Renault Group



Les sites renew
Guide d'implantation

Edition 1h · Mai 2026

Introduction

Les différents formats renew

Sous la forme d'exposition extérieure renew, les véhicules d'occasion s'intègrent dans les sites Renault en proposant des parcours-client cohérents.

A l'intérieur d'un bâtiment, au sein ou attenant au showroom véhicules neufs, le showroom renew propose une mise en avant des produits phares et une organisation par segments d'offre renew pour une plus grande efficacité commerciale.

Les sites autonomes concentrent sur un site indépendant expositions extérieure et intérieure consacrées uniquement au commerce des véhicules d'occasion.

comment dimensionner les expositions renew ?

Le nombre préconisé de véhicules exposés (sous la forme d'exposition extérieure et/ou intérieure) doit être proche d'un ratio de 1/10 ème du volume annuel de vente de véhicules d'occasion aux particuliers réalisé par le concessionnaire.

A titre d'exemple, un concessionnaire réalisant 100 ventes aux particuliers devrait avoir en permanence un minimum de 10 véhicules d'occasion en exposition (au total des sites d'exposition de véhicules d'occasion).

Les corners renew des sites multi-labels

Hors du réseau Renault, la présence d'une exposition renew dans un showroom multi-labels est également proposée.

Sommaire

1 Généralités 4
2 L’exposition et le corner intégrés 8
3 Le showroom et l’exposition intégrés 19
4 Le site autonome 34
5 Les composantes extérieures 42
6 Les composantes intérieures 58
7 Le corner renew dans un showroom multi-labels 75

1

GÉNÉRALITÉS

1.1 Les documents

POURQUOI ?

Aider chaque utilisateur à trouver ou découvrir les règles et normes à appliquer lors de l'implantation d'un site renew.

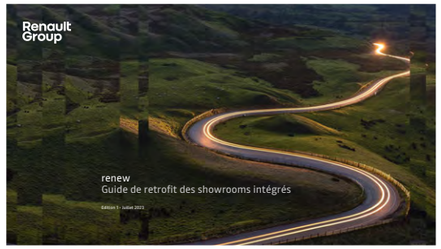
COMMENT ?

- Le guide des sites renew présente dans un même document les différentes configurations des sites renew et les composantes utilisées.
- Le guide de retrofit des showrooms intégrés renew présente les modalités de retrofit des sites existants
- Le cahier des charges de la signalétique renew présente toutes les prescriptions techniques et esthétiques utiles à la fabrication des composantes signalétiques.
- Les cahiers des charges Renault décrivent les composantes Renault pouvant être éventuellement utilisées à l'intérieur ou à l'extérieur d'un site renew.

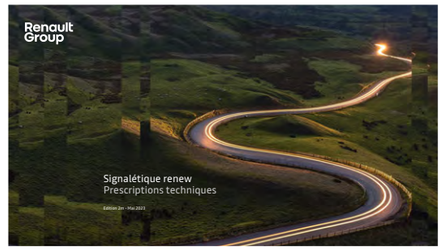
Tous ces documents sont disponibles sur :
https://brandstores.renault.com



Le guide des sites renew



le guide de retrofit des showrooms intégrés renew



Le cahier des charges de la signalétique renew



les cahiers des charges techniques
des composantes intérieures



les cahiers des charges techniques
des composantes extérieures

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).

1.2 Les configurations des sites renew

POURQUOI ?

Les sites renew adoptent différentes configurations visant à la présentation de l'offre de véhicules d'occasion au sein du réseau Renault (les sites intégrés) ou de manière indépendante d'un point de vente (le site autonome)

COMMENT ?

1 L'exposition extérieure renew présente les véhicules d'occasion sur une aire d'exposition extérieure contiguë à un showroom véhicules neufs.

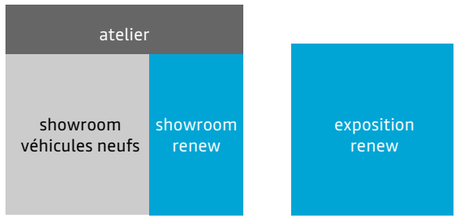
2 Le showroom intégré renew présente les véhicules d'occasion dans une partie dédiée d'un showroom véhicules neufs. A l'extérieur, une exposition dédiée aux véhicules d'occasion complète l'offre renew.

3 Le site autonome renew présente les véhicules d'occasion dans un bâtiment dédié indépendant.



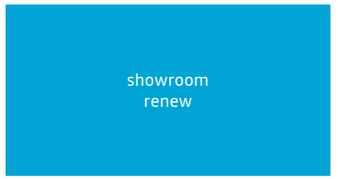
l'exposition et le corner intégrés

1



le showroom et l'exposition intégrés

2



le site autonome

3

1.3 Les composantes

UN SYSTÈME FLEXIBLE

Afin d'offrir une expérience client homogène, les sites renew comportent des composantes obligatoires.

Les composantes optionnelles permettent de personnaliser l'offre de chaque site selon ses besoins et spécificités.

AVERTISSEMENT

Ce tableau présente les grandes lignes d'utilisation des différentes familles de composantes.

Il conviendra de se reporter à la description détaillée de chacune des configurations qui sont déclinées en fonction du nombre de véhicules présents dans le site.

	Composantes	l'exposition et le corner intégrés	le showroom et l'exposition intégrés	le site autonome
Les façades	Habillage du fronton de façade	non applicable	non applicable	obligatoire
	Marquage de façade renew	non applicable	non applicable	obligatoire
	Entrée dédiée aux clients renew	non applicable	obligatoire	obligatoire
	Marquage d'entrée renew	non applicable	obligatoire	obligatoire
	Panneau de promesse-clients	non applicable	optionnelle	obligatoire
Les composantes intérieures	Bureau de vente dédié	optionnelle	obligatoire	obligatoire
	Panneau de promesse-clients	obligatoire	obligatoire	obligatoire
	Caisson d'identification	non applicable	obligatoire	non applicable
	Véhicules exposés dans showroom	non applicable	obligatoire	obligatoire
	Panneaux de zones	non applicable	obligatoire	obligatoire
	Mur de marque renew	non applicable	obligatoire	obligatoire
	PLV 2x2	optionnelle	optionnelle	optionnelle
Les composantes extérieures	Zone flagship renew	optionnelle	optionnelle	obligatoire
	Aire d'exposition extérieure	obligatoire	obligatoire	optionnelle
	Drapeaux renew	optionnelle	optionnelle	obligatoire
	Arche ou mât d'aire	obligatoire	obligatoire	optionnelle
	Panneau de promesse-clients	obligatoire	obligatoire	obligatoire
	Oriflammes génériques renew	obligatoire	obligatoire	obligatoire
	Marquages des zones d'exposition	optionnelle	optionnelle	optionnelle
	Mats d'éclairage	obligatoire	obligatoire	obligatoire
	Banderole promotionnelle	optionnelle	optionnelle	optionnelle
	Espace de vente renew	obligatoire	optionnelle	non applicable

obligatoire

optionnelle

non applicable

2

L’EXPOSITION ET LE CORNER INTÉGRÉS

2.1 De quoi parle-t-on ?

POURQUOI ?

L’exposition extérieure renew s’intègre aux abords des concessions en offrant une vision dynamique et valorisante de l’offre de véhicules d’occasion.

En complément et de manière optionnelle, un corner renew peut être implanté dans le showroom véhicules neufs, présentant une voiture renew dans une zone thématique.

COMMENT ?

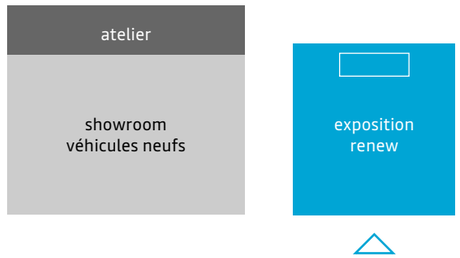
1 L’exposition extérieure renew est implantée sur l’un des côtés du site, accessible par les passages protégés.

2 Un parking clients dédié est présent à proximité de l’exposition offrant aux clients un accès indépendant.

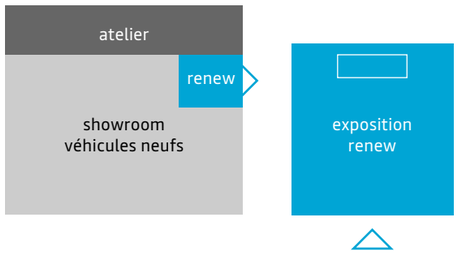
3 La zone d’exposition extérieure renew est identifiée par des drapeaux et une arche signalétique.

4 De manière optionnelle, un corner renew peut être implanté dans le showroom véhicules neufs, présentant une voiture renew dans une zone thématique.
Un bureau vendeur renew peut également être présent dans le showroom.

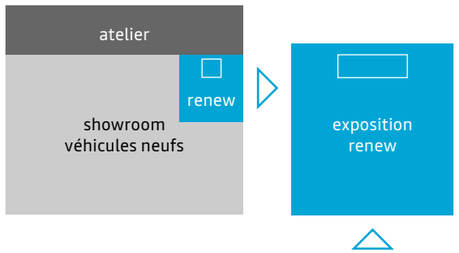
5 L’exposition renew peut être implantée, soit à droite, soit à gauche du bâtiment abritant le showroom véhicules neufs.



Implantation de l’exposition à droite du showroom



Implantation d’un corner renew dans le showroom



Implantation d’un corner renew dans le showroom.
Variante avec bureau vendeur intégré dans le showroom.

2.2 Vue générale

POURQUOI ?

L'aire d'exposition extérieure renew donne de la visibilité à l'activité de véhicules d'occasion.

COMMENT ?

L'aire d'exposition comporte un ensemble organisé de composantes d'identification et de communication promotionnelle jalonnant les parcours clients lors de la découverte des véhicules exposés.

L'axe central met en exergue les véhicules proposant une offre particulièrement attractive.

Cet axe conduit naturellement les clients vers le bureau de vente où ils sont accueillis par les conseillers renew.

1 Signalétique d'identification.

2 Axe central.

3 Espace de vente renew.

4 Parking clients renew.



2.3 Les composantes

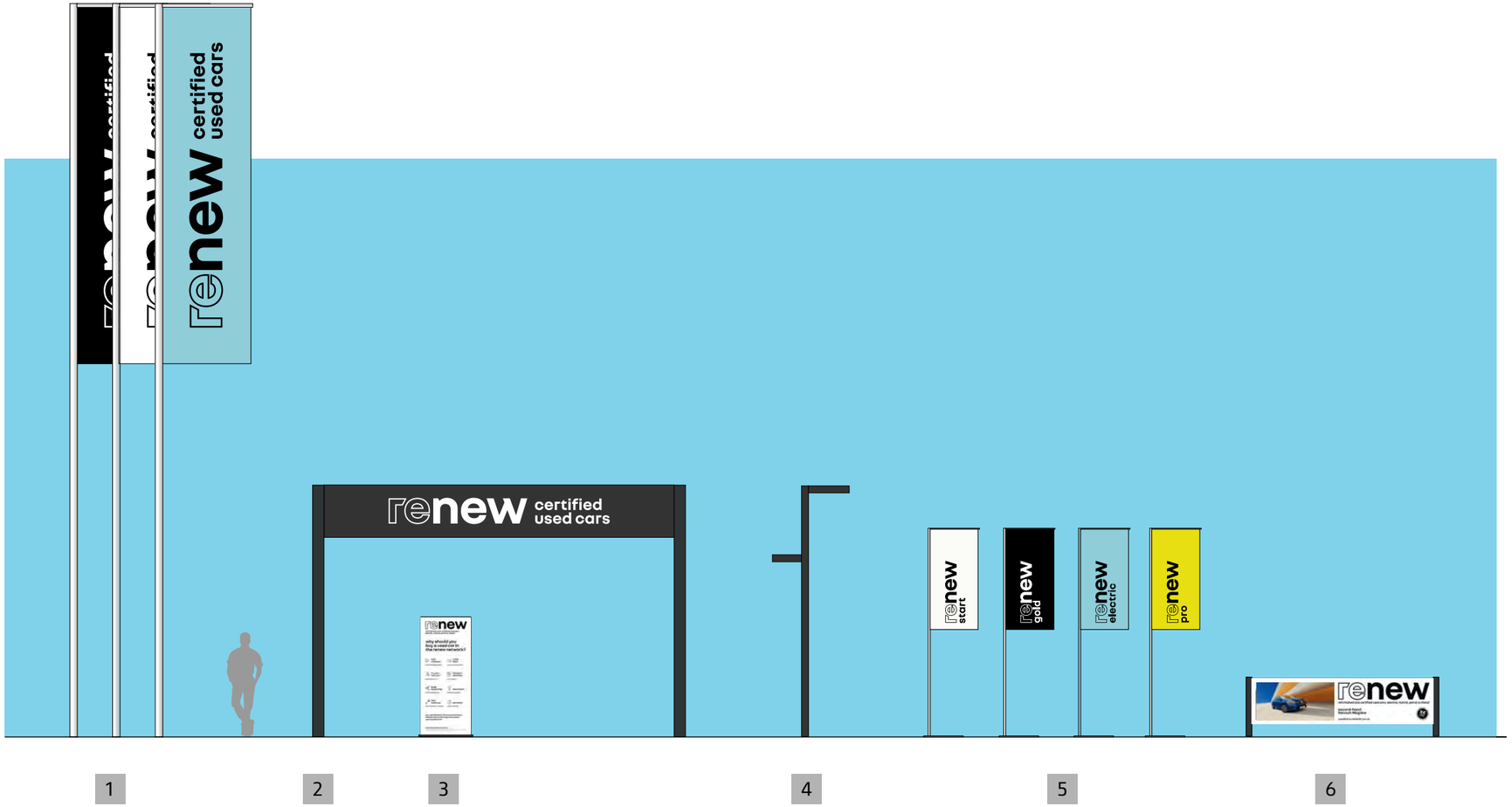
POURQUOI

L'exposition extérieure présente les véhicules d'occasion sur une aire d'exposition attenant au showroom.

COMMENT

L'exposition extérieure renew utilse les composantes suivantes :

1 Drapeaux
2 Arche
3 Panneau de promesse
4 Mât d'éclairage
5 Oriflammes génériques
6 Banderole promotionnelle



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

2.4 Implantation générale

POURQUOI

L’organisation générale de l’aire d’exposition répond aux principes suivants :

- L’exposition est identifiée par les drapeaux, l’arche signalétique ou le mât d’aire.
- La travée centrale relie l’entrée de l’aire d’exposition au bureau de vente.
- Cette zone est tracée au sol. Les véhicules proposant les offres les plus attractives y sont exposés.
- Les autres véhicules sont présentés de part et d’autre de la travée centrale. Ils sont regroupés selon les différents segments de l’offre renew
- Le bureau de vente est implanté généralement dans l’axe de la travée centrale. Il est identifié par la signature renew. Un panneau de promesse-clients est présent à l’entrée.

