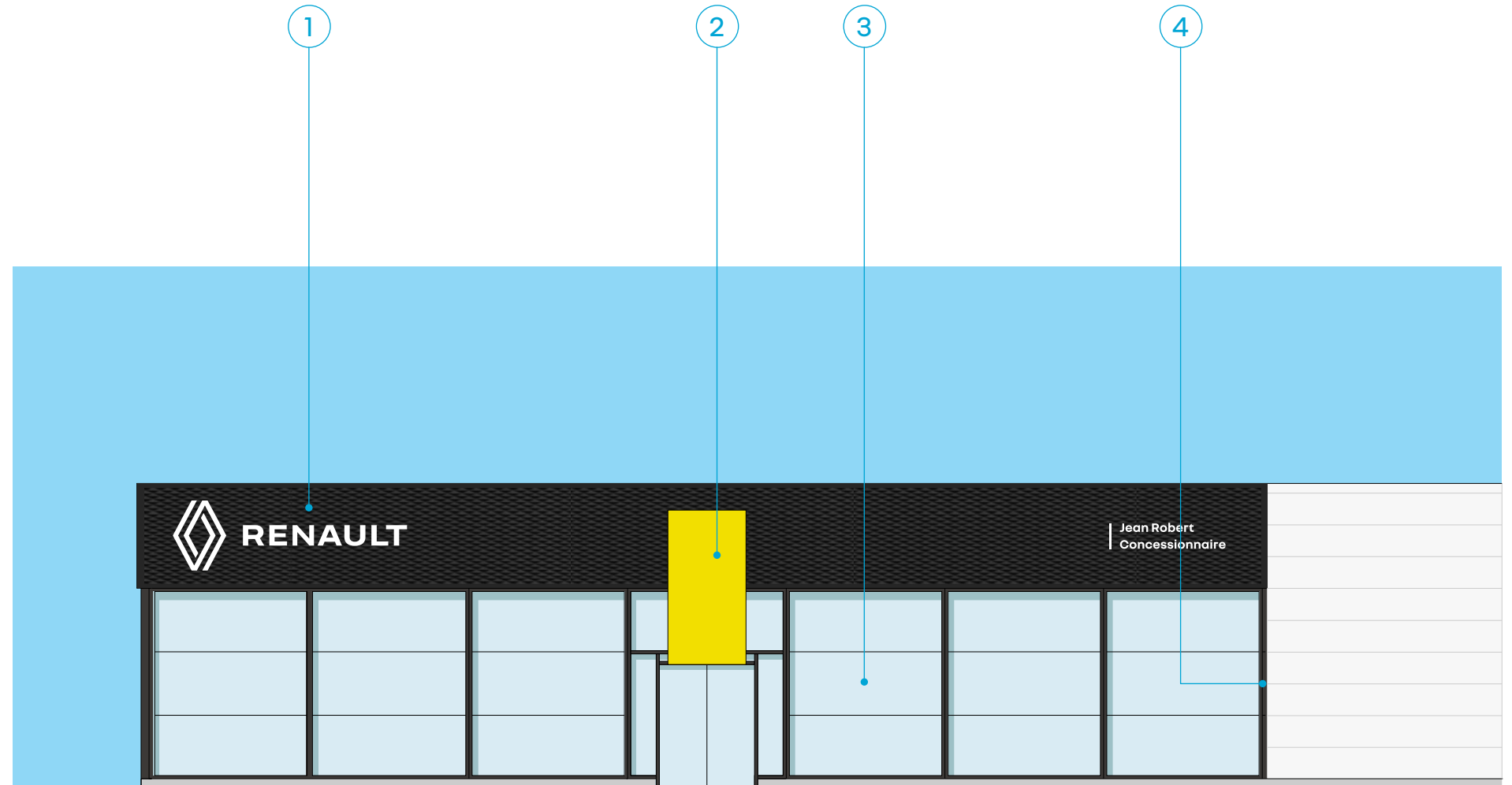
La façade participe à l'identification de la marque grâce à la combinaison des couleurs spécifiques à Renault (blanc, gris foncé, jaune).

Le showroom devient l'élément central du dispositif Renault.

comment ?

- 1 un bandeau résille qui court au-dessus de la totalité de la vitrine du showroom et porte la signature et la raison sociale.
- 2 une imposte jaune au-dessus de la porte qui est centrée sur la façade principale du showroom.
- 3 des vitrages clairs.
- 4 des menuiseries extérieures constituées d'une ossature verticale de couleur gris foncé.

Le bandeau en résille permet de distinguer la façade principale des zones d'atelier.



3.2.2 les façades secondaires

pourquoi ?

Lorsque qu'une façade secondaire à forte visibilité permet d'identifier l'affaire, un marquage supplémentaire est installé au-dessus de la vitrine ou sur une façade aveugle.

comment ?

- 1 en cas de présence d'une vitrine en façade secondaire, la résille métallique couvre la totalité du fronton de la vitrine du showroom.

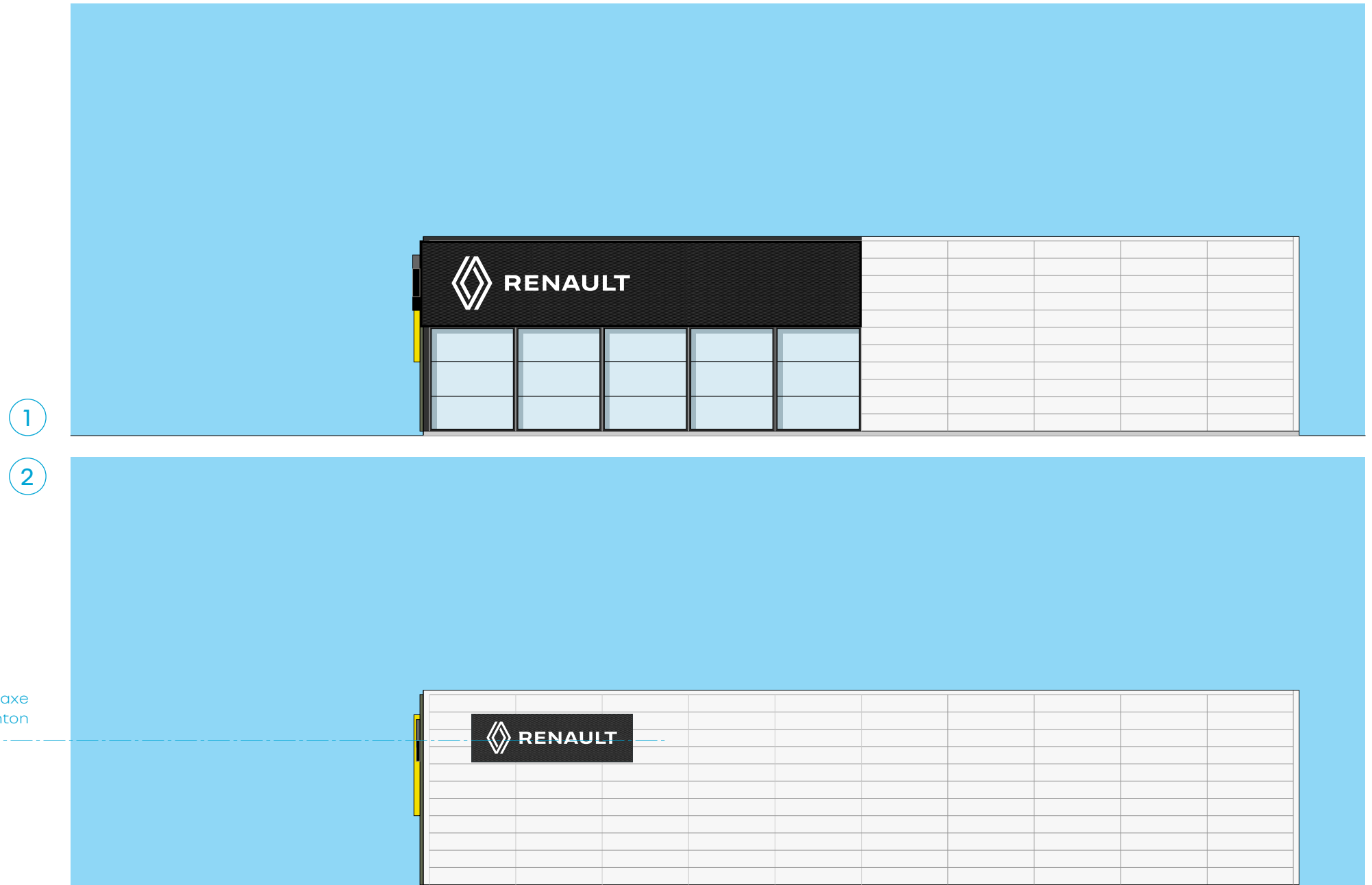
la signature Renault (sans la raison sociale) peut être implantée sur la résille, ses dimensions étant identiques à celle figurant sur la façade principale.