COMMENT

1 Drapeaux

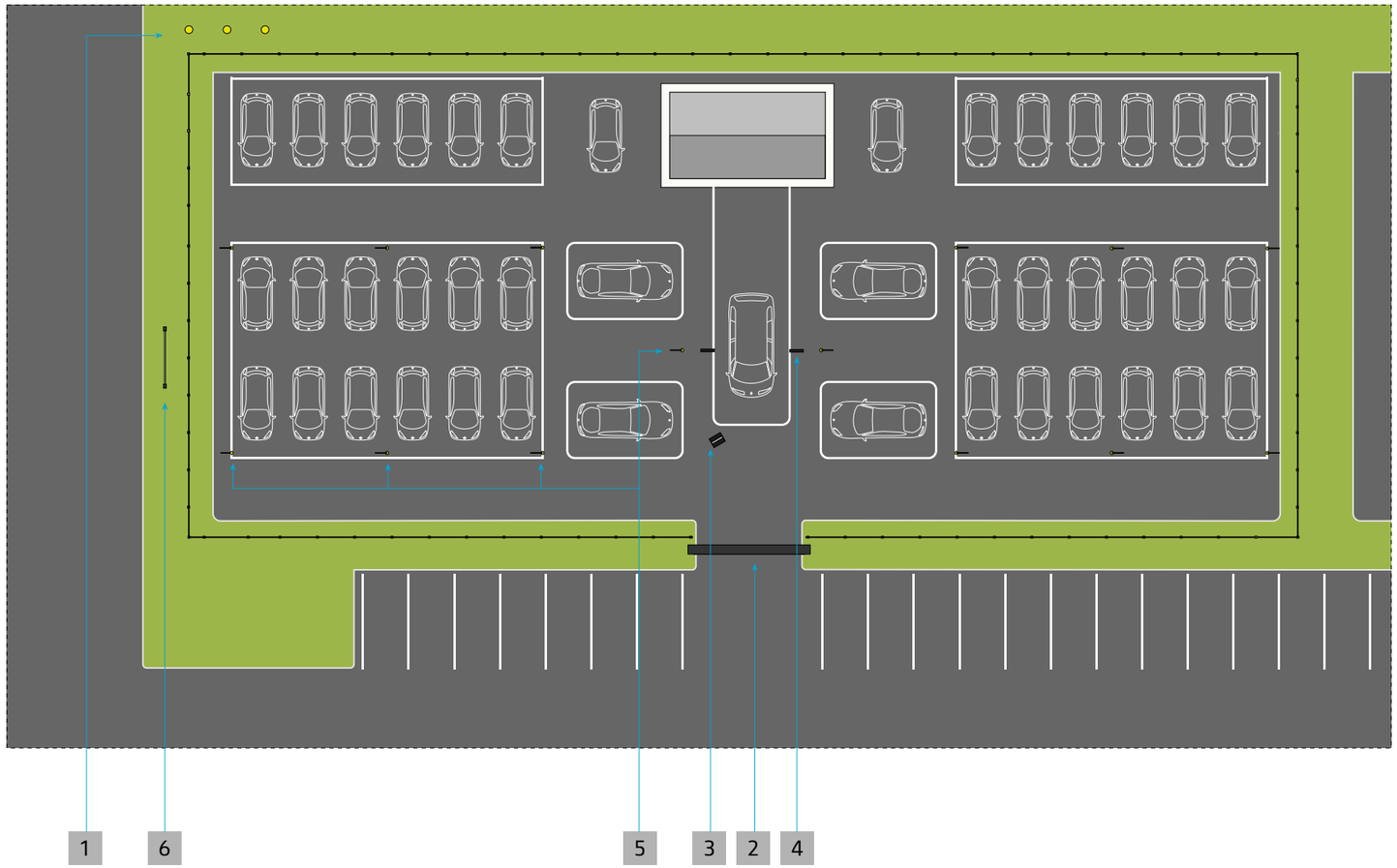
2 Arche

3 Panneau de promesse

4 Mâts d’éclairage

5 Oriflammes génériques

6 Banderole promotionnelle



2.5 La travée centrale

POURQUOI

L’organisation générale de l’aire d’exposition répond aux principes suivants :

- L’exposition est identifiée par les drapeaux, l’arche signalétique ou le mât d’aire dans les cas des expositions de moins de 15 véhicules.
- La travée centrale relie l’entrée de l’aire d’exposition

COMMENT

1 Les oriflammes renew

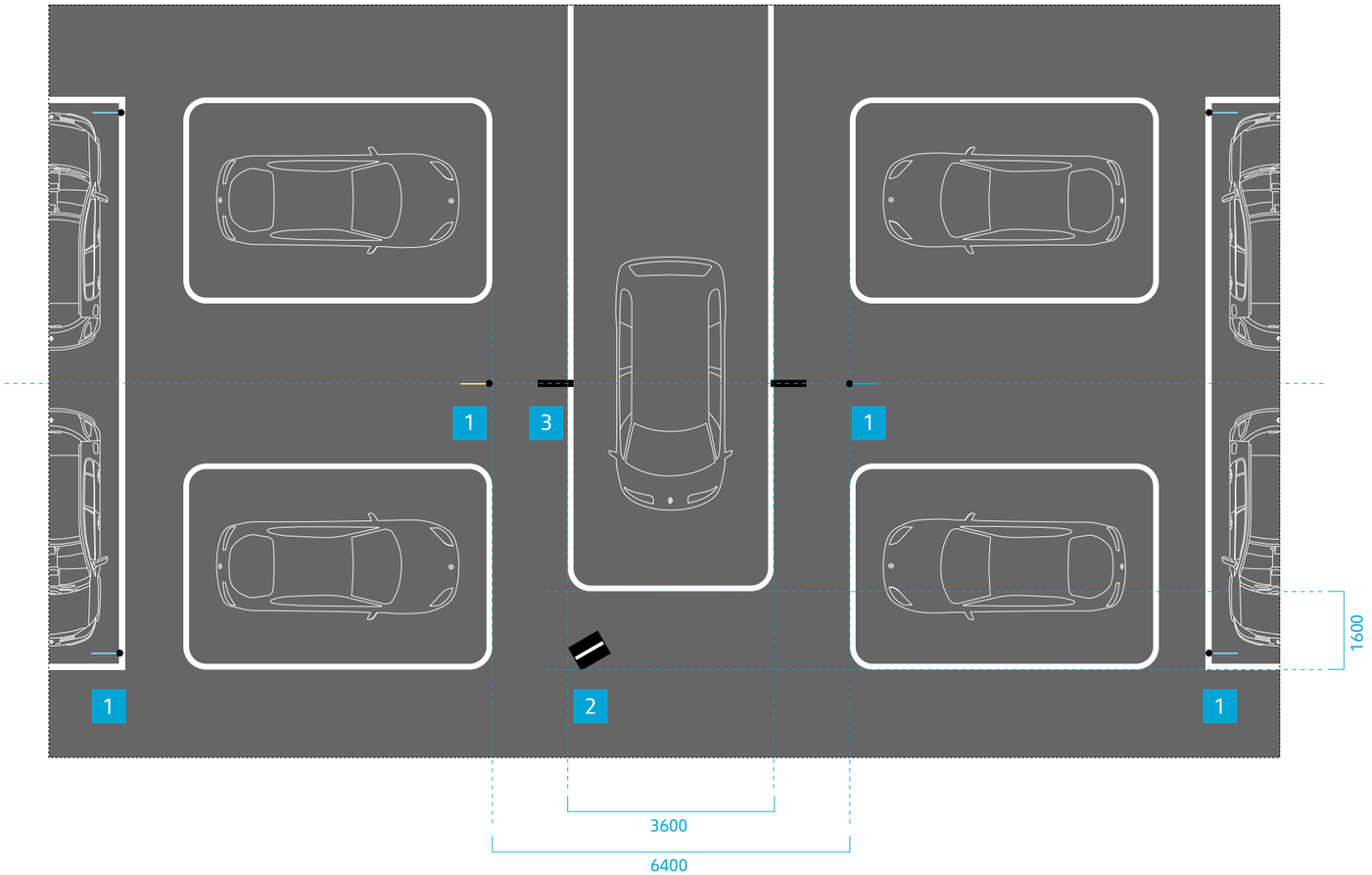
Ces éléments sont positionnés à la périphérie des zones d’exposition. Un oriflamme est également présent entre les 2 véhicules exposés proche de la travée centrale.

2 Le panneau de promesse-clients

Cet élément est implanté à proximité de l’entrée, dans le premier module d’exposition, avec un angle de 30°, préférablement sur le côté gauche de la travée centrale, aligné sur le bord du marquage en limite du module.

3 Les mâts d’éclairage

Ces éléments sont implantés au centre du module entre les véhicules exposés alignés sur le marquage de la zone prioritaire d’exposition.



2.6 Les zones d’exposition

POURQUOI

Les véhicules présentés sont soigneusement alignés dans des zones d’exposition disposées de part et d’autre de la travée centrale.

En option, il est préconisé de tracer au sol les places individuelles de parking afin de faciliter la mise en place des véhicules et de présenter une image cohérente.

Devant chaque zone d’exposition, des zones prioritaires d’exposition mettent en valeur les véhicules aux offres les plus attractives.

COMMENT

Il est préconisé d’organiser les véhicules en bataille pour des raisons de simplicité.

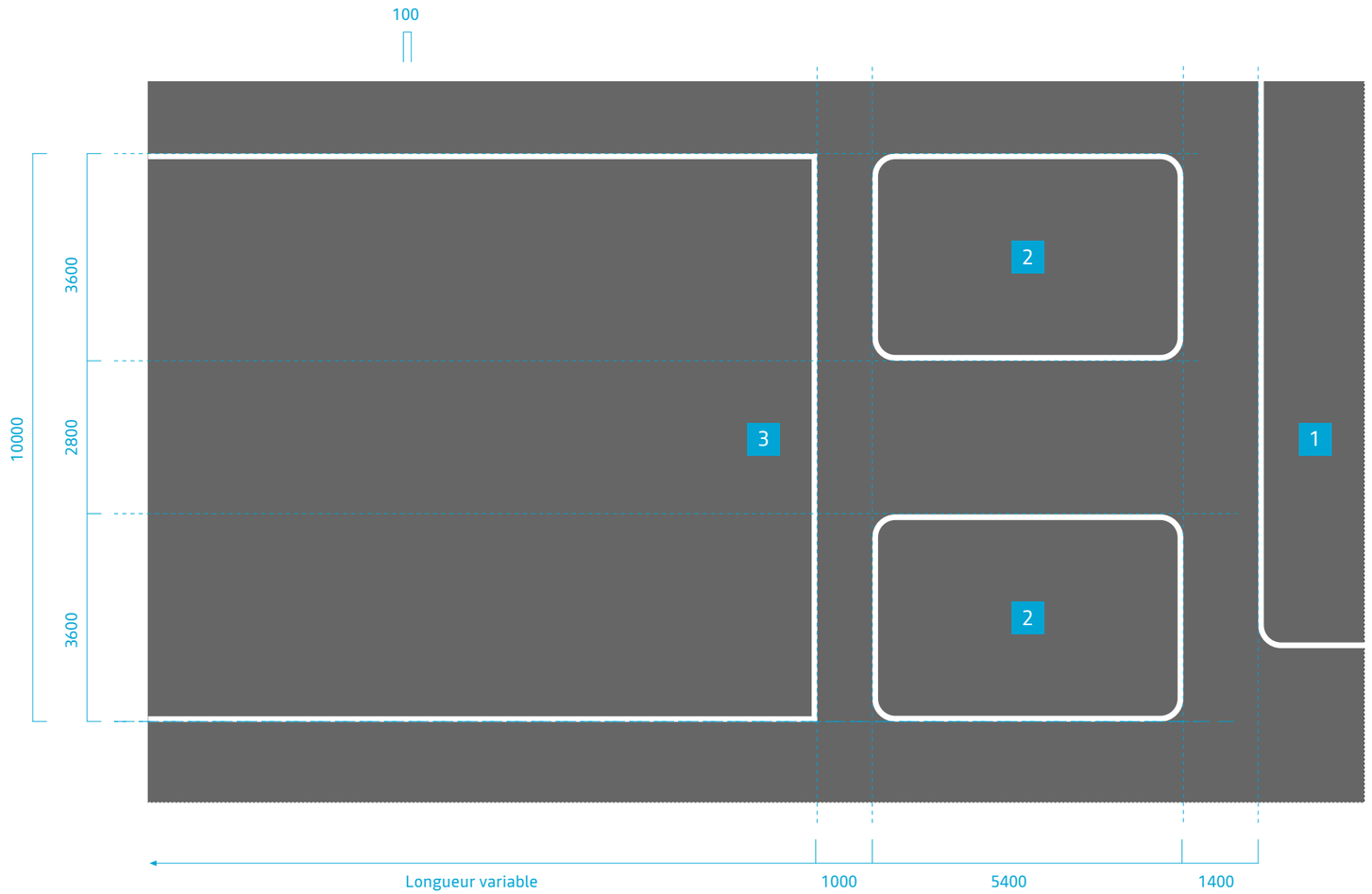
Toutefois, selon la configuration de certains sites, il est possible de disposer les véhicules en épi.

Les marquages au sol délimitant les zones d’exposition sont réalisés en peinture epoxy après traçage au sol.

1 Marquage au sol de la travée centrale

2 Marquages au sol des zones prioritaires d’exposition

3 Marquages au sol des zones d’exposition



2.7 Modularité

POURQUOI

L'organisation des zones d'exposition offre une modularité permettant de s'adapter à la taille des surfaces d'exposition en faisant varier :

- le nombre de travées,
- le nombre de places de parking dans chacune des travées.

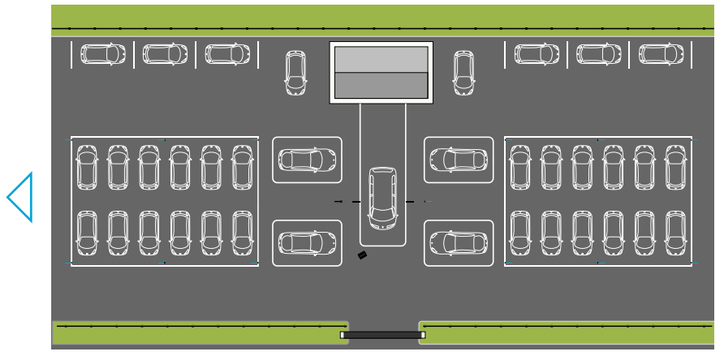
COMMENT

Les exemples d'implantation ci-contre illustrent la modularité possible par la variation du nombre de travées.

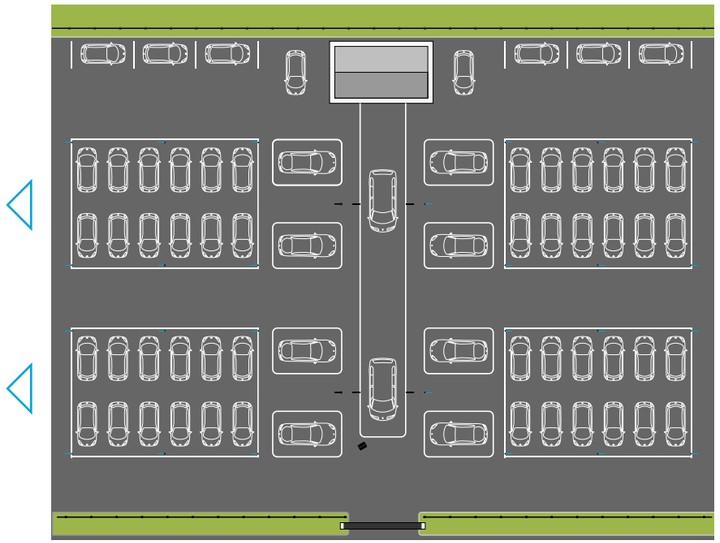
1 Implantation à 1 travée

2 Implantation à 2 travées

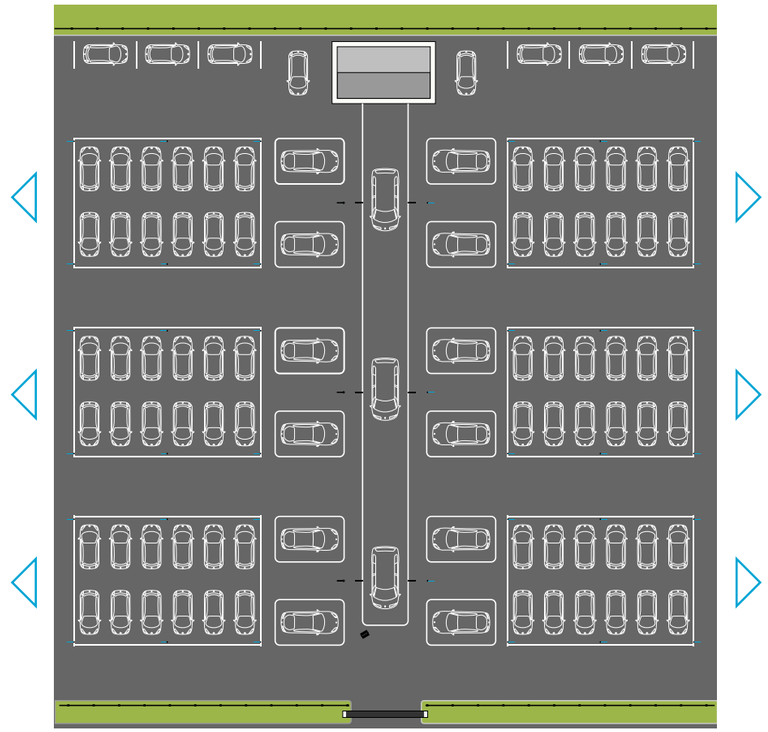
3 Implantation à 3 travées



1



2



3

2.8 Implantation d’un corner renew

POURQUOI ?

L’aire d’exposition extérieure renew est implantée sur le côté du showroom.

Une porte d’accès assure la liaison entre les bureaux des conseillers renew et l’exposition extérieure.

COMMENT ?