- 2 dans le cas de façades secondaires dépourvues de vitrine mais à forte visibilité, on utilisera le marquage de façade aveugle aux dimensions standardisées.

il est implanté à l'axe du marquage figurant sur le fronton de la façade principale.

point de vigilance

- Le marquage de la raison sociale est présent exclusivement sur la façade principale.



3.2.3 la façade après-vente avec espace après-vente

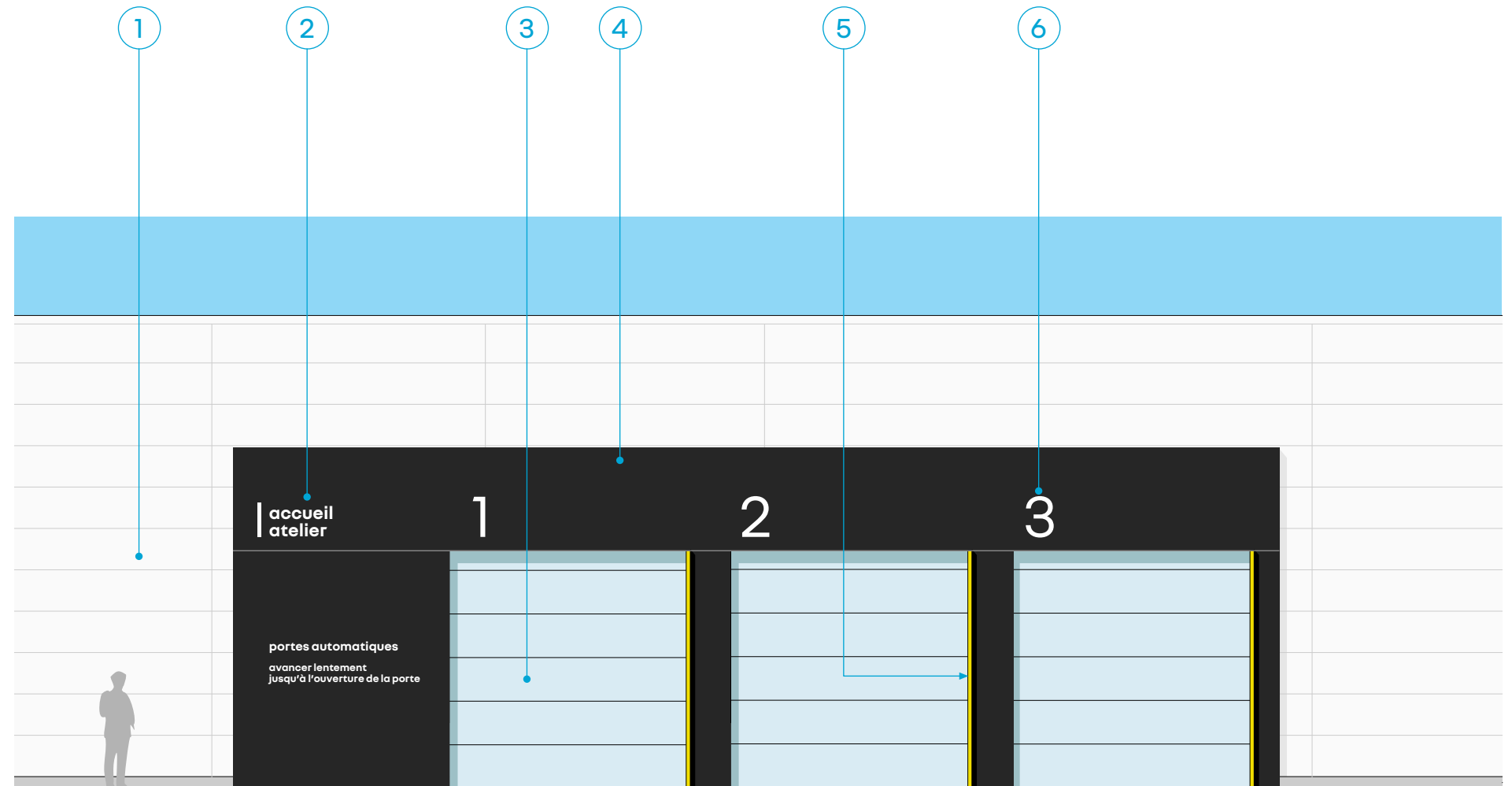
pourquoi ?

La façade du bâtiment après-vente permet de valoriser la présence des activités d'après-vente de l'affaire.

Le cas ci-contre présente les portes d'accès à un espace après-vente permettant au client d'entrer à bord de son véhicule afin d'être accueilli par un conseiller service sur une zone tour du véhicule.

comment ?

- 1 un bardage horizontal blanc avec trame de 60 cm minimum couvre l'ensemble du bâtiment.
- 2 le bloc de baies d'atelier est identifié par la mention "accueil atelier" accompagné d'un message invitant le client à se présenter devant les portes automatiques d'accès.
- 3 les portes sectionnelles d'accès aux postes de travail de couleur gris foncé sont entièrement vitrées.
- 4 les baies sont identifiées par un habillage complet.
- 5 une barrette jaune crée un appel visuel.
- 6 les baies sont numérotées selon une règle stricte, afin de faciliter le parcours du client après-vente.



3.2.4 la façade après-vente avec accueil intégré

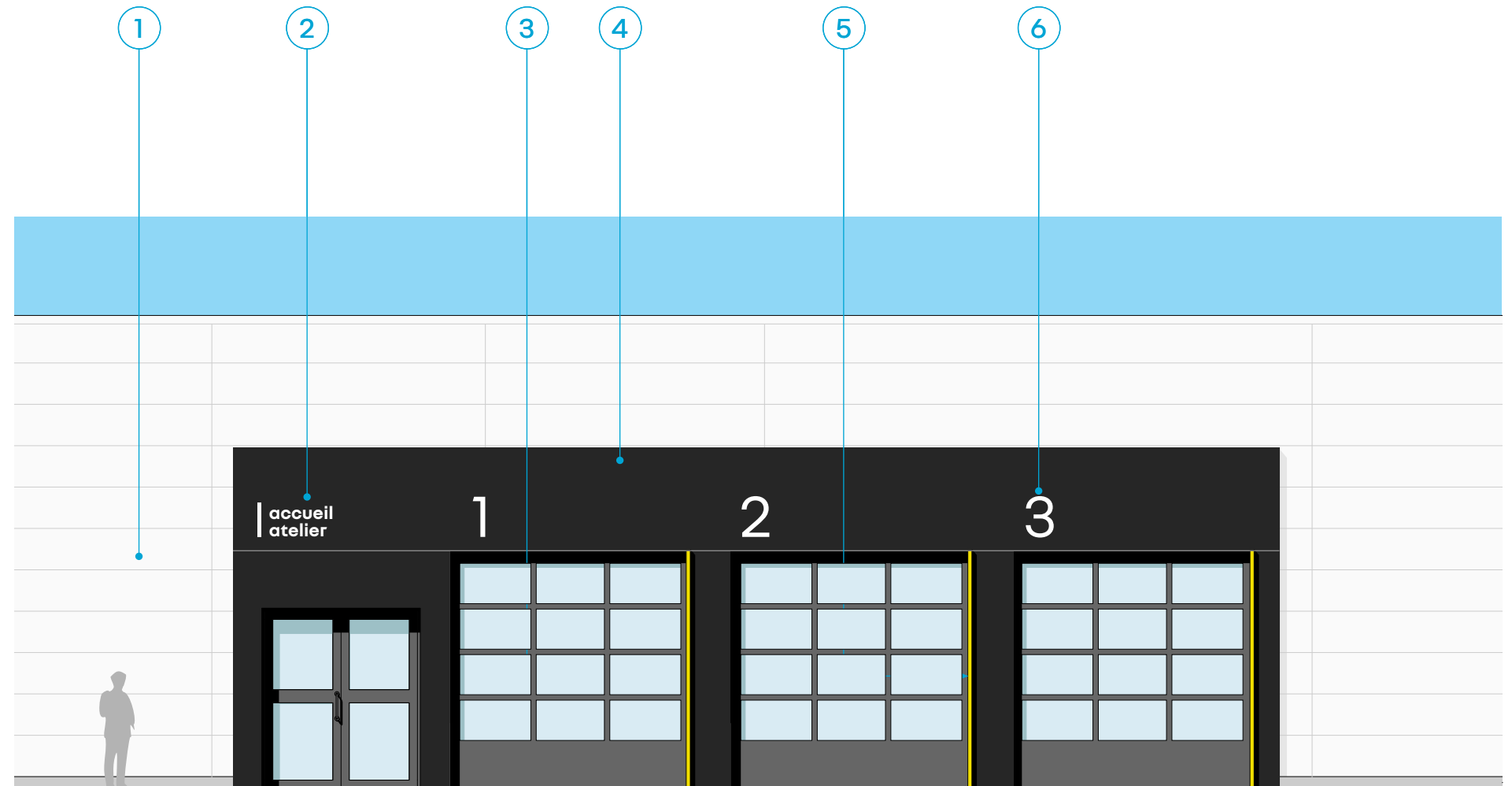
pourquoi ?

La façade du bâtiment après-vente permet de valoriser la présence des activités d'après-vente de l'affaire.

Le cas ci-contre correspond à la présence d'un accueil dédié à ce groupe de baies d'atelier. Le client entre par la porte d'accès présente sur le côté des baies d'atelier pour être accueilli par un conseiller service.

comment ?

- 1 un bardage horizontal blanc avec trame de 60 cm minimum couvre l'ensemble du bâtiment.
- 2 le bloc de baies d'atelier est identifié par la mention "accueil atelier" implanté au-dessus des portes piétonnes.
- 3 les portes sectionnelles d'accès aux postes de travail de couleur gris foncé sont majoritairement vitrées.
- 4 les baies sont identifiées par un habillage complet.
- 5 une barrette jaune crée un appel visuel.
- 6 les baies sont numérotées selon une règle stricte, afin de faciliter le parcours du client après-vente.



3.2.5 la façade après-vente avec accueil centralisé

pourquoi ?

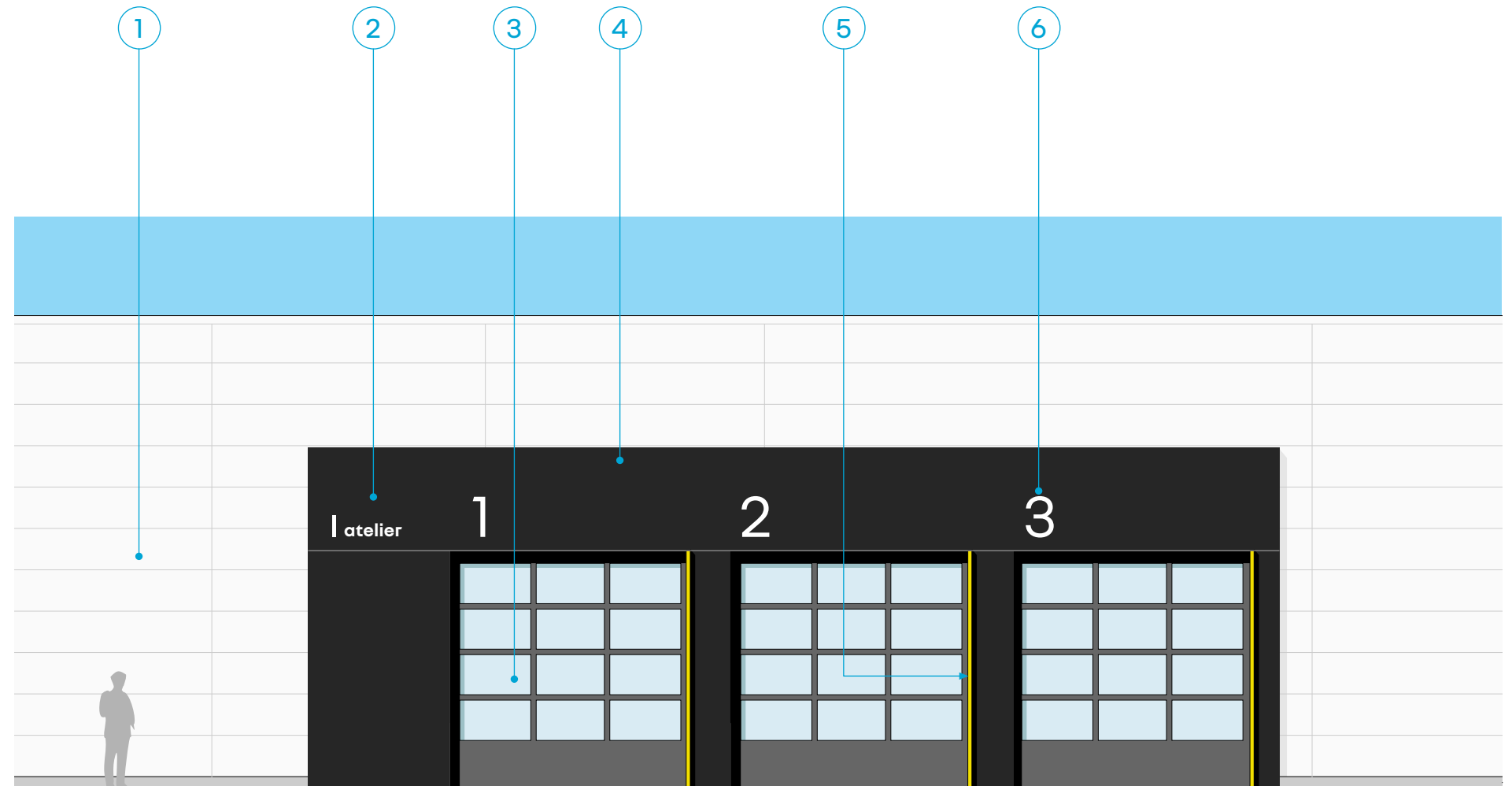
La façade du bâtiment après-vente permet de valoriser la présence des activités d'après-vente de l'affaire.

Le cas ci-contre correspond à l'identification d'un groupe de baies d'atelier ne disposant pas d'accueil dédié.