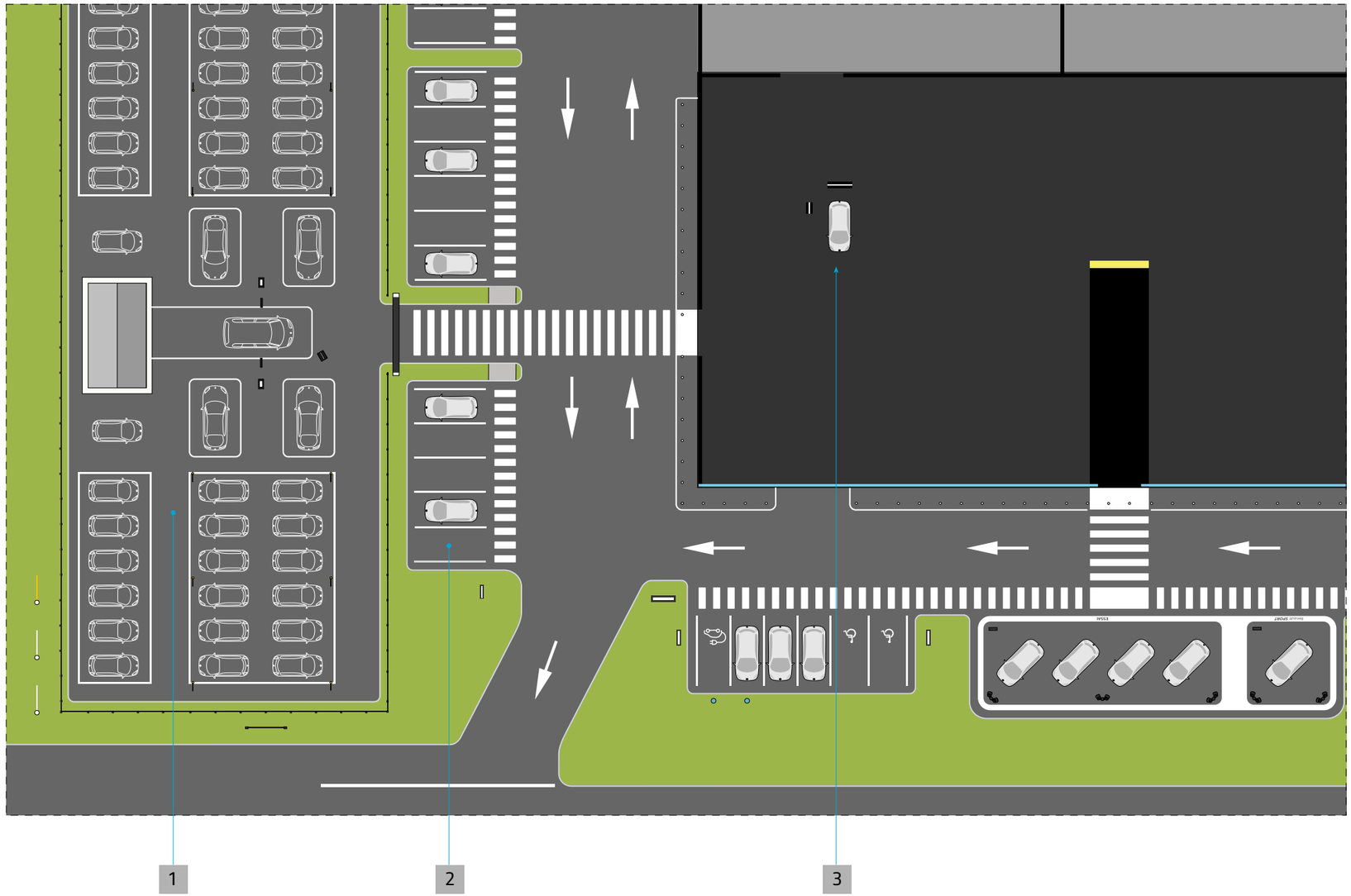
Dans le showroom, le corner renew présente une voiture d’occasion et permet de communiquer sur la promesse-clients renew et ses offres.

Il est implanté proche de l’accès vers l’exposition extérieure renew.

1 Signalétique d’identification.

2 Parking clients renew.

3 Corner renew.



2.9 Le corner renew

POURQUOI ?

Le corner renew permet de présenter un véhicule d'occasion dans le showroom véhicules neufs.

Il fait le lien entre le showroom et l'exposition extérieure renew.

Il est optionnel et ne concerne que quelques sites disposant d'une surface de showroom suffisamment important pour son implantation, nécessitant quelques 30 m².

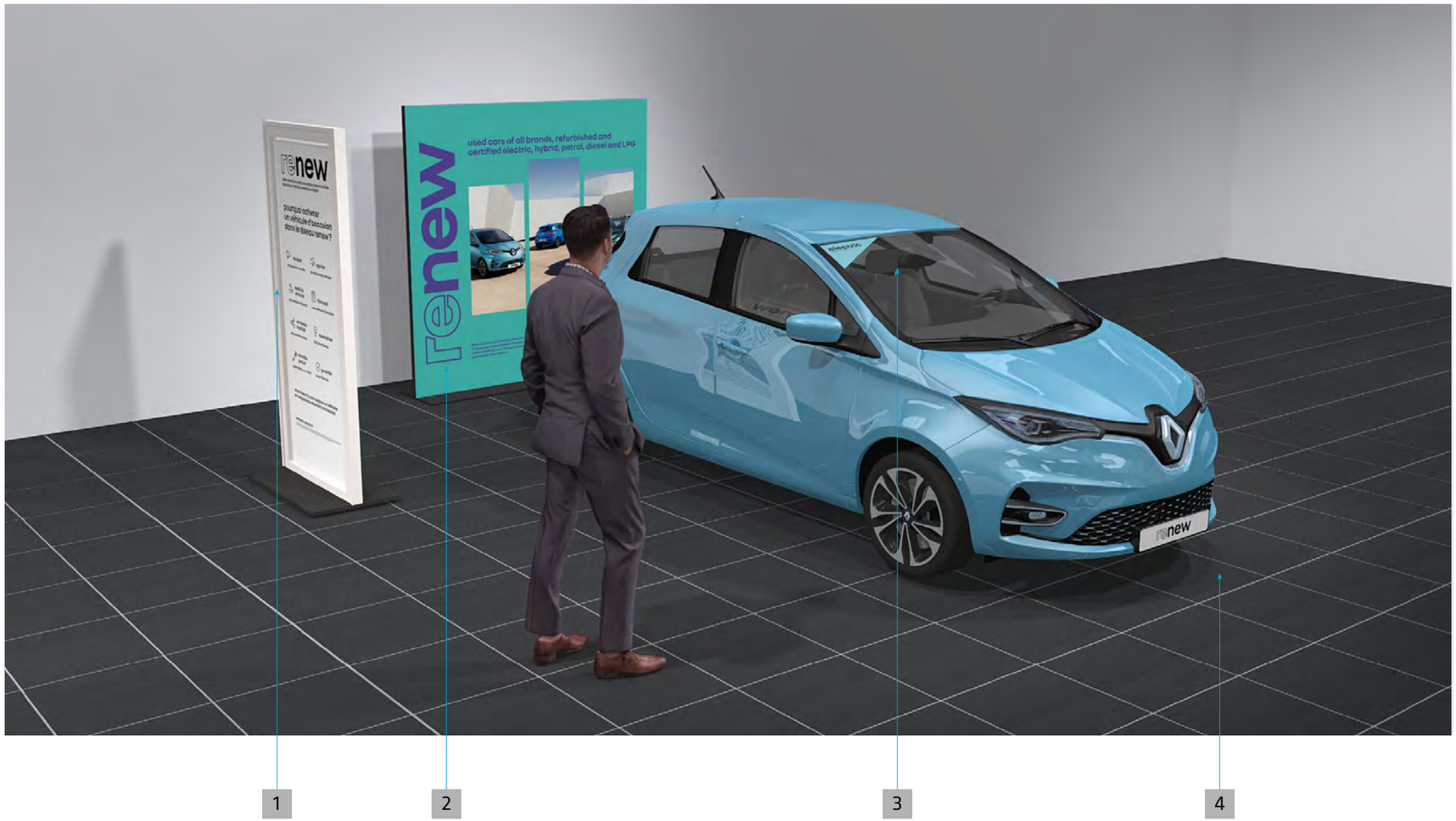
COMMENT ?

1 La promesse-clients est présentée sur un totem-kakemono.

2 Une PLV 2x2 présente l'offre promotionnelle renew.

3 Un sticker de pare-brise identifie l'offre renew proposée pour chaque véhicule. Il est apposé dans le coin supérieur gauche du pare-brise.

4 Une plaque renew recouvre la plaque d'immatriculation.



2.10 Tableau de composantes

POURQUOI

Afin d’offrir une expérience client homogène, les sites renew comportent des composantes obligatoires.

Les composantes optionnelles permettent de personnaliser l’offre de chaque site selon ses besoins et spécificités.

COMMENT

Selon le nombre de véhicules exposés, les composantes utilisées varient tout en offrant une vision commune des différentes configurations.

	Composantes	de 5 à 15 véhicules ***	> à 15 véhicules ***
La signalétique d’identification	Drapeaux renew	☐	■
	Arche *	■	■
	Mât d’aire *	■	☐
Les infrastructures	Parking clients dédié	■	■
	Accès indépendant	■	■
Les composantes extérieures	Zone flagship renew **	■	■
	Zones d’exposition prioritaires	■	■
	Marquages des zones d’exposition	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Oriflammes génériques	■	■
	Mâts d’éclairage	■	■
	Banderole promotionnelle	■	■
	Espace de vente renew	■	■
Le showroom	Bureaux des conseillers renew	■	■
	Corner renew	■	■

* Arche et mât d’aire ne doivent pas être utilisés conjointement.

** Sauf cas particulier, la zone flagshig ne doit pas être utilisée lorsque qu’une aire d’exposition existe sur le site.

*** Nombre de véhicules présents dans chacune des zones.

■ obligatoire

■ optionnelle

☐ non applicable

3

LE SHOWROOM ET L’EXPOSITION INTÉGRÉS

3.1 De quoi parle-t-on ?

POURQUOI ?

Une partie du showroom est dédié à l'exposition des véhicules d'occasion présentant les offres les plus attractives.

Les conseillers renew disposent de bureaux leur permettant d'accueillir les clients renew.

L'exposition extérieure est présente dans la majorité des cas, complétant l'offre renew.

En option, un espace de vente peut être intégré dans l'exposition extérieure.

COMMENT ?

1 Un parking clients dédié est présent à proximité du showroom offrant aux clients un accès indépendant.

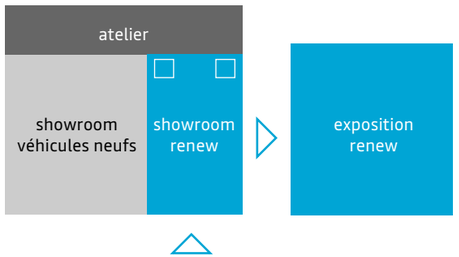
2 L'accès dédié à l'activité renew possède une signalétique spécfique.

3 A l'intérieur du showroom, les conseillers de vente renew accueille les clients dans des bureaux dédiés.

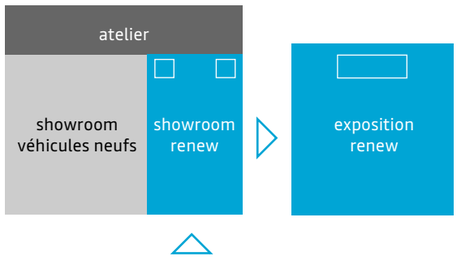
4 En complément, l'exposition extérieure renew est implantée sur l'un des côtés du site, accessible par les passages protégés.

5 La zone d'exposition renew est identifiée par des drapeaux et une arche signalétique.

6 L'exposition renew peut être implantée, soit à droite, soit à gauche du bâtiment abritant le showroom véhicules neufs.



Implantation de l'exposition à droite du showroom renew.
Les bureaux vendeurs sont dans le showroom.



Implantation de l'exposition à droite du showroom renew.
Variante avec espace de vente dans l'exposition.

3.2 Les façades-types

POURQUOI ?

Les showrooms renew sont généralement intégrés dans un showroom véhicules neufs dont ils partagent la façade principale.

L'identification de la présence de renew doit être cohérente avec l'identification globale du site à la marque Renault.

COMMENT ?

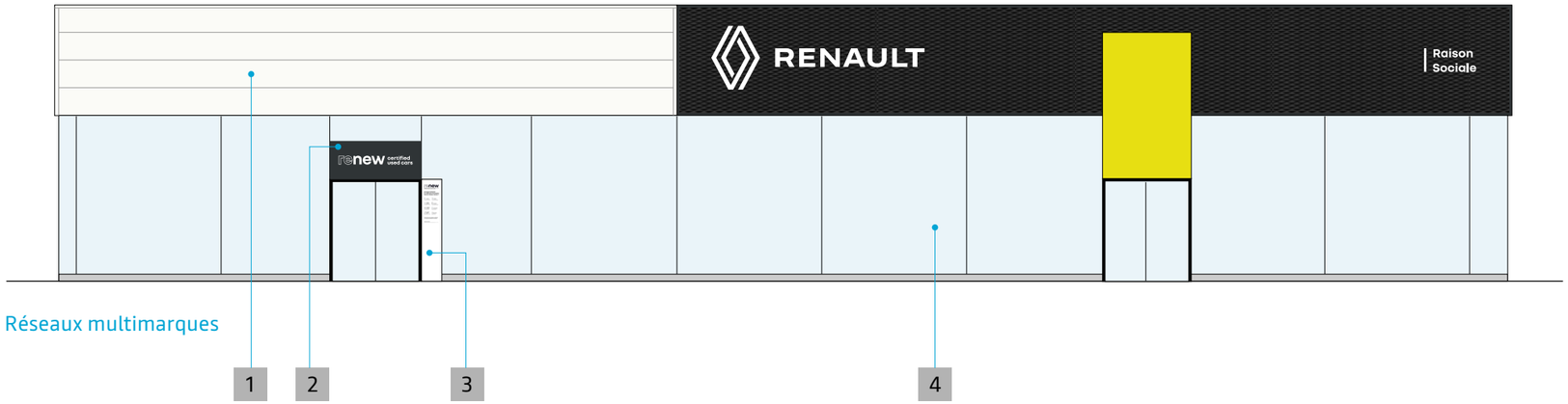
1 Le fronton du showroom renew est peint en blanc RAL 9010.

2 La signature renew sur fond gris foncé est implantée au-dessus de la porte d'entrée dédiée.

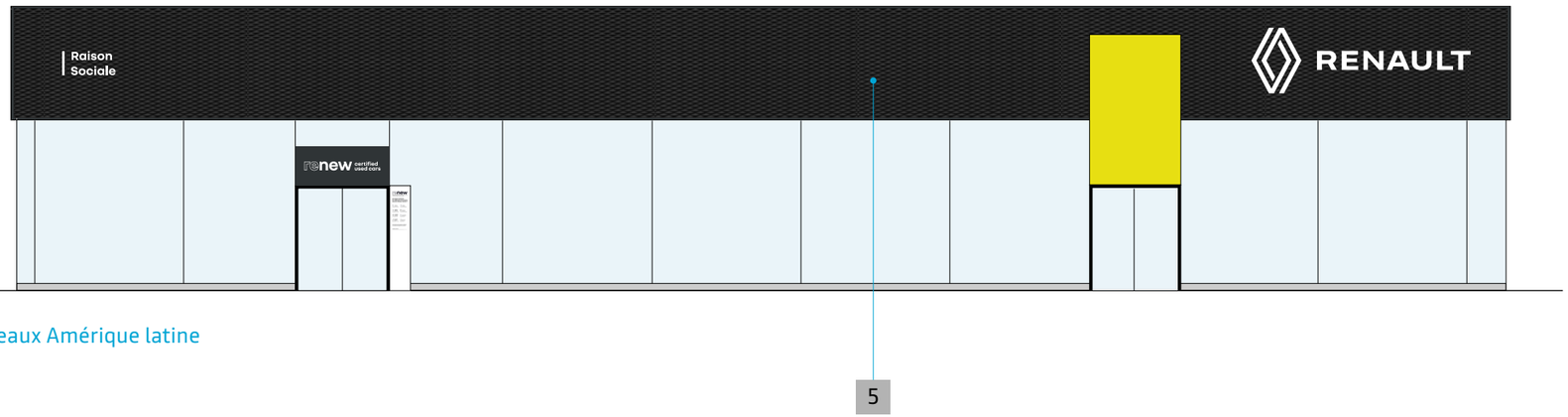
3 Un panneau de promesse-clients est présent à droite de la porte d'accès dédié au showroom renew.

4 Le fronton du showroom Renault est habillé de résille métallique avec la signature Renault et la raison sociale.

5 Les façades des showrooms renew des réseaux 100% marque Renault (LATAM, Inde, ...) se caractérisent par la résille métallique qui habille la globalité du fronton de façade. La signature Renault est positionnée à l'opposé du showroom renew.



Réseaux multimarques



Réseaux Amérique latine

3.3 Vue générale

POURQUOI ?

Généralement, le showroom renew est intégré dans un bâtiment Renault.

Les composantes en commun sont les suivantes :

- carrelage gris foncé,
- mur blanc RAL 9010,
- huisseries de vitrine en aluminium laqué gris foncé RAL 7021 et vitrine en verre blanc.

L'aménagement intérieur fait appel à des éléments spécifiques à l'univers renew.

COMMENT ?