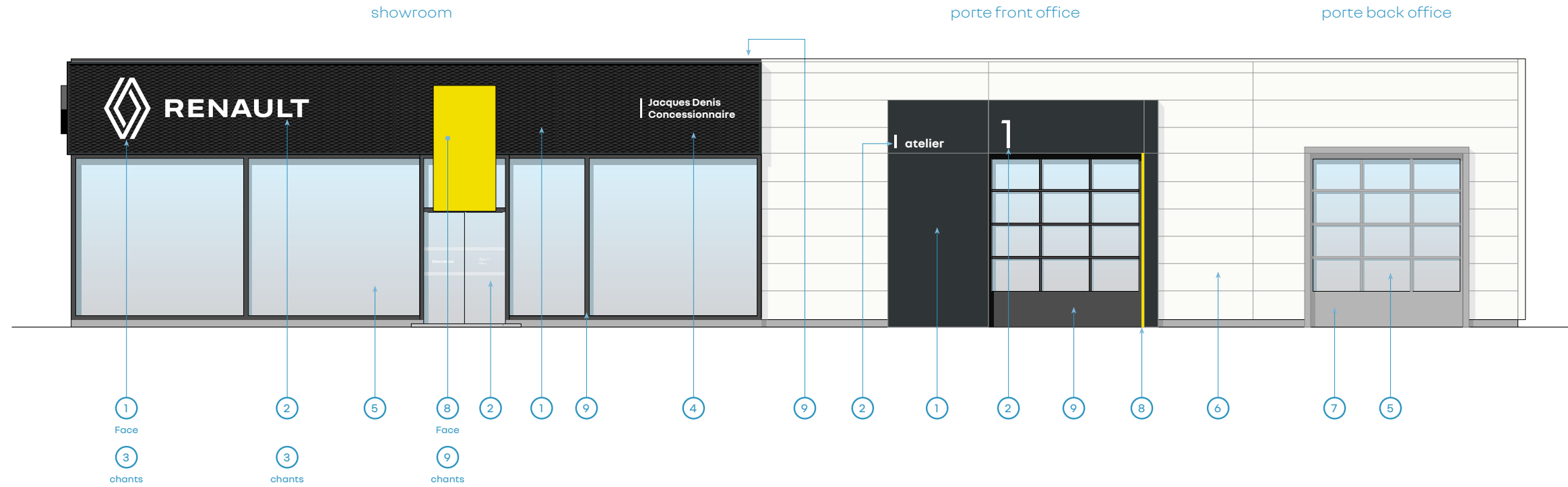
Le client entre dans le showroom pour se diriger vers la réception après-vente afin d'y être accueilli par un conseiller service.

comment ?

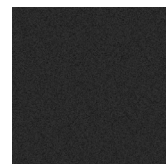
- 1 un bardage horizontal blanc avec trames de 60 cm minimum couvre l'ensemble du bâtiment.
- 2 le bloc de baies d'atelier est identifié par la mention "atelier" implanté dans l'un des bandeaux supérieurs (ou en option dans un bandeau latéral).
- 3 les portes sectionnelles d'accès aux postes de travail de couleur gris foncé sont majoritairement vitrées.
- 4 les baies sont identifiées par un habillage complet.
- 5 une barrette jaune crée un appel visuel.
- 6 les baies sont numérotées selon une règle stricte, afin de faciliter le parcours du client après-vente.



3.2.6 synthèse couleurs & matériaux



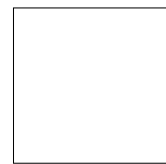
1



gris foncé métallisé

- Tôle aluminium postlaquée 20/10 ème
- Finition métallisée satinée à 40% de brillance réf.8223230 GRISG517LMD 1036 30 CT020 ANTHRACITE (AKZO) XB60700860

2



blanc pur

- PMMA diffusant ép. 3 mm à 50% de transmission lumineuse
- Adhésif blanc mat

3



noir éq. RAL 9005

- Tôle aluminium postlaquée en finition satinée à 40% de brillance.
- PMMA opaque noir ép. 3 mm en finition satinée ou mate.

4



blanc pur

- PMMA diffusant ép. 30 mm à 30% de transmission lumineuse avec chants adhésivés en noir mat

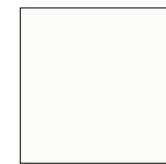
5



verre blanc

- Vitrine showroom
- Partie vitrées des portes d'atelier

6



blanc RAL 9010

- Bardage métallique avec lames horizontales de 600 mm en finition satinée
- Maçonnerie en finition mate ou satinée

7



gris clair RAL 7040

- Acier laqué finition satinée 40% de brillance

8



jaune RAL 1016

- Toile tendue en PVC renforcée de polyester 650g/m²
- Aluminium laquée finition satinée 40% de brillance éq. RAL 1016

9



gris foncé RAL 7021

- Aluminium ou tôle acier post-laquée gris foncé en finition satinée 40% de brillance

4

signalétique particulière

4.1

la signalétique Renault Pro+

4.1.1 le showroom intégré Renault Pro+

pourquoi ?

L'activité du site peut être complétée par la présence d'un corner Renault Pro+ au sein du showroom Renault.

comment ?

La signalétique extérieure permet de donner de la visibilité à l'activité Renault Pro+ :

- 1 les drapeaux Renault et la signalétique directionnelle sont les éléments des Renault.
- 2 les expositions extérieures sont identifiées soit par le mât d'aire, soit par l'arche Renault Pro+.
- 3 la signature Renault et la raison sociale sont implantées sur le fronton du showroom VN habillé de résille métallique.
- 4 le totem Renault identifie le site.
- 5 l'entrée du showroom VN est identifiée par l'imposte.



4.1.2 les sites intégrés Renault Pro+

pourquoi ?

L'activité Véhicules Utilitaires peut justifier d'implanter un showroom indépendant Renault Pro+ dans un site Renault.

comment ?

- 1 les drapeaux Renault et la signalétique directionnelle sont les éléments des Renault.
- 2 le totem Renault identifie le site.
- 3 les expositions extérieures sont identifiées soit par le mât d'aire, soit par l'arche Renault Pro+
- 4 la signature Renault Pro+ apparaît sur un caisson implanté au-dessus de la porte d'entrée du showroom Renault Pro+ complété par le marquage vertical d'entrée.
- 5 la signature Renault et la raison sociale sont implantées sur le fronton du showroom VN habillé de résille métallique.
- 6 l'entrée du showroom VN est identifiée par l'imposte.



nota

- L'imposte ne peut être utilisée pour l'identification de l'entrée du showroom Renault Pro+.

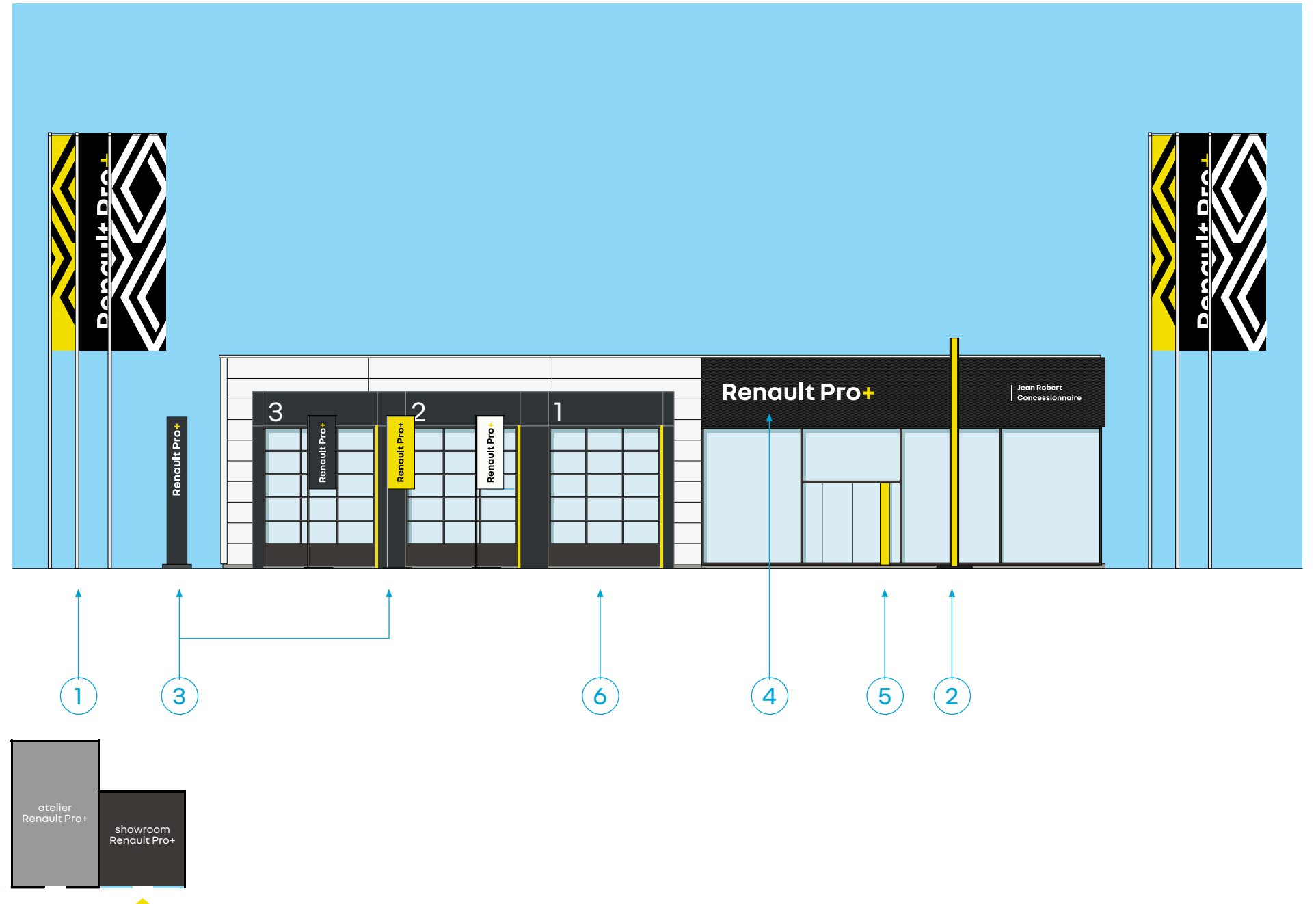
4.1.3 les sites autonomes Renault Pro+

pourquoi ?

L'activité Véhicules Utilitaires ou la configuration du site peuvent justifier l'implantation d'un site autonome Renault Pro+.

comment ?

- 1 un drapeau Renault Pro+ est intégré aux côtés des drapeaux Renault dans chaque série de 3 éléments.
- 2 le totem Renault identifie le site.
- 3 les expositions extérieures sont identifiées par le mât d'aire et les oriflammes Renault Pro+
- 4 la signature Renault Pro+ et la raison sociale sont disposées sur la résille métallique ou un bandeau gris habillant la façade du showroom
- 5 l'entrée est identifiée par l'imposte ou à défaut le marquage vertical d'entrée.
- 6 les baies de service sont identiques à celles d'un site Renault.



4.2

la signalétique agent

pour le réseau 100% Renault et si multimarque se référer aux règles de cohabitation

4.2.1 l'agent en centre ville

pourquoi ?

L'agence Renault en centre ville doit être traitée au plus proche des standards de la marque. Les éléments d'identification permettent de valoriser l'activité du point de contact.

comment ?

La façade reprend les caractéristiques d'une façade Renault :

- 1 une enseigne Renault en drapeau.
- 2 la signature Renault et la raison sociale sont disposées sur le bandeau résille gris métallisé qui court le long de la façade.
- 3 l'entrée est identifiée par le marquage vertical d'entrée.
- 4 un habillage de la baie de service adapté aux dimensions des portes d'accès.



4.2.2 l'agent péri-urbain

pourquoi ?

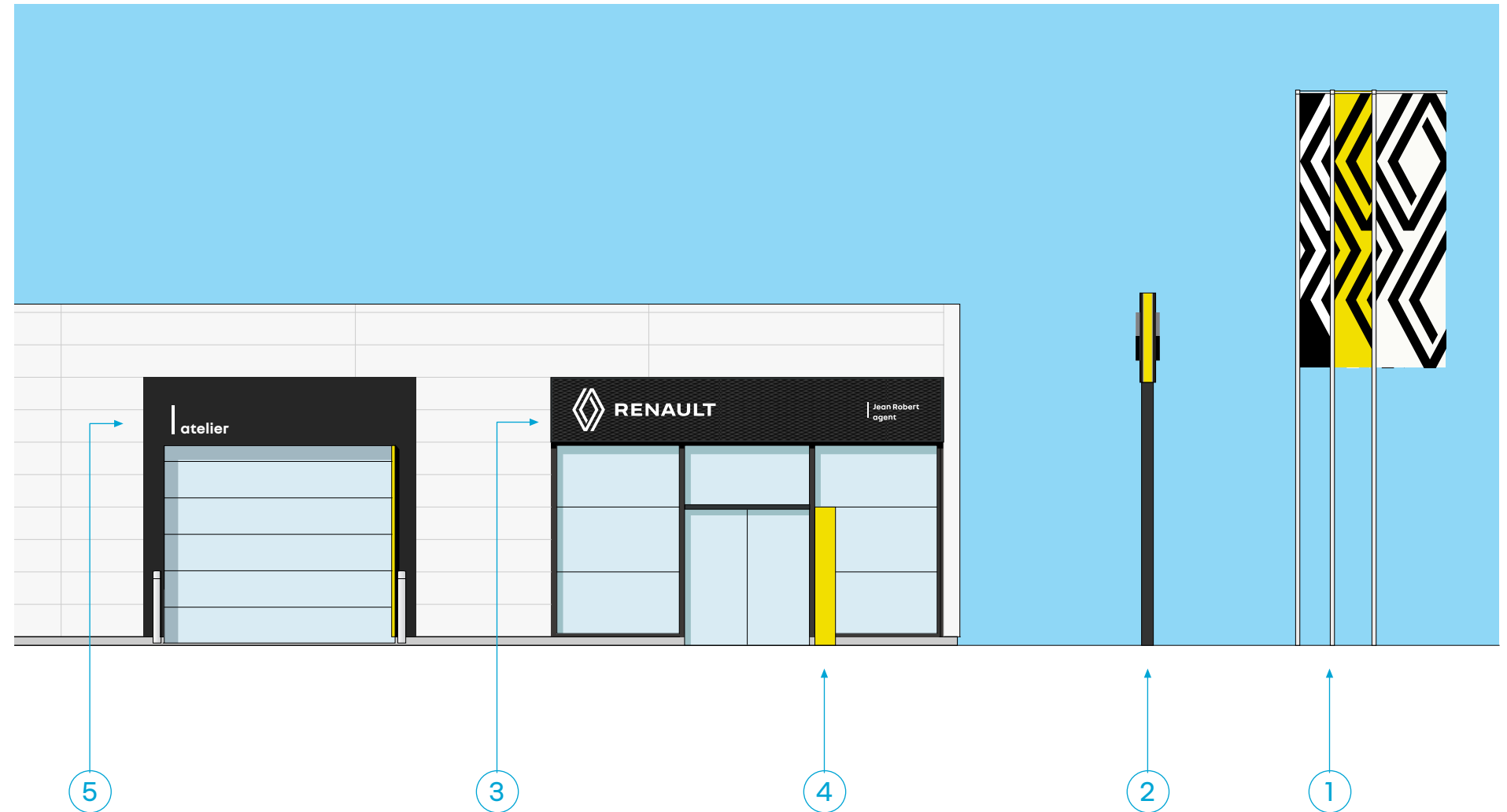
L'agence Renault, au même titre que la concession participe à la présence de la marque sur un territoire

Une version économique des bandeaux de résille aux hauteurs standardisées est proposée dans le cadre de l'identification des façades showroom des agents, la résille ne couvrant qu'une partie du fronton de façade.

comment ?