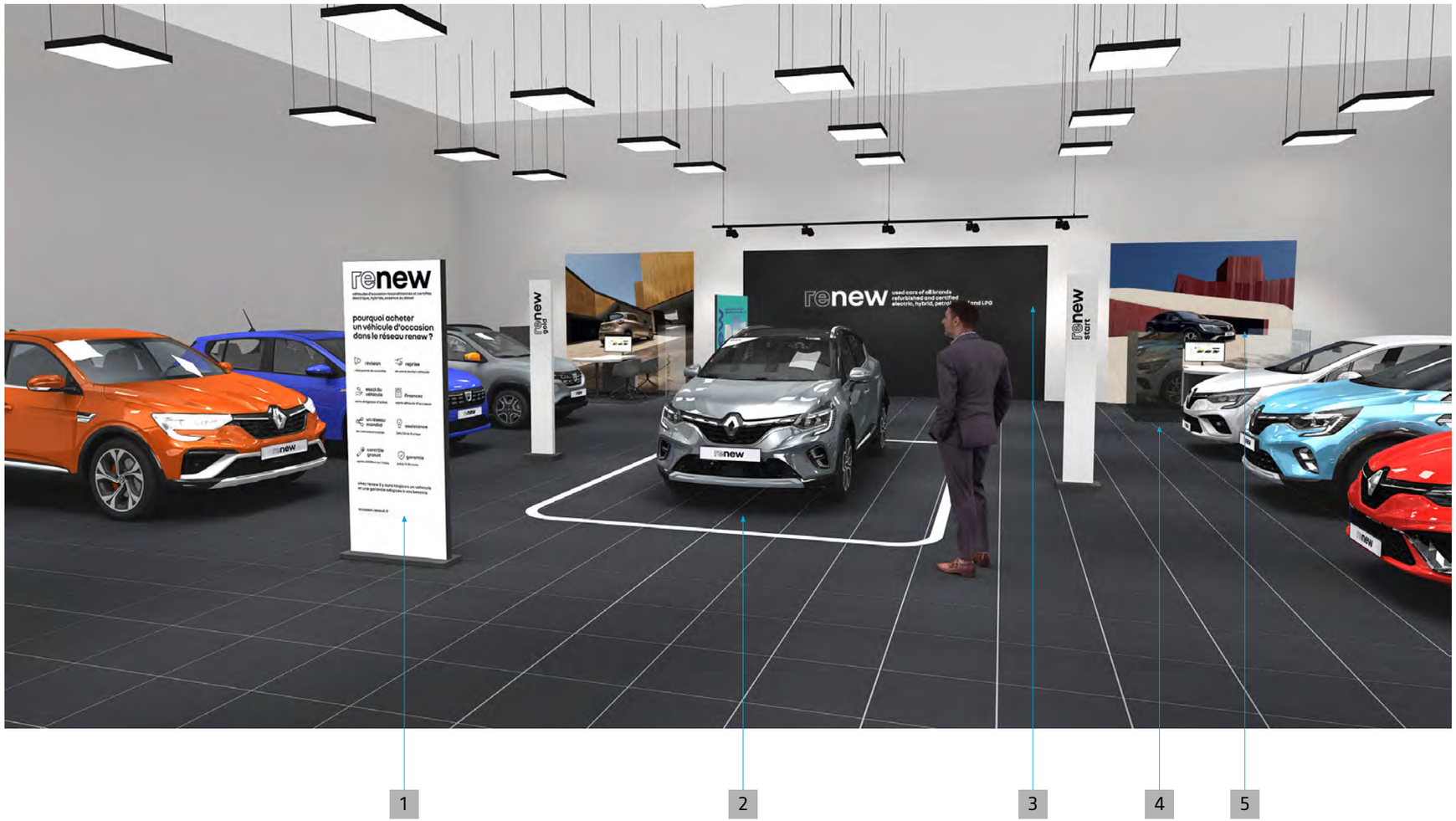
1 Dès l'entrée dans l'exposition, le panneau de promesse présente les éléments de la promesse-clients.

2 De par son orientation et sa continuité, la travée centrale guide les clients dans leurs déplacements dans le showroom et favorise l'organisation des véhicules autour de cet axe.

3 Le mur de marque comporte la signature complète renew. Il est implanté sur le mur du fond de l'exposition dans l'axe de la travée centrale.

4 Les véhicules sont disposés de manière perpendiculaire à la travée centrale. Ils sont regroupés selon les différents segments de l'offre renew.

5 Les bureaux vendeurs sont disposés dans le fond de l'exposition, agrémentés d'un visuel mural grand format.



3.4 Les composantes

LÉGENDE

Les supports de communication et d'information des showrooms renew sont les suivants :

1 Le panneaux panneau de promesse-clients.

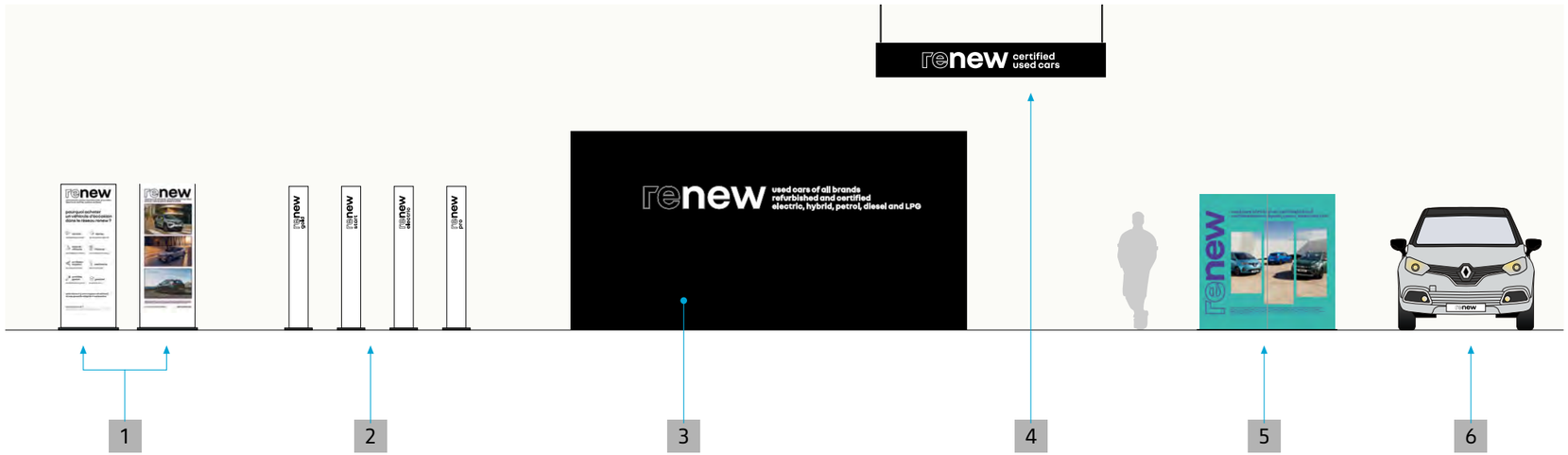
2 Les panneaux de zones.

3 Le mur de marque renew.

4 Le caisson d'identification.

5 La PLV promotionnelle renew 2x2.

6 L'identification des véhicules.



3.5 L'implantation d'un showroom renew

POURQUOI ?

L'organisation générale du showroom renew repose sur un axe central permettant de structurer la présentation des véhicules.

Des composantes spécifiques à l'univers renew jalonnent les parcours-clients dans le showroom.

COMMENT ?

1 Le panneau de promesse-clients est implanté dès l'entrée dans le showroom.

2 La travée centrale permet de mettre en exergue les véhicules bénéficiant d'une offre attractive.

3 Les panneaux de zones structurent l'exposition selon les segments renew.

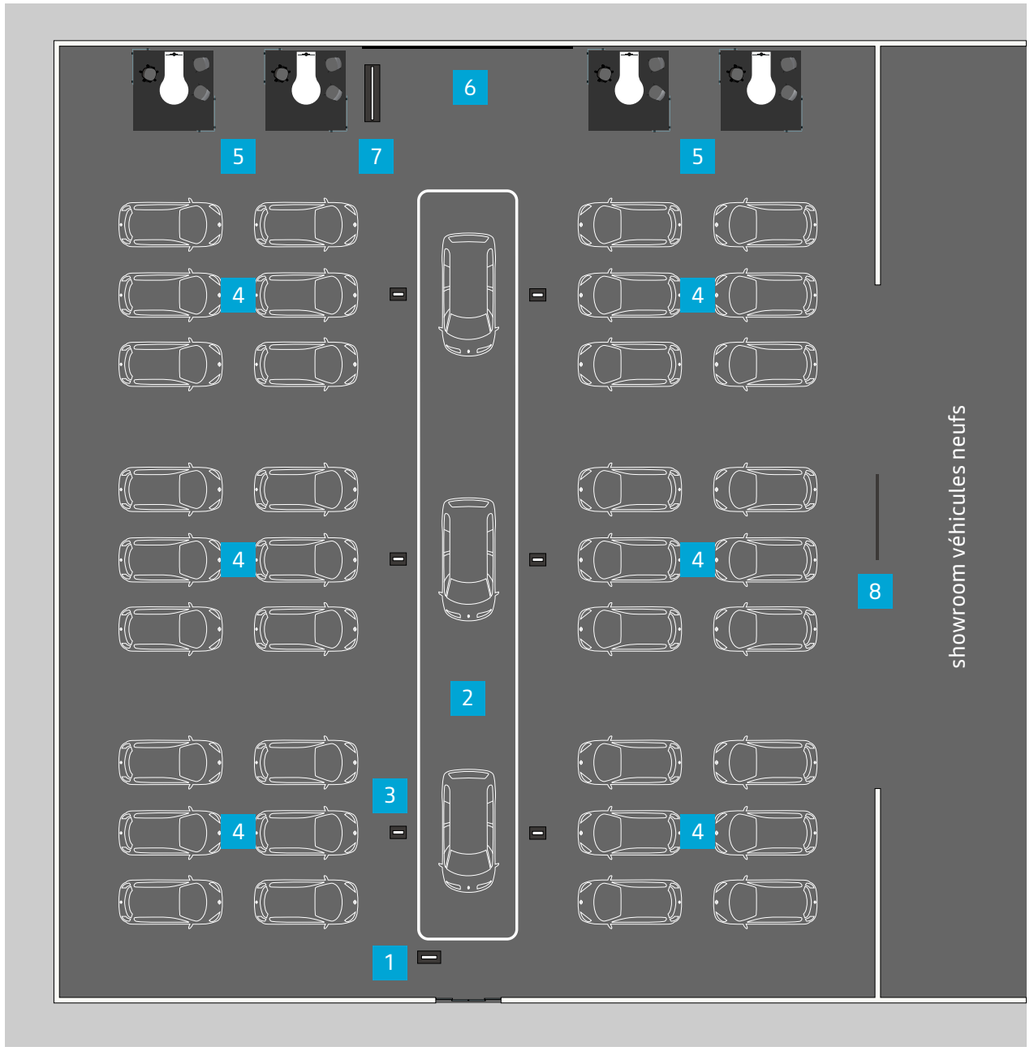
4 Les zones d'exposition présentent les véhicules ordonnés selon un multiple de 3, les capots étant toujours orientés vers la travée centrale.

5 Les bureaux vendeurs sont implantés en fond d'exposition, de part et d'autre de la travée centrale.

6 Le mur de marque renew est implanté sur le mur du fond du showroom, à l'axe de la travée centrale.

7 La PLV 2x2 est perpendiculaire au mur de marque renew.

8 Le caisson d'identification est implanté à la limite du showroom véhicules neufs, dans l'axe du passage ou de la porte d'entrée.



3.6 Implantation de la partie frontale

POURQUOI ?

La partie frontale bénéficie d'un traitement particulier invitant le client à pénétrer dans le showroom.

Dès la porte d'entrée franchie, le client peut prendre connaissance de la promesse-clients renew avant de découvrir les modèles exposés.

COMMENT ?

1 Le panneau de promesse-clients

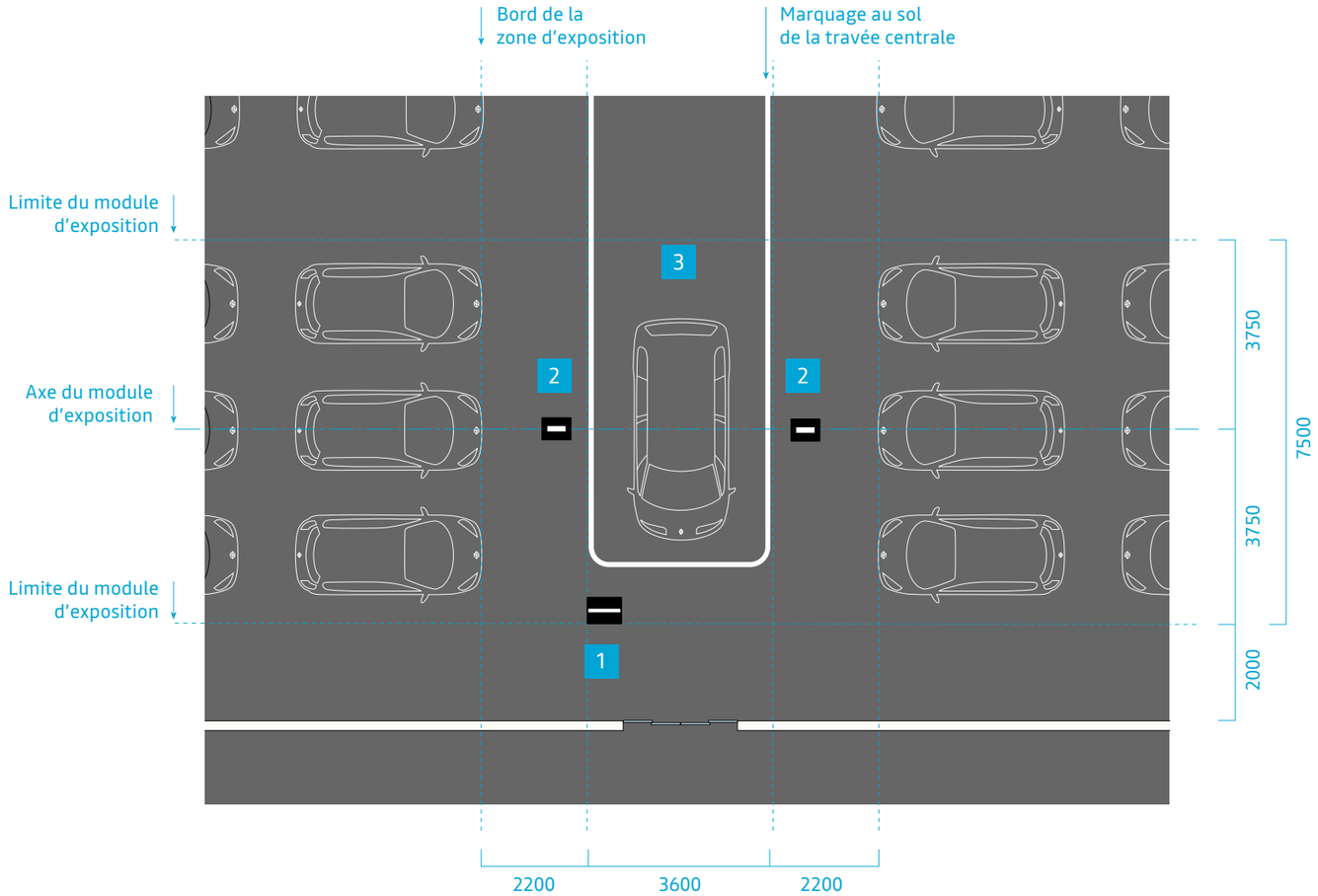
Ce panneau est implanté de manière parallèle à la porte d'entrée.
De préférence, il est aligné sur le bord gauche du marquage central, en limite du premier module.

2 Les panneaux de zone

Ces panneaux sont implantés au centre du module entre les véhicules exposés, alignés sur le bord de la zone d'exposition.

3 Le marquage de la travée centrale

Ce marquage au sol est réalisé en adhésif blanc mat. Il créé un axe central pour l'exposition des véhicules permettant de définir une zone de présentation des véhicules les plus attractifs.



3.7 Le module d’exposition des véhicules

POURQUOI ?

Le module d’exposition est la composante de 7500 mm permettant d’organiser le showroom Renault Selection.

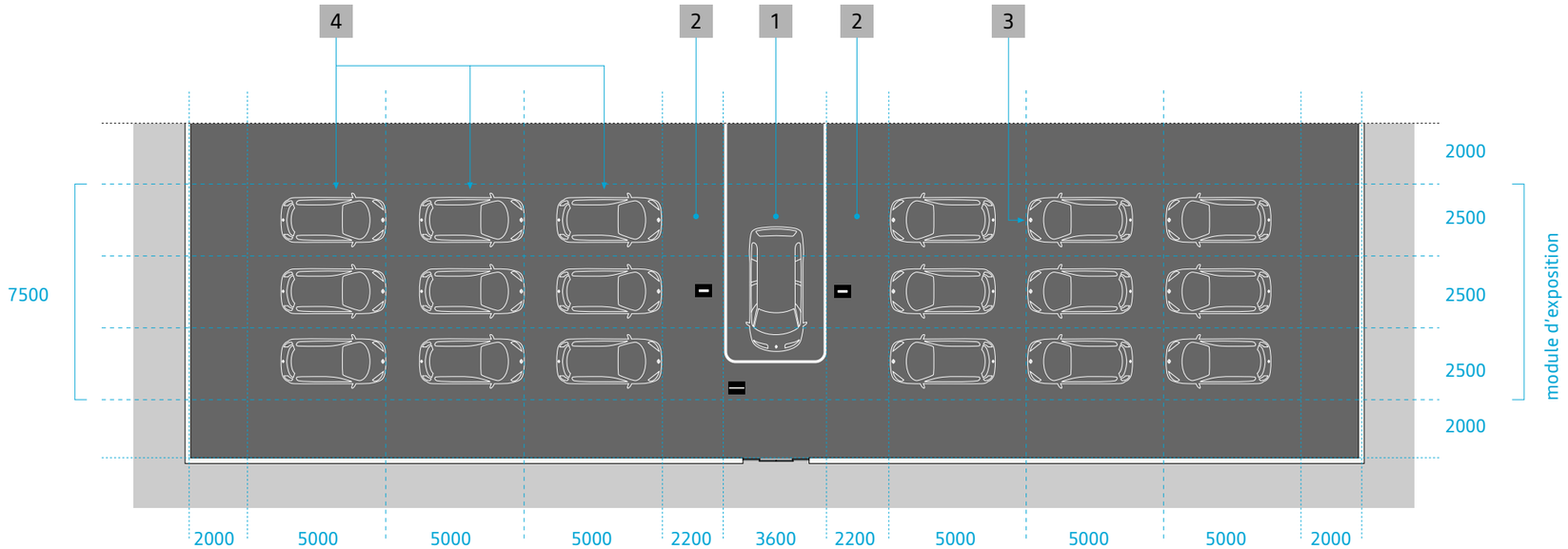
COMMENT ?

1 Dans la travée centrale, sont disposées les voitures proposant l’offre la plus attractive.

2 La travée centrale est encadrée de 2 allées de circulation guidant les clients dans leur exploration du showroom.

3 Dans les zones d’exposition, les voitures sont disposées en bataille à 90°, l’avant étant toujours orienté vers la travée centrale.

4 Les véhicules sont alignés entre eux formant plusieurs rangées ordonnées offrant une bonne visibilité toute en préservant leur accessibilité.



3.8 Implantation des modules d'exposition

POURQOUI ?

Les véhicules sont regroupés en segments selon un module d'exposition comportant un multiple de 3 véhicules.

Cette disposition offre l'avantage de structurer l'exposition mais également de faciliter l'accès aux véhicules.

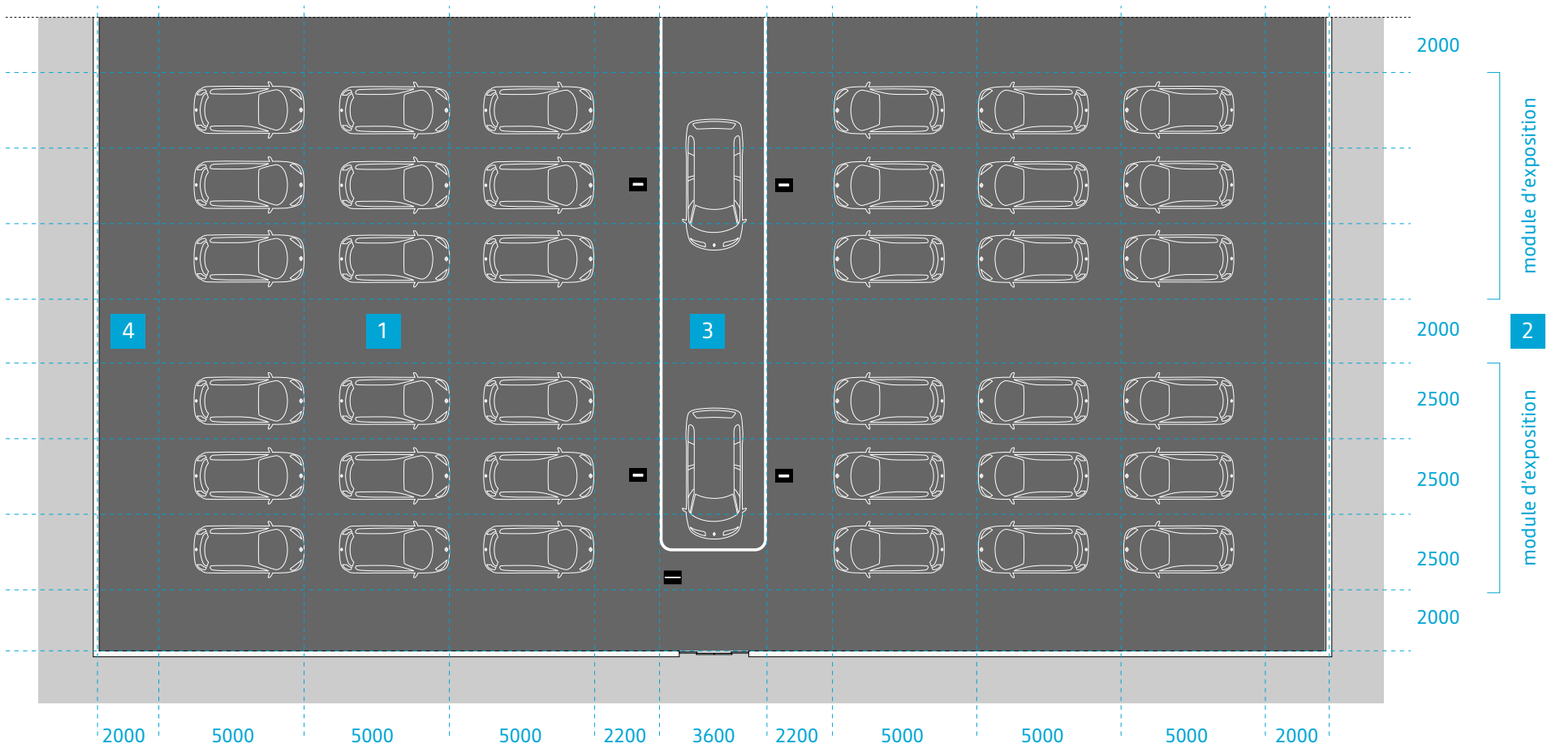
COMMENT ?

1 Les modules d'exposition sont séparés d'une allée de circulation.

2 Cette allée de circulation a une largeur minimale de 2000 mm permettant la mise en place des véhicules dans le showroom.

3 Le marquage de la travée centrale est continu, reliant les modules d'exposition.

4 Dans la mesure du possible, une allée de circulation d'une largeur minimale de 2000 mm est implantée en périphérie du showroom.



3.9 Le module de fond du showroom

POURQUOI ?

Le module du fond repose sur l'attractivité excercée par le mur de marque renew éventuellement complétée par des visuels grand format disposés derrière les bureaux vendeurs ouverts.

COMMENT

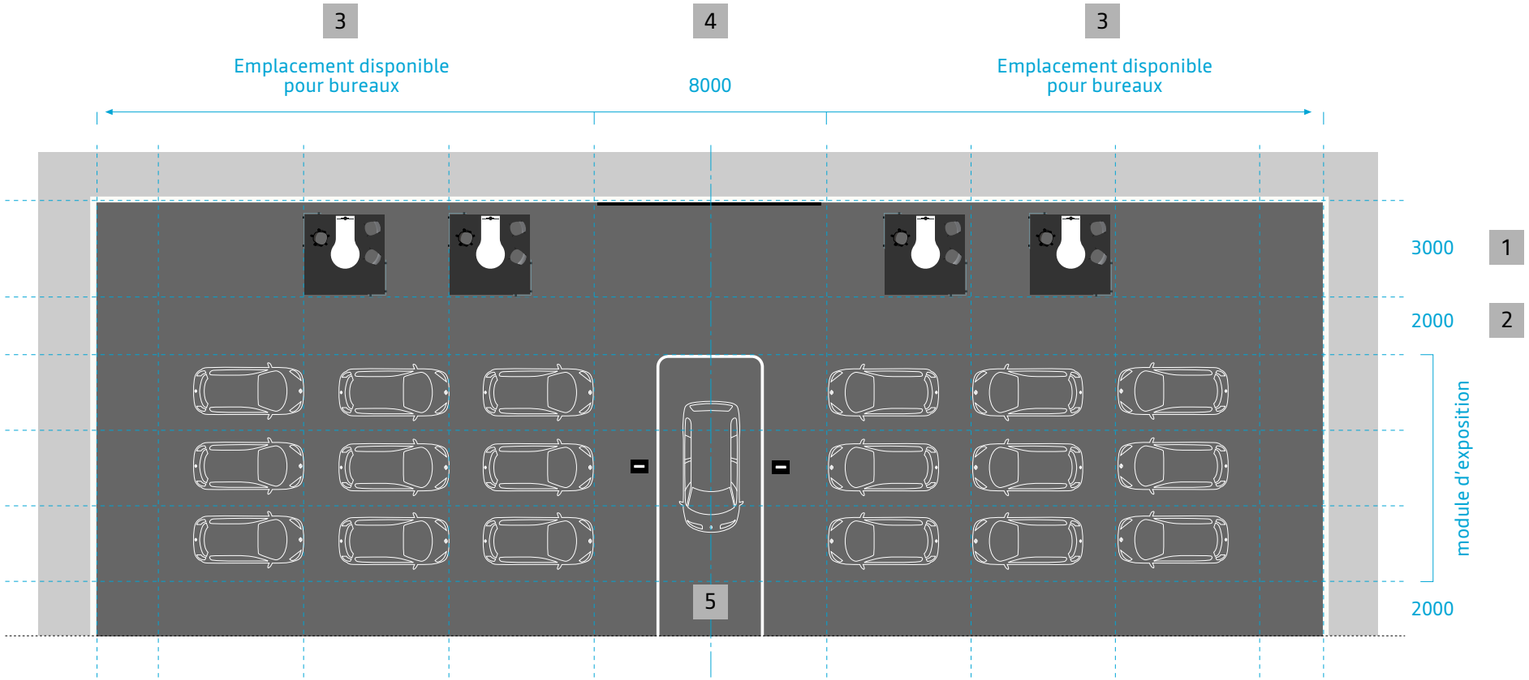
1 Le module du fond du showroom possède une largeur minimale de 3000 mm.

2 Il est séparé du dernier module d'exposition des véhicules par une circulation d'une largeur minimale de 2000 mm.

3 Les bureaux vendeurs y sont implantés, de part et d'autre de l'axe central ou si besoin, devant la fresque murale renew.

4 Une fresque murale noire comportant la signature complète renew est implantée dans l'axe de l'exposition contre le mur du fond.

5 Le marquage de la travée centrale s'arrête à la limite du dernier module d'exposition des véhicules.



3.10 Implantation des véhicules

POURQUOI ?

La disposition des véhicules doit offrir un aspect organisé et se démarquer au premier regard de celle adoptée dans le showroom véhicules neufs.

COMMENT ?

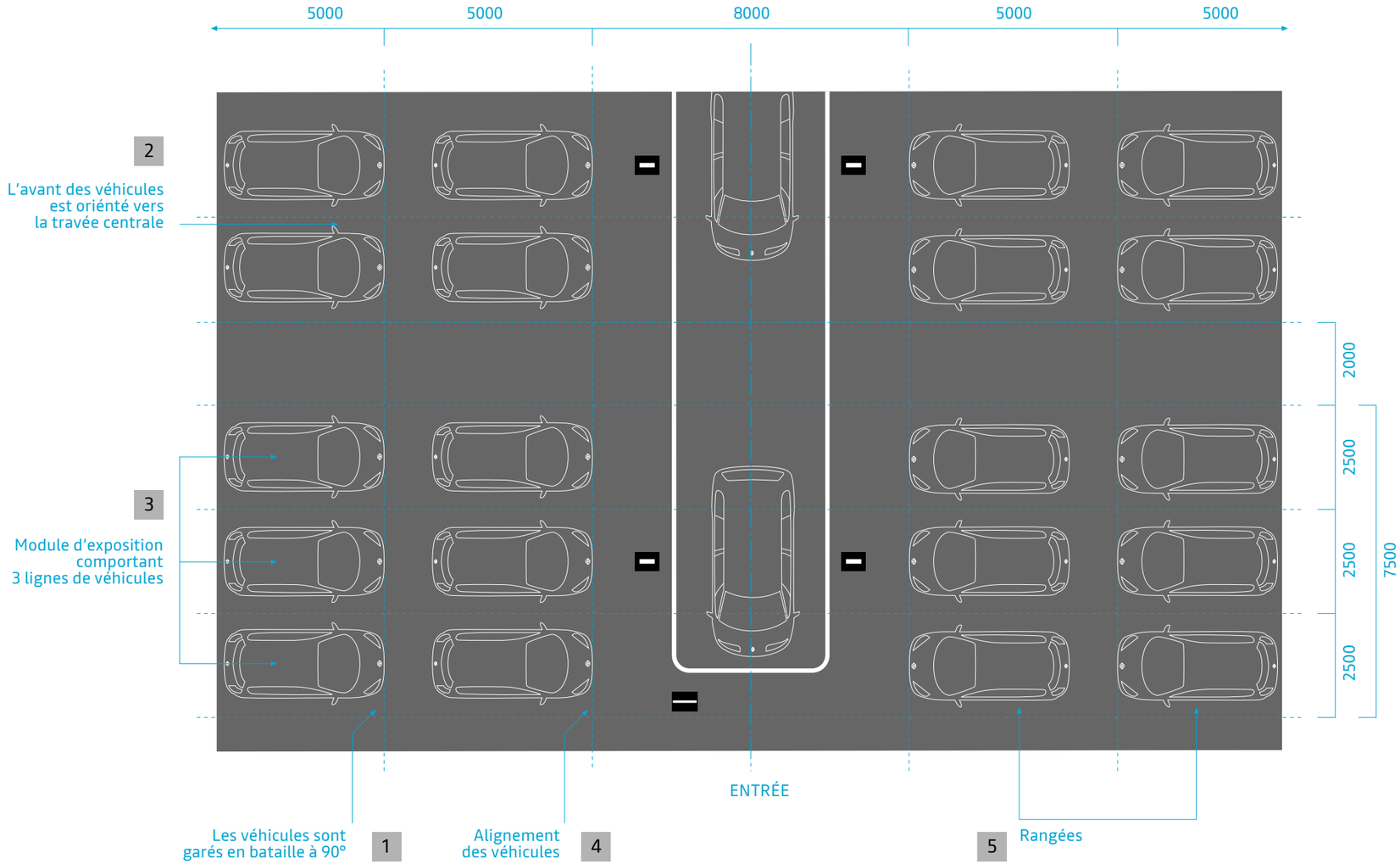
1 Les véhicules sont garés en bataille à 90° par rapport à la travée centrale.

2 Dans la travée centrale,l'avant des véhicules est toujours tourné vers l'entrée du showroom.

3 Les véhicules sont regroupés par modules d'exposition de largeur 7,5 m, comportant 3 lignes de véhicules.

4 Ces modules comportent plusieurs rangées selon la largeur du showroom. L'avant des véhicules est aligné sur le tracé fictif.

5 Les modules d'exposition ne comportent pas de marquages au sol. Les véhicules sont alignés sur les limites fictives des zones d'exposition.



3.11 La travée centrale

POURQUOI ?

La travée centrale met en exergue les véhicules disposant des offres les plus attractives.