La façade de l'agence reprend les caractéristiques d'une façade Renault.

- 1 un ou deux groupes de 3 drapeaux Renault de part et d'autre de l'affaire.
- 2 un totem ou une enseigne drapeau le cas échéant.
- 3 un bandeau résille gris métallisé implanté au-dessus de la vitrine porte la signature Renault et la raison sociale.
- 4 l'entrée est identifiée par l'imposte (ou le marquage vertical d'entrée, selon les contraintes).
- 5 un habillage des baies de service identique aux baies d'atelier des concessions.



4.2.3 l'agent péri-urbain à forte visibilité

pourquoi ?

Lorsque l'agence Renault possède une forte visibilité, il sera possible de l'identifier selon les mêmes principes que ceux utilisés pour les concessions.

comment ?

La façade de l'agence reprend les caractéristiques d'une façade Renault.

- 1 un ou deux groupes de 3 drapeaux Renault de part et d'autre de l'affaire.
- 2 un totem ou une enseigne drapeau, le cas échéant.
- 3 un bandeau résille gris métallisé implanté au-dessus de la vitrine portant la signature Renault et la raison sociale.
- 4 l'entrée est identifiée par l'imposte (ou le marquage vertical d'entrée (selon les contraintes)).
- 5 un habillage des baies de service identique aux baies d'atelier des concessions.



4.3

la signalétique des réparateurs agréés

pour le réseau 100% Renault ou les règles de la cohabitation pour les sites multimarques

4.3.1 le réparateur agréé (identification de base)

pourquoi ?

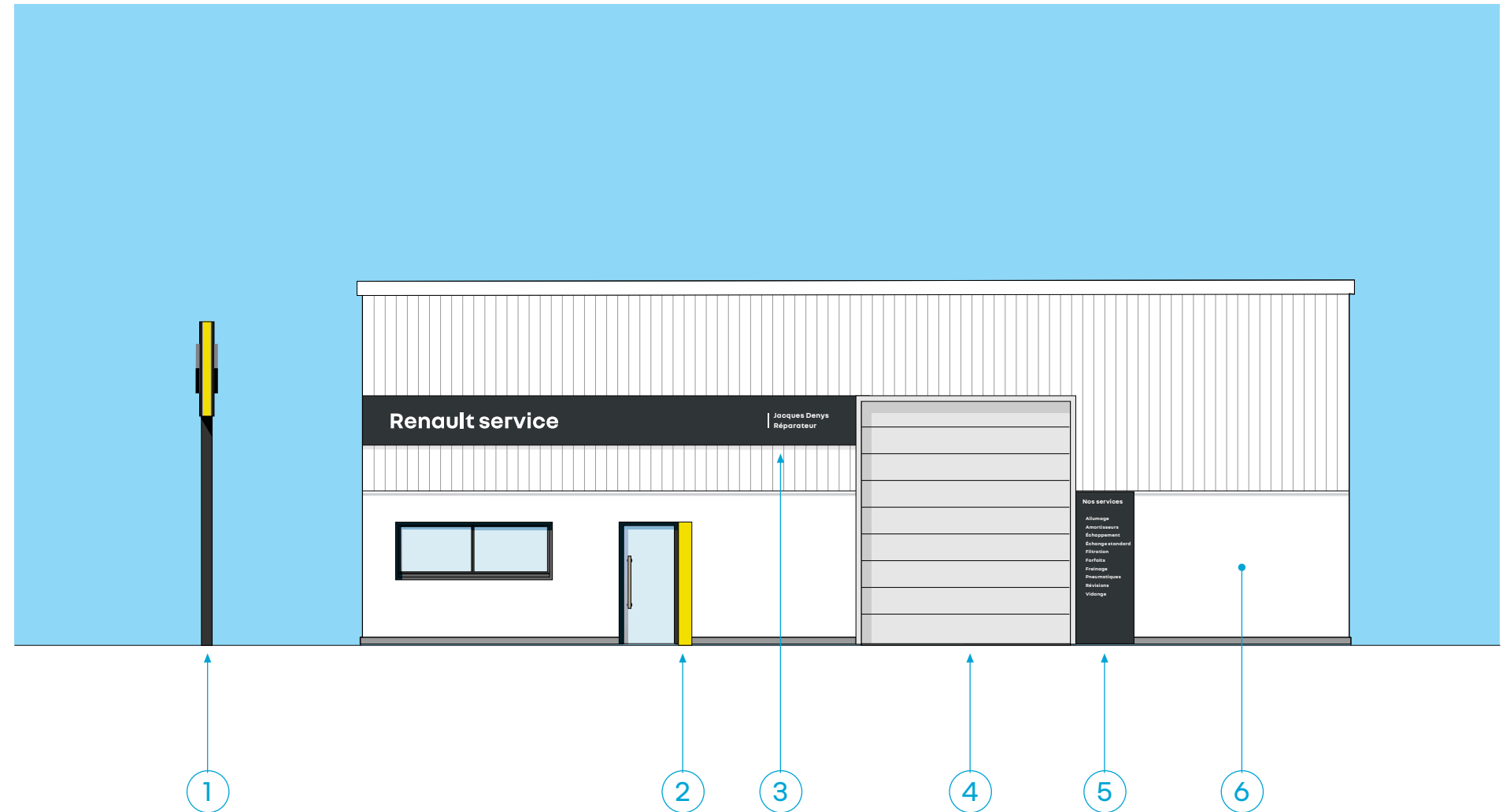
Le réseau dédié à la réparation est traité au plus proche des codes et normes de la marque.

La signalétique doit permettre de valoriser le site et mettre le client en confiance.

comment ?

La façade Renault service utilise des éléments normalisés spécifiques.

- 1 une enseigne Renault sur mât.
- 2 la signature Renault Service (appellation à définir selon les pays) et la Raison Sociale implantées sur un bandeau gris foncé décliné selon des hauteurs standardisées.
- 3 un accueil identifié par un marquage vertical jaune.
- 4 une porte d'atelier peinte en gris clair RAL 7035.
- 5 un panneau de promesse implanté proche de la baie d'atelier.
- 6 une façade peinte en blanc RAL 9010.



nota

- Le bandeau en tôle gris foncé est mis à la longueur de la façade. Il est décliné selon 2 hauteurs standardisées : 600 et 900 mm.

4.3.2 le réparateur agréé (site à forte visibilité)

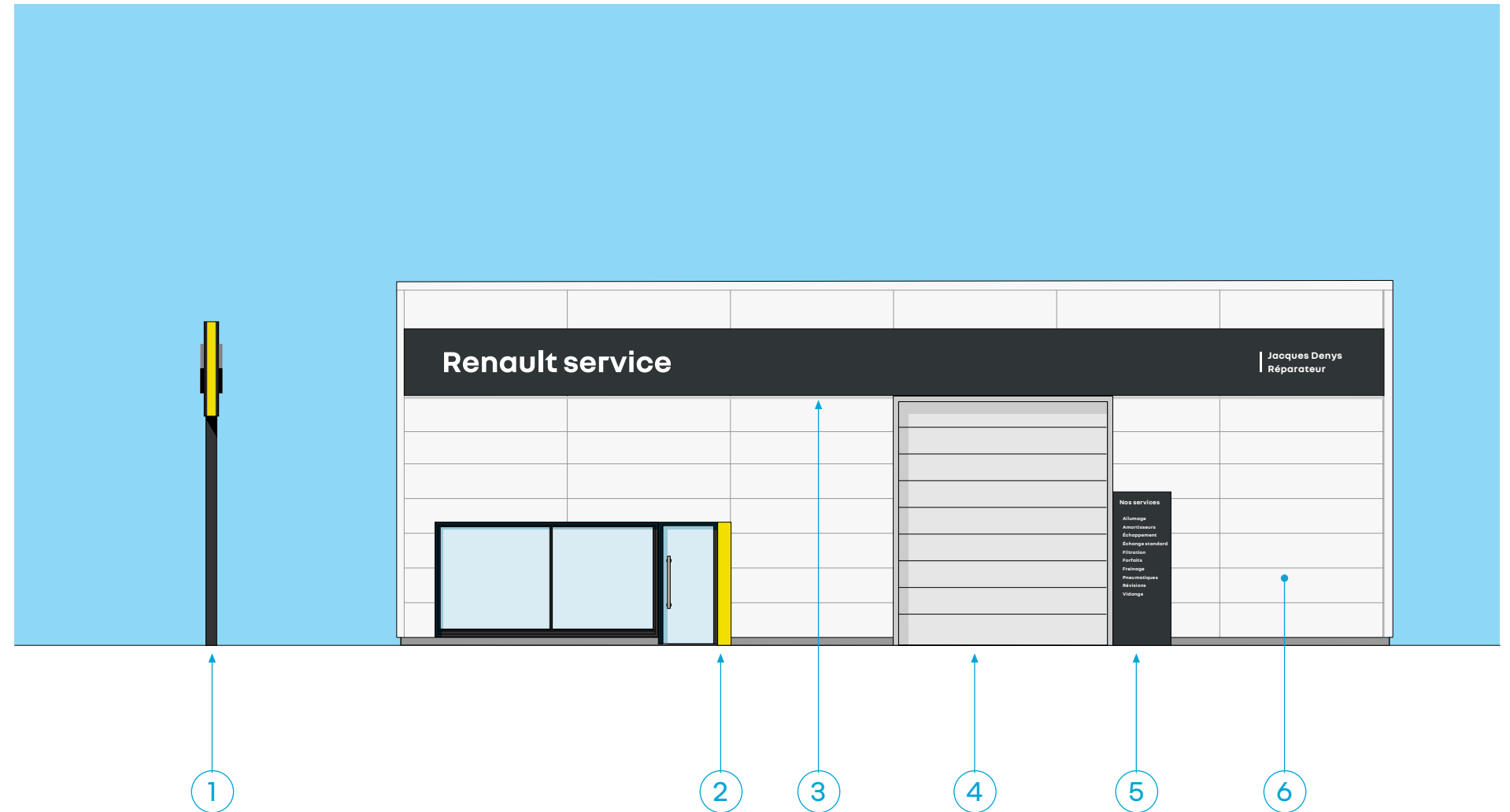
pourquoi ?

Lorsque le réparateur agréé Renault possède une forte visibilité, il sera possible de renforcer l'identification et la qualité perçue du site.

comment ?

La façade Renault service utilise des codes couleurs et des matériaux normalisés.

- 1 une enseigne Renault sur mât.
- 2 la signature Renault Service (appellation à définir selon les pays) et la Raison Sociale implantées sur un bandeau gris foncé décliné selon des hauteurs standardisées.
- 3 un accueil identifié par un marquage vertical jaune.
- 4 une porte d'atelier peinte en gris clair RAL 7035.
- 5 un panneau de promesse implanté proche de la baie d'atelier.
- 6 une façade en bardage horizontal avec pas de 60 cm, blanc RAL 9010.



points de vigilance

- La signature et la raison sociale doivent être fixées sur un bardage normalisé et en parfait état.

4.4

la signalétique Renault minute

4.4.1 le façade Renault minute intégré

pourquoi ?

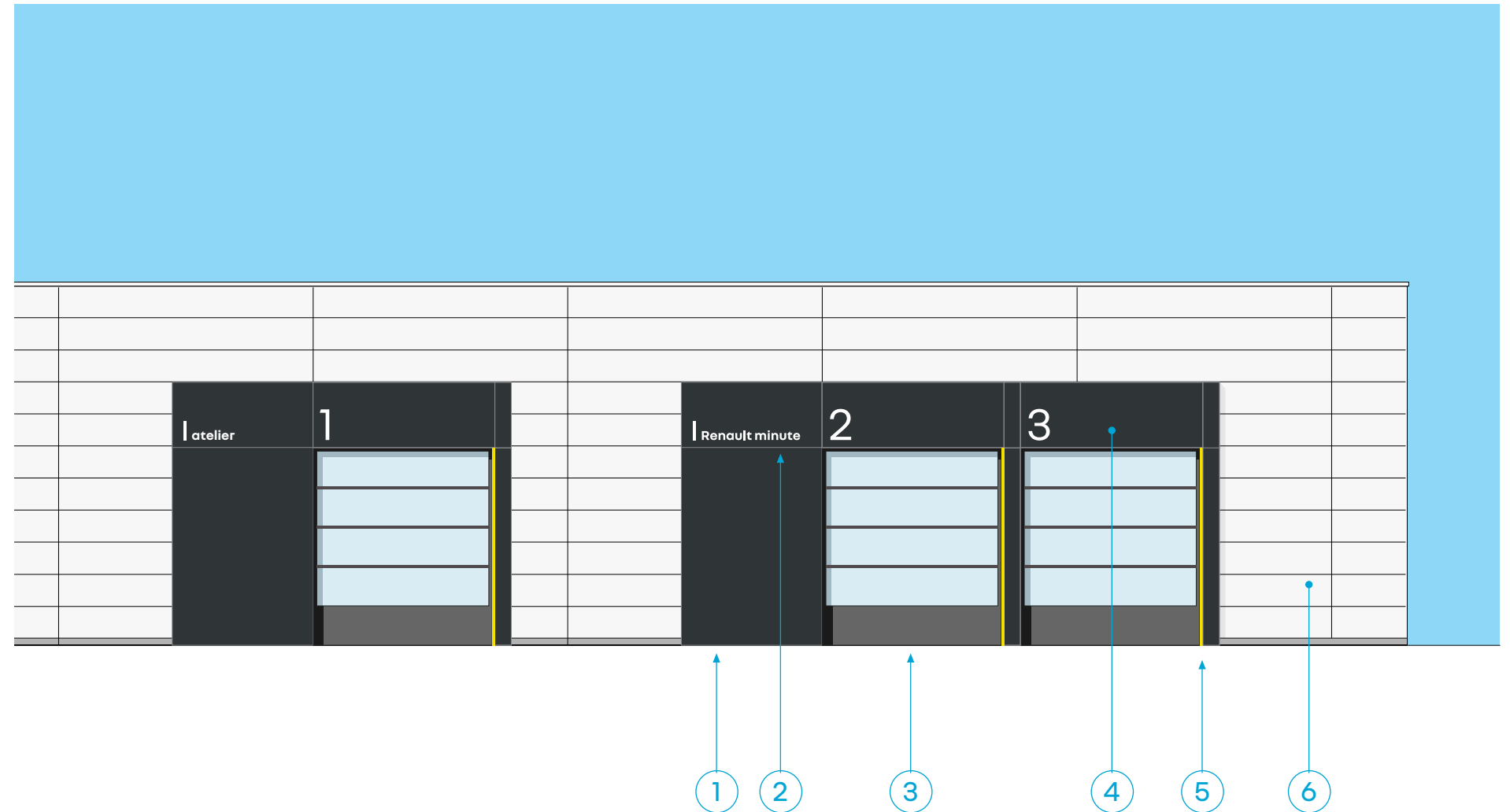
La signalétique présente sur la façade après-vente donne de la visibilité aux baies d'atelier dédiées au service rapide de la marque Renault lorsqu'elles sont intégrées dans un site Renault Store

comment ?