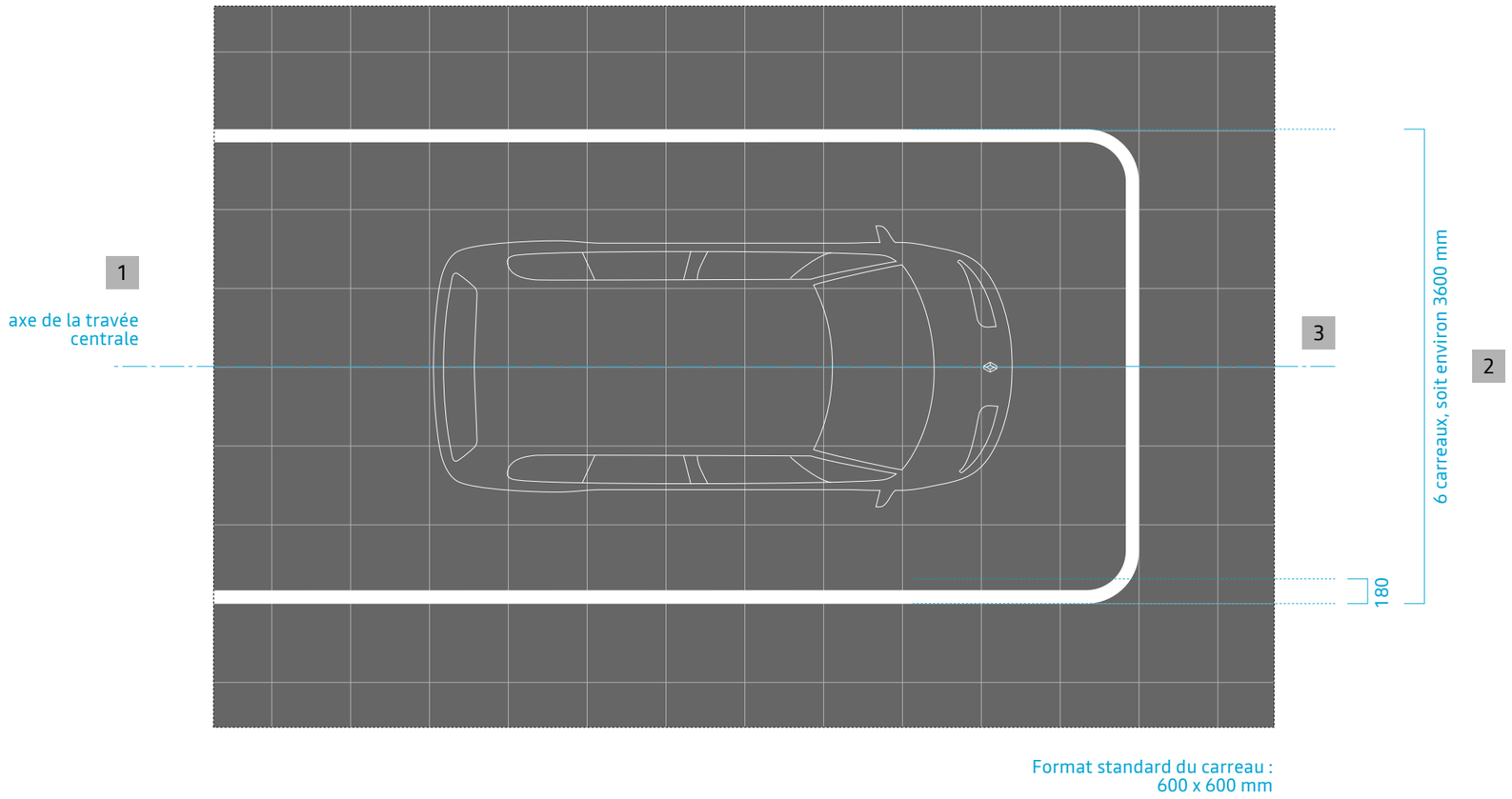
A cette fin, les véhicules exposés disposent d'une surface supérieure d'exposition permettant aux clients d'en faire le tour aisément tout en lui facilitant l'accès.

COMMENT ?

1 Le marquage au sol est centré par rapport à l'axe de la travée principale.

2 Dans la mesure du possible, les marquages au sol sont alignés sur les joints du carrelage de l'exposition.

3 Le véhicule est centré dans la zone.
Les portes doivent pouvoir s'ouvrir tout en préservant un passage entre les véhicules exposés.



3.12 Les composantes de la travée centrale

POURQUOI ?

La travée centrale invite naturellement le client à la découverte de l'ensemble de l'exposition.

Des circulations sont ménagées de part et d'autre de cette axe central.

COMMENT ?

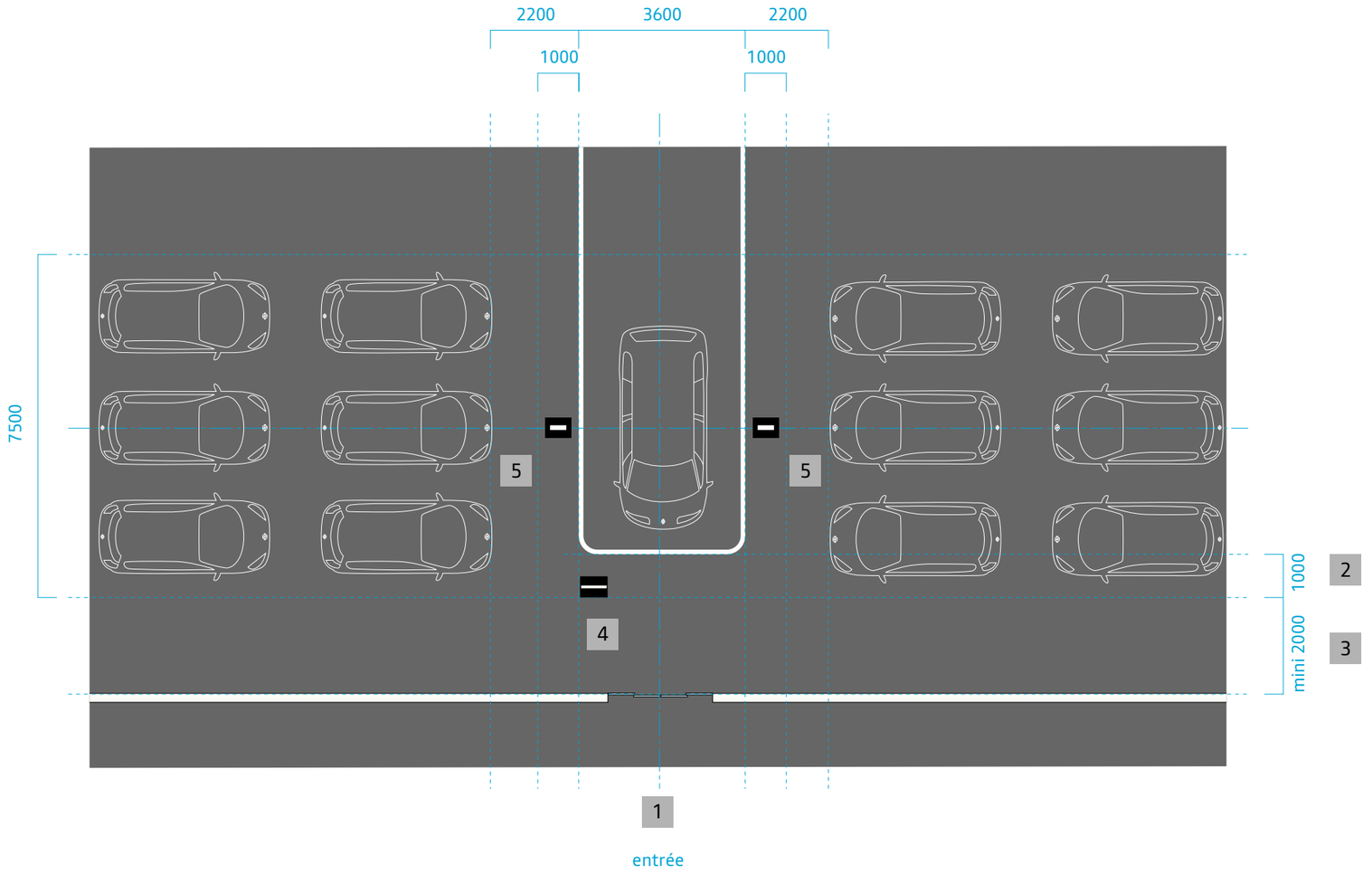
1 Le marquage au sol de la travée centrale est centré par rapport à l'axe du showroom.

2 Le marquage débute à 1 m du bord du premier module.

3 Une circulation, d'une largeur minimale de 2 m, est présente entre l'entrée du showroom et le premier module d'exposition.

4 Le panneau de promesse-clients est implanté de préférence sur le bord gauche de la travée centrale, déportée de 1 m de l'avant du marquage.

5 Les panneaux de zone sont positionnés dans les circulations latérales, à proximité du marquage de la travée centrale.



3.13 Les bureaux ouverts des conseillers renew

POURQUOI ?

Un ou des conseillers renew peuvent être présents dans les showrooms véhicules neufs.

Pour accueillir les clients, ils disposent de bureaux ouverts implantés à proximité du mur de fond de l'exposition renew.

COMMENT ?

1 Le mur du fond du showroom renew comporte en son centre le mur de marque renew et sa signature complète.

2 La PLV 2x2 est implantée perpendiculairement au mur du fond. Elle est préférablement alignée sur le côté gauche du mur de marque.

3 De part est d'autre du mur de marque, les bureaux vendeurs en îlot peuvent être implantés de manière symétrique, leur nombre dépendant du nombre de vendeurs dédiés et de la surface du showroom renew.



3.14 Tableau de composantes

POURQUOI ?

Afin d'offrir une expérience client homogène, les sites renew comportent des composantes obligatoires.

Les composantes optionnelles permettent de personnaliser l'offre de chaque site selon ses besoins et spécificités.

COMMENT ?

Selon le nombre de véhicules exposés, les composantes utilisées varient tout en offrant une vision commune des différentes configurations.

	Composantes	de 5 à 15 véhicules ***	> à 15 véhicules ***
La signalétique d'identification	Drapeaux renew	☐	■
	Arche *	■	■
	Mât d'aire *	■	☐
Les infrastructures	Parking clients dédié	■	■
	Accès indépendant	■	■
Les composantes de l'exposition extérieure	Zone flagship renew	■	■
	Zones d'exposition prioritaires	■	■
	Marquages des zones d'exposition	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Oriflammes génériques	■	■
	Mâts d'éclairage	■	■
	Banderole promotionnelle	■	■
	Espace de vente renew	☐	☐
La façade du showroom	Marquage d'entrée renew	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
Les composantes du showroom	Mur de marque renew	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Caisson d'identification	■	■
	Panneaux de zones	■	■
	Bureaux des conseillers renew	■	■
	PLV 2x2	■	■

* Arche et mât d'aire ne doivent pas être utilisés conjointement.

** Sauf cas particulier, la zone flagshig ne doit pas être utilisée lorsque qu'une aire d'exposition existe sur le site.

*** Nombre de véhicules présents dans chacune des zones.

■ obligatoire

■ optionnelle

☐ non applicable

4

LE SITE AUTONOME

4.1 De quoi parle-t-on ?

POURQUOI ?

Une partie du showroom est dédiée à l'exposition des véhicules d'occasion présentant les offres les plus attractives.

Les conseillers renew disposent de bureaux leur permettant d'accueillir les clients renew.

L'exposition extérieure est présente dans la majorité des cas, complétant l'offre renew.

COMMENT ?

1 Un parking clients est implanté sur l'un des côtés du showroom.

2 L'entrée se fait toujours par la porte centrale. Des cheminements piétons relient les différentes zones assurant la sécurité des clients.

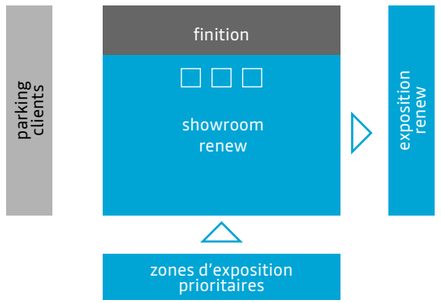
3 Devant le showroom, les zones d'exposition prioritaires présentent les véhicules disposant des offres les plus attractives.

4 A l'intérieur du showroom, les conseillers de vente renew accueillent les clients dans des bureaux dédiés.

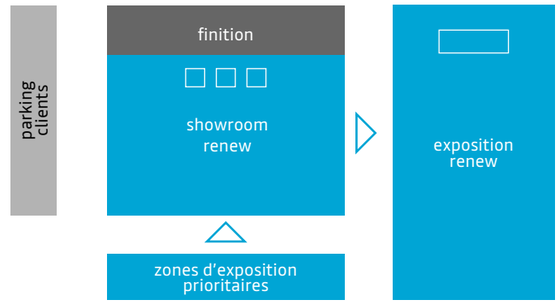
5 En complément, l'exposition extérieure renew est implantée sur l'un des côtés du site, accessible par les passages protégés.

6 L'exposition renew peut être implantée, soit à droite, soit à gauche du bâtiment abritant le showroom véhicules neufs.

7 En option, le back-office peut comporter une zone de finition et de préparation des véhicules d'occasion.



Implantation générale avec une exposition extérieure de petit format



Implantation générale avec une exposition extérieure grand format

4.2 La façade-type des réseaux 100% Renault

POURQUOI ?

Les façades des showrooms des sites autonomes renew des réseaux 100% Renault disposent d'une identification spécifique.

COMMENT ?

1 Une série de drapeaux Renault est implantée, de manière prioritaire, sur l'un des côtés du site.

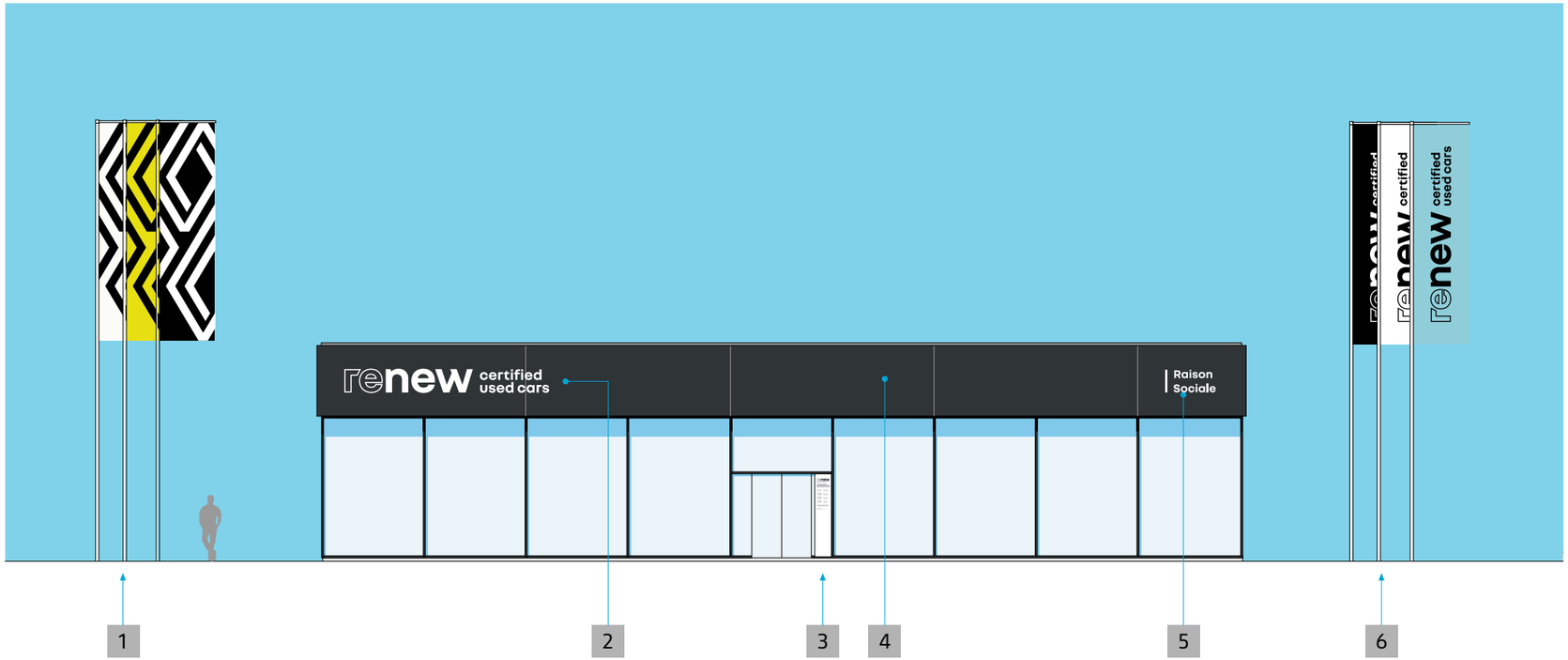
2 La signature renew est implantée sur le fronton de façade gris foncé.

3 Un panneau de promesse-clients est implanté à droite de la porte d'entrée principale du showroom.

4 Le fond gris foncé (RAL 7021 satiné à 40% de brillance) de la façade peut être réalisé selon différents procédés adaptés à chaque situation (construction neuve ou bâtiment existant) : habillage de couleur gris foncé, ou peinture de façade.

5 La raison sociale est implantée sur le fronton de façade, à l'opposé de la signature renew.

6 Une série de drapeaux renew est implantée sur l'un des côtés du site.



NOTA

La résille métallique ne doit pas être utilisée sur les façades des sites autonomes renew.

4.3 La façade-type des réseaux multimarques Renault Group

POURQUOI ?

Les façades des showrooms des sites autonomes renew des réseaux multimarques Renault Group disposent d'une identification spécifique.

COMMENT ?