- 1 le groupe de baies d'atelier dédié au service rapide est habillée de tôle gris foncé.
- 2 la mention Renault minute identifie ce groupe de baies.
- 3 les portes d'atelier sont peintes en gris foncé RAL 7021.
- 4 chaque baie d'atelier est identifiée par un marquage lumineux de numérotation.
- 5 un élément vertical peint en jaune associé à chaque porte, rythme la façade.
- 6 le reste de la façade après-vente est peint en blanc RAL 9010.

nota

- L'appellation Renault minute n'est applicable que dans certains pays.



4.4.2 le site Renault minute autonome

pourquoi ?

La signalétique Renault minute identifie le site à la marque Renault et témoigne de son activité grâce à l'utilisation des éléments présents sur les façades après-vente des sites Renault Store.

comment ?

- 1 un ou deux groupes de 3 drapeaux Renault de part et d'autre du site.
- 2 la signature Renault minute (appellation à définir selon les pays) est implantée sur un bandeau gris foncé positionné au-dessus de l'accueil clients.
- 3 l'entrée est identifiée par un marquage vertical jaune.
- 4 un totem Renault.
- 5 les portes d'atelier sont peintes en gris foncé RAL 7021.
- 6 les baies d'atelier sont habillées en gris foncé et comportent un marquage lumineux de numérotation.
- 7 la façade est peinte en blanc RAL 9010.



nota

- L'appellation Renault minute n'est applicable que dans certains pays.

4.5

la signalétique renew

4.5.1 l'exposition extérieure renew

pourquoi ?

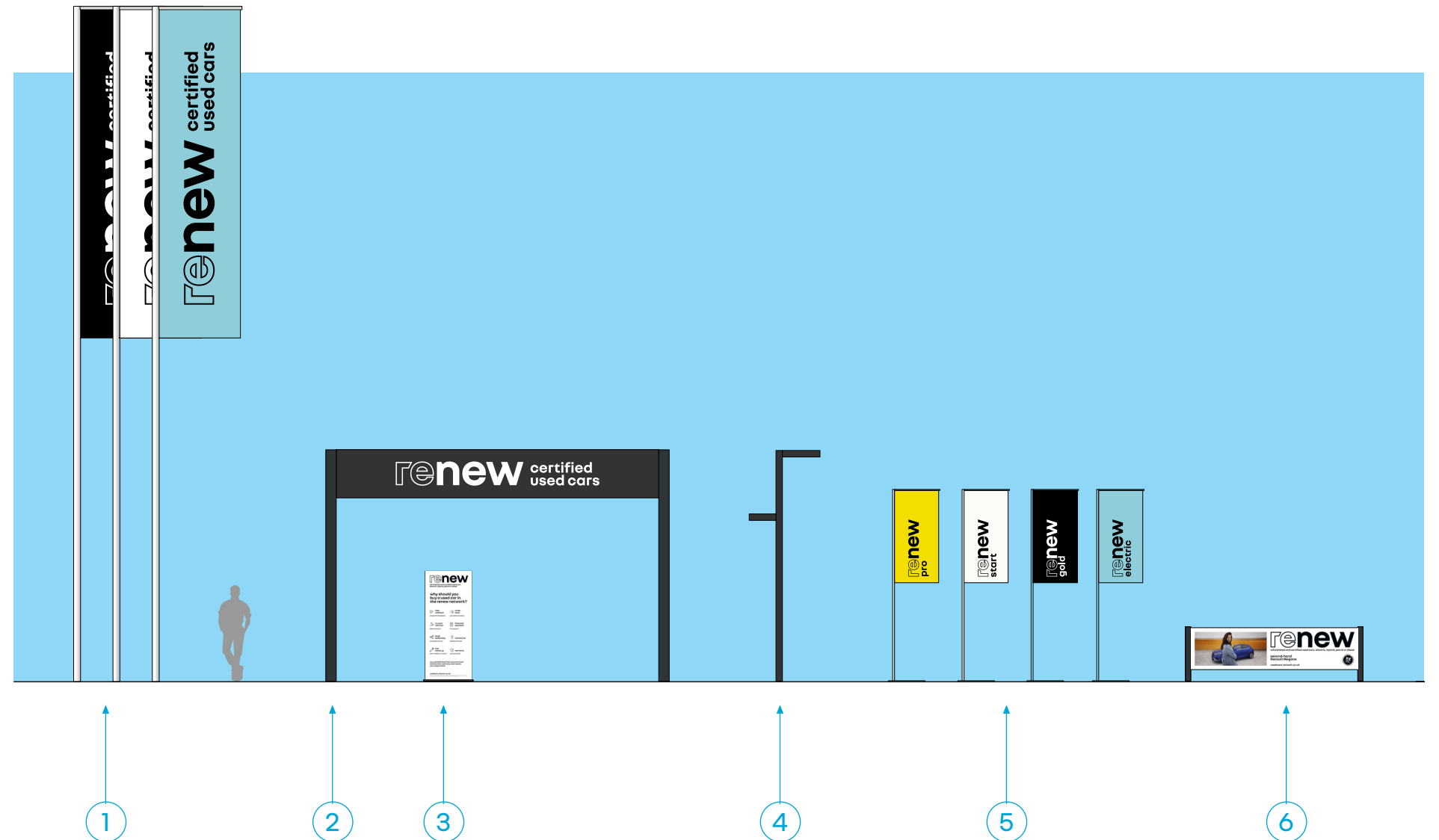
Elle permet de donner de la visibilité à l'activité véhicules d'occasion, lorsqu'il n'y a pas de showroom dédié.

Elle rend le lieu de présentation plus attractif.

comment ?

Le dispositif est constitué des éléments suivants :

- 1 des drapeaux renew.
- 2 une arche signalétique renew.
- 3 un panneau de promesse clients.
- 4 des mâts d'éclairage (optionnels).
- 5 des oriflammes génériques identifiant les différentes travées d'exposition.
- 6 une banderole promotionnelle (option).



points de vigilance

- Les drapeaux renew ne doivent pas être mélangés avec les drapeaux institutionnels.
- Afin de permettre au client d'identifier les différentes activités dans les meilleures conditions, veiller à garder un équilibre dans la communication des différentes activités présentes sur le site.

Les visuels des supports promotionnels évoluent au gré des campagnes de renouvellement. Prendre contact avec Renault Global Marketing afin d'obtenir les dernières versions.

vous recherchez ...

- **des images, des photos ou des vidéos :**
www.mediatheque.renault.com/
Q/R sur le site internet.
- **des publicités, contenus POSM/PLV, contenus écran brandwall, contenus bar de marque,...**
www.act.diadeis.com/
Q/R sur le site internet et pour toute information, contacter votre agence locale Publicis.
- **des catalogues et des cahiers des charges techniques pour les contenants/supports du réseau commercial (POSM, signalétique intérieure et extérieure, architecture intérieure et extérieure)**
www.brandstores.renault.com/

Nota. Tous les fichiers PDF sont vectorisés : les images et plans peuvent être extraits par des logiciels maîtrisés par des agences ou fournisseurs (illustrator, inkscape,...).