1 Une série de drapeaux Renault Dacia est implantée, de manière prioritaire, sur l'un des côtés du site.

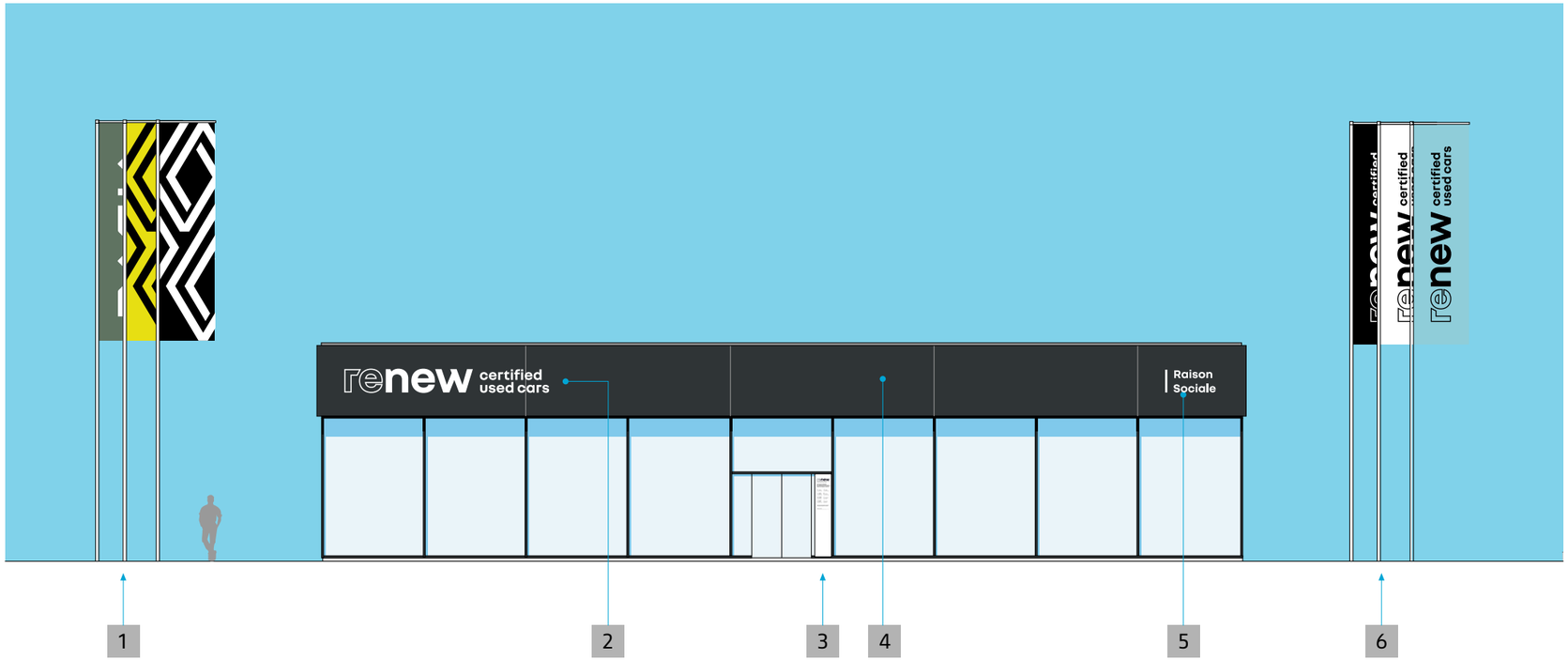
2 La signature renew est implantée sur le fronton de façade gris foncé.

3 Un panneau de promesse-clients est implanté à droite de la porte d'entrée principale du showroom.

4 Le fond gris foncé (RAL 7021 satiné à 40% de brillance) de la façade peut être réalisé selon différents procédés adaptés à chaque situation (construction neuve ou bâtiment existant) : habillage de couleur gris foncé, ou peinture de façade.

5 La raison sociale est implantée sur le fronton de façade, à l'opposé de la signature renew.

6 Une série de drapeaux renew est implantée sur l'un des côtés du site.



NOTA

La résille métallique ne doit pas être utilisée sur les façades des sites autonomes renew.

4.4 Implantation générale du site

POURQUOI ?

L'organisation des sites autonomes renew concentre toutes les fonctionnalités mise en œuvre dans le cadre des sites intégrés afin d'offrir un parcours-clients homogène.

COMMENT ?

1 Le parking clients est implanté sur l'un des côtés du site.

2 Les véhicules les plus attractifs de l'offre renew sont exposés devant le showroom.

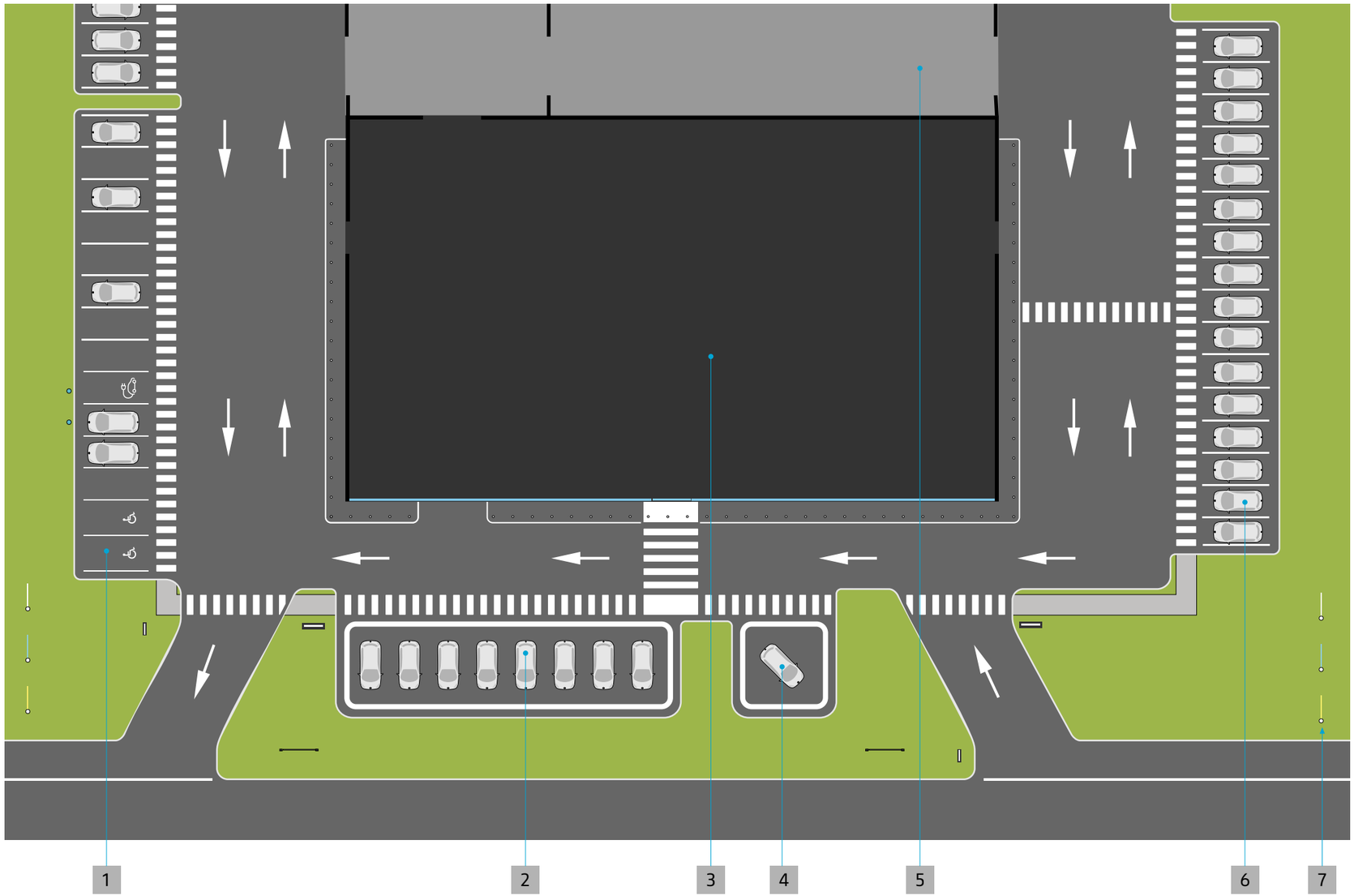
3 Les principes d'organisation du showroom renew sont identiques à ceux utilisés dans le cadre des sites intégrés.

4 La zone flagship renew attire les regards sur un véhicule disposant d'une offre particulièrement attractive.

5 En option, une zone de finition et de préparation des véhicules d'occasion peut être intégrée dans le back-office, lorsque la préparation des véhicules est intégrée sur le site autonome.

6 En complément des véhicules exposés dans le showroom, d'autre véhicules à la vente peuvent être présentés dans des parkings implantés sur les côtés du bâtiment.

7 Une série de drapeaux renew est implantée sur l'un des côtés du site.



4.5 Le showroom

POURQUOI ?

Les principes d'organisation et les infrastructures du showroom des sites autonomes sont identiques à ceux des showrooms intégrés.

Les composantes en commun sont les suivantes :

- carrelage gris foncé,
- mur blanc RAL 9010,
- huisseries de vitrine en aluminium laqué gris foncé RAL 7021 et vitrine en verre blanc.

COMMENT ?

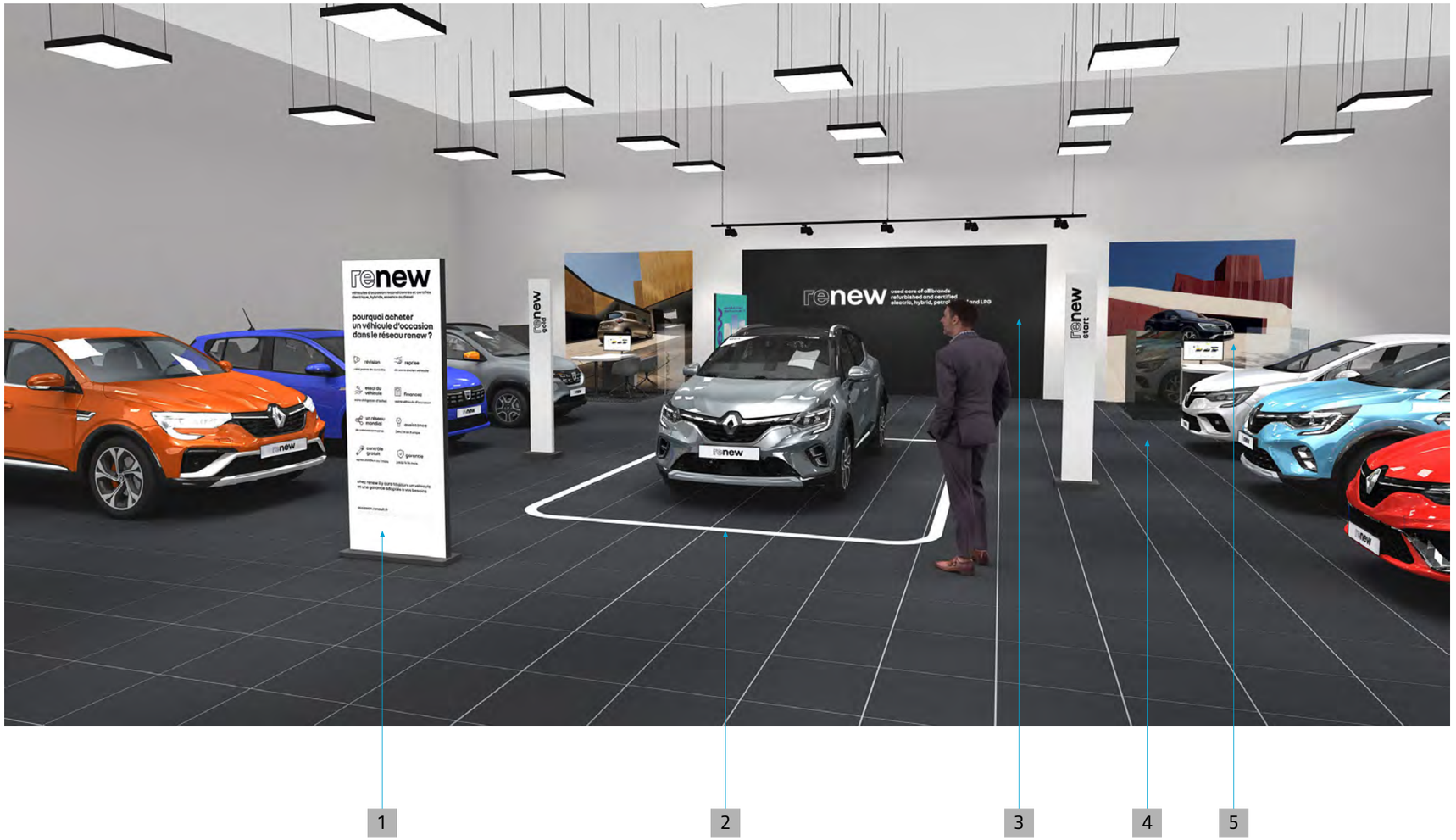
1 Dès l'entrée dans l'exposition, le panneau de promesse présente les éléments de la promesse-clients.

2 De par son orientation et sa continuité, la travée centrale guide les clients dans leurs déplacements dans le showroom et favorise l'organisation des véhicules autour de cet axe.

3 Le mur de marque comporte la signature complète renew. Il est implanté sur le mur du fond de l'exposition dans l'axe de la travée centrale.

4 Les véhicules sont disposés de manière perpendiculaire à la travée centrale. Ils sont regroupés selon les différents segments de l'offre renew.

5 Les bureaux vendeurs sont disposés dans le fond de l'exposition, agrémentés d'un visuel mural grand format.



4.6 Tableau de composantes

POURQUOI ?

Afin d'offrir une expérience client homogène, les sites renew comportent des composantes obligatoires.

Les composantes optionnelles permettent de personnaliser l'offre de chaque site selon ses besoins et spécificités.

COMMENT ?

Selon le nombre de véhicules exposés, les composantes utilisées varient tout en offrant une vision commune des différentes configurations.

	Composantes	de 5 à 15 véhicules ***	> à 15 véhicules ***
La signalétique d'identification	Drapeaux renew	■	■
	Arche *	▪	▪
	Mât d'aire *	■	□
Les infrastructures	Parking clients dédié	■	■
	Accès indépendant	■	■
Les composantes de l'exposition extérieure	Zone flagship renew	■	▪
	Zones d'exposition prioritaires	▪	■
	Marquages des zones d'exposition	▪	▪
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Oriflammes génériques	■	■
	Mâts d'éclairage	■	■
	Banderole promotionnelle	▪	▪
	Espace de vente renew	□	□
La façade du showroom	Marquage de façade renew	■	■
	Marquage d'entrée renew	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
Les composantes du showroom	Mur de marque renew	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Caisson d'identification	□	□
	Panneaux de zones	▪	▪
	Bureaux des conseillers renew	■	■
	PLV 2x2	▪	■

* Arche et mât d'aire ne doivent pas être utilisés conjointement.

** Sauf cas particulier, la zone flagshig ne doit pas être utilisée lorsque qu'une aire d'exposition existe sur le site.

*** Nombre de véhicules présents dans chacune des zones.

■ obligatoire

▪ optionnelle

□ non applicable

4.7 Tableau de composantes du réseau secondaire (R2)

POURQUOI ?

Afin d'offrir une expérience client homogène, les sites renew comportent des composantes obligatoires.

Les composantes optionnelles permettent de personnaliser l'offre de chaque site selon ses besoins et spécificités.

COMMENT ?

Selon le nombre de véhicules exposés, les composantes utilisées varient tout en offrant une vision commune des différentes configurations.

	Composantes	de 5 à 15 véhicules ***	> à 15 véhicules ***
La signalétique d'identification	Drapeaux renew	☐	■
	Arche *	☐	■
	Mât d'aire *	☐	■
Les infrastructures	Parking clients dédié	☐	■
	Accès indépendant	☐	■
Les composantes de l'exposition extérieure	Zone flagship renew	■	■
	Zones d'exposition prioritaires	■	■
	Marquages des zones d'exposition	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Oriflammes génériques	■	■
	Mâts d'éclairage	■	■
	Banderole promotionnelle	■	■
	Espace de vente renew	☐	☐
La façade du showroom	Marquage de façade renew	■	■
	Marquage d'entrée renew	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
Les composantes du showroom	Mur de marque renew	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■
	Caisson d'identification	■	■
	Panneaux de zones	■	■
	Bureaux des conseillers renew	■	■
	PLV 2x2	■	■

* Arche et mât d'aire ne doivent pas être utilisés conjointement.

** Sauf cas particulier, la zone flagshig ne doit pas être utilisée lorsque qu'une aire d'exposition existe sur le site.

*** Nombre de véhicules présents dans chacune des zones.

■ obligatoire

■ optionnelle

☐ non applicable

5

LES COMPOSANTES EXTÉRIEURES

5.1 La signalétique directionnelle



POURQUOI ?

La signalétique directionnelle est implantée de manière à baliser les parcours clients depuis les abords du site jusqu'aux espaces d'accueil.

COMMENT ?

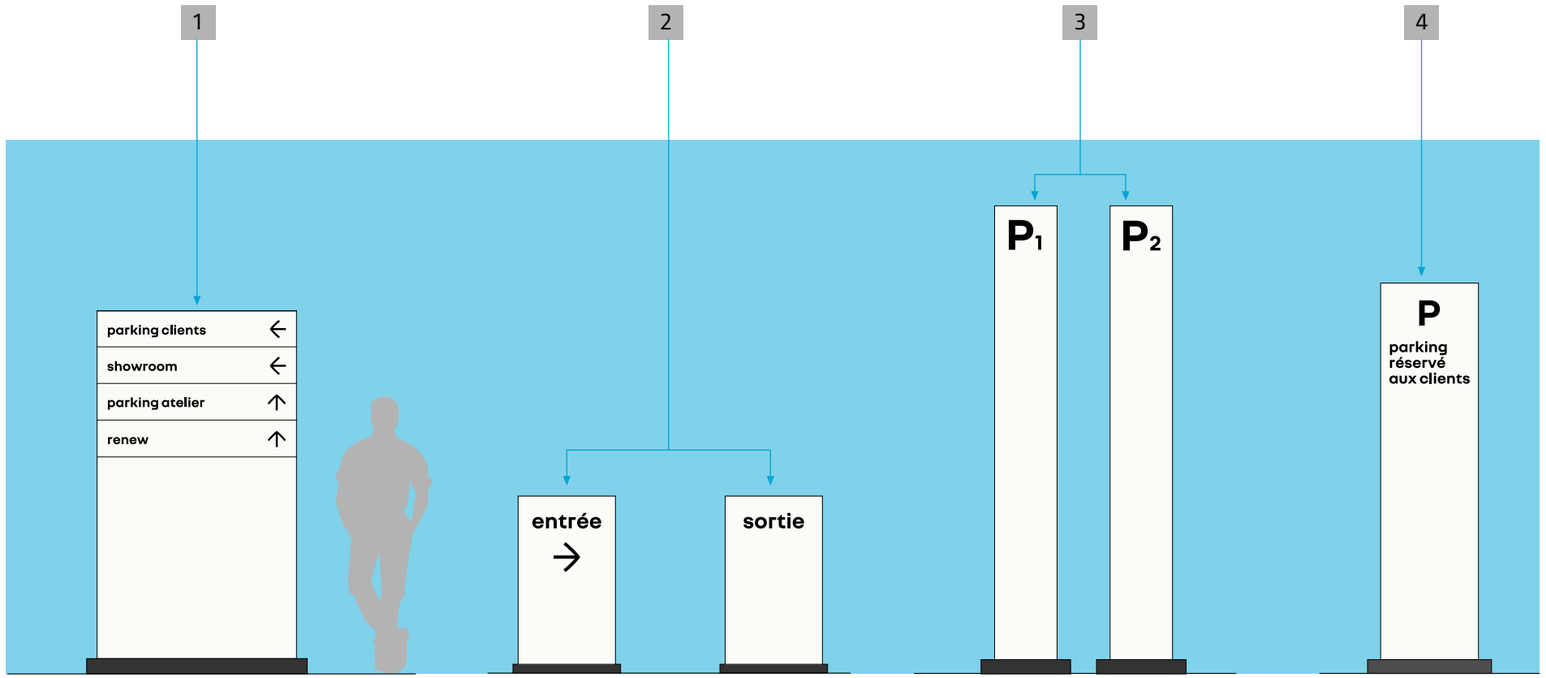
Elle utilise les éléments suivants :

1 Le panneau directionnel.

2 Les panneaux entrée/sortie (option).

3 Le panneau d'identification des parkings (option).

4 La borne des parkings (option).



NOTA

Pour toute information technique relative aux composantes Renault, se reporter aux Cahiers des Charges de chacune des composantes.

Pour toute prescription d'utilisation des composantes Renault, se reporter à la Charte architecturale Renault.

5.2 Le panneau directionnel

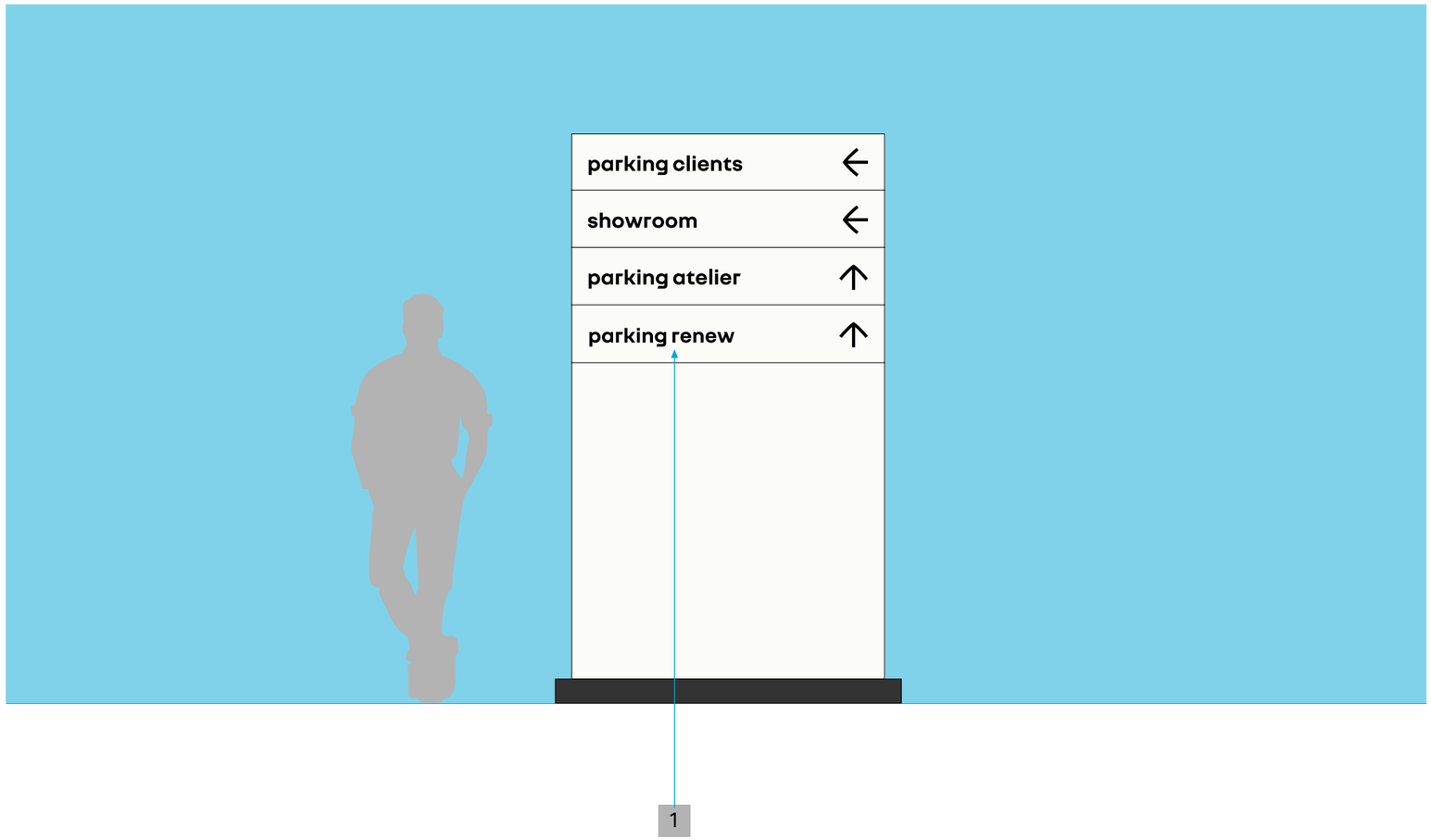


POURQUOI ?

Dans le cas d'un parking dédié aux clients renew, la mention "parking renew" est utilisée, dès les abords, sur les faces des panneaux directionnels afin de guider les clients jusqu'à ce parking spécifique.

COMMENT ?

1 La mention "parking renew" apparaît sur la face des bornes directionnelles, écrite en typographie nouvel'R bold.



NOTA

Pour toute information technique relative aux composantes Renault, se reporter aux Cahiers des Charges de chacune des composantes.

Pour toute prescription d'utilisation des composantes Renault, se reporter à la Charte architecturale Renault.

5.3 Le parking clients renew



POURQUOI ?

Le parking clients renew est implanté, de préférence, devant l'aire d'exposition extérieure.

Il est identifié par la signalétique et séparé des autres places de parkings.

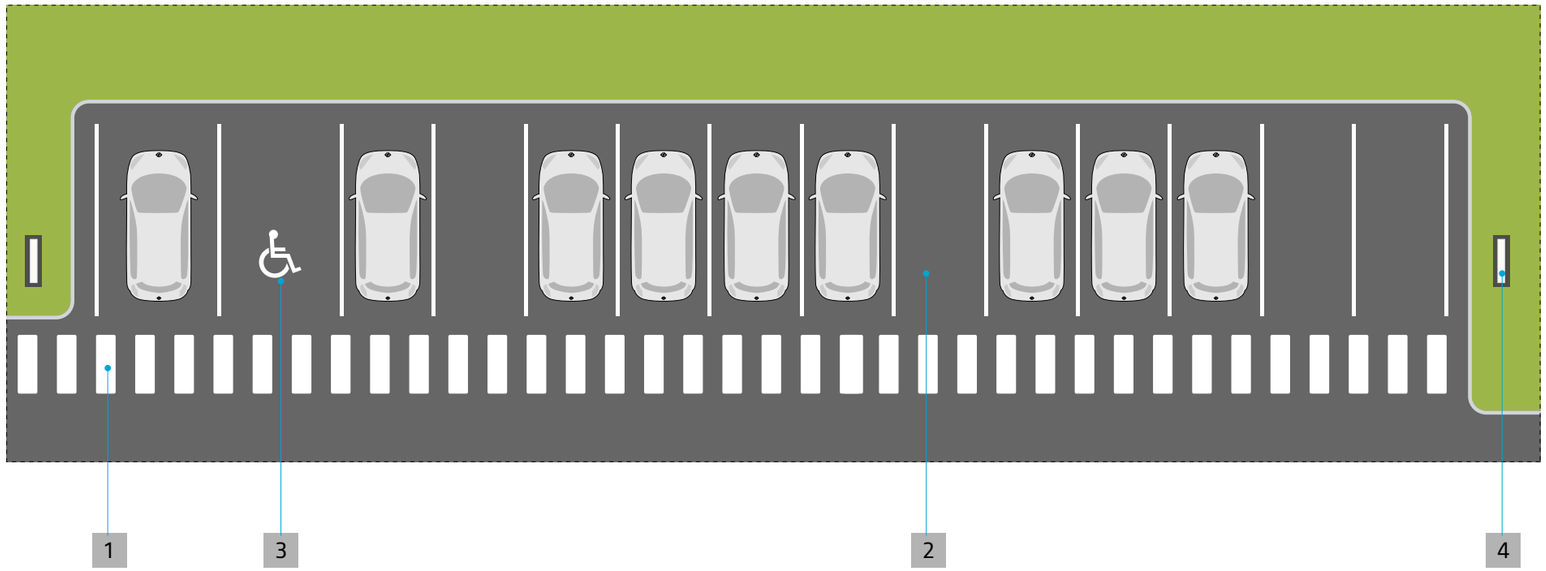
COMMENT ?

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 parkings clients.

3 Chaque emplacement réservé aux Personnes à Mobilité Réduite est identifié par un pictogramme.

4 Les bornes de parking (optionnelles) sont implantées de part et d'autre du parking participant à son identification.



NOTA

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

5.4 Les drapeaux renew



POURQUOI ?

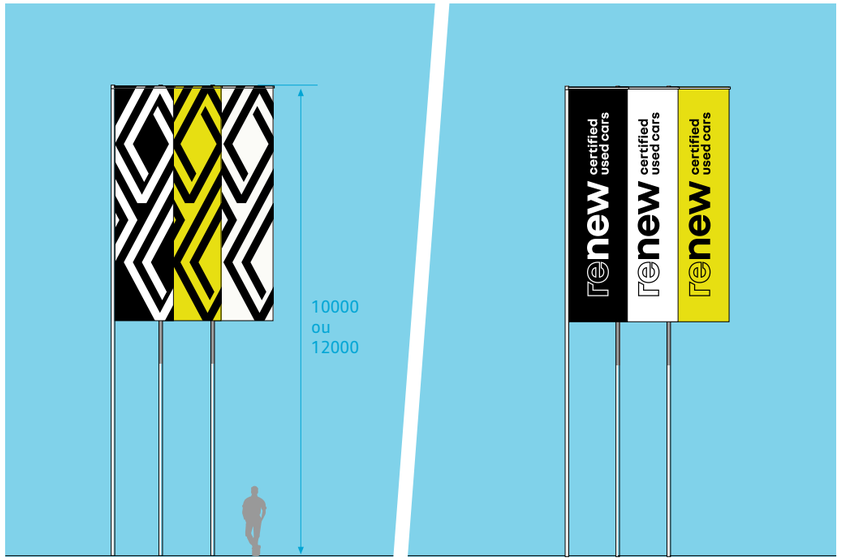
Les drapeaux ont un fort impact visuel de loin et permettent une identification rapide du site. Ils marquent les limites géographiques de l'affaire.

COMMENT ?

1 Les drapeaux Renault sont utilisés dans les corners et les sites intégrés renew selon des modalités identiques à celles utilisées pour les sites Renault Stores.

Les expositions extérieures renew sont identifiées par une série de drapeaux renew implantés selon l'ordre présenté ci-contre.

2 Les sites autonomes renew sont identifiés par 2 séries de drapeaux renew (aux couleurs différentes de celles utilisées sur les sites intégrés) implantés selon l'ordre présenté ci-contre.



1



2

5.5 L’arche signalétique



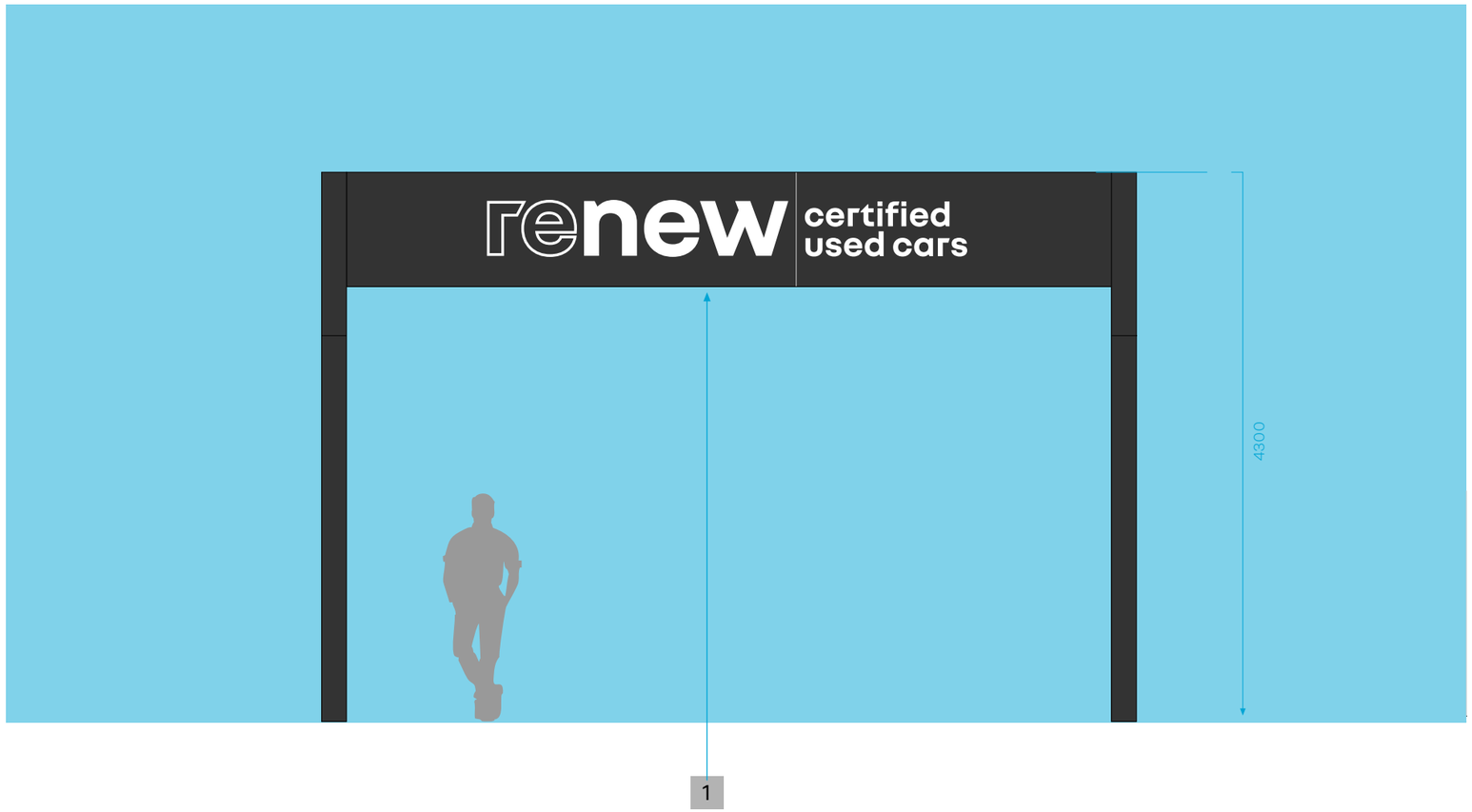
POURQUOI ?

L'arche identifie les zones d’exposition extérieures.

COMMENT ?

Implantée à l'entrée de la zone d'exposition, elle se positionne dans l'axe de la travée centrale.

1 Elle peut comporter un verso identique au recto, dans le cas où l’arche bénficie d’une bonne visibilité des 2 côtés.



5.6 Le mât d’aire renew



POURQUOI ?

Dans le cadre des petites aires d’exposition (moins de 15 véhicules exposés) le mât d’aire renew remplace l’arche signalétique lorsque que celle-ci ne peut être utilisée.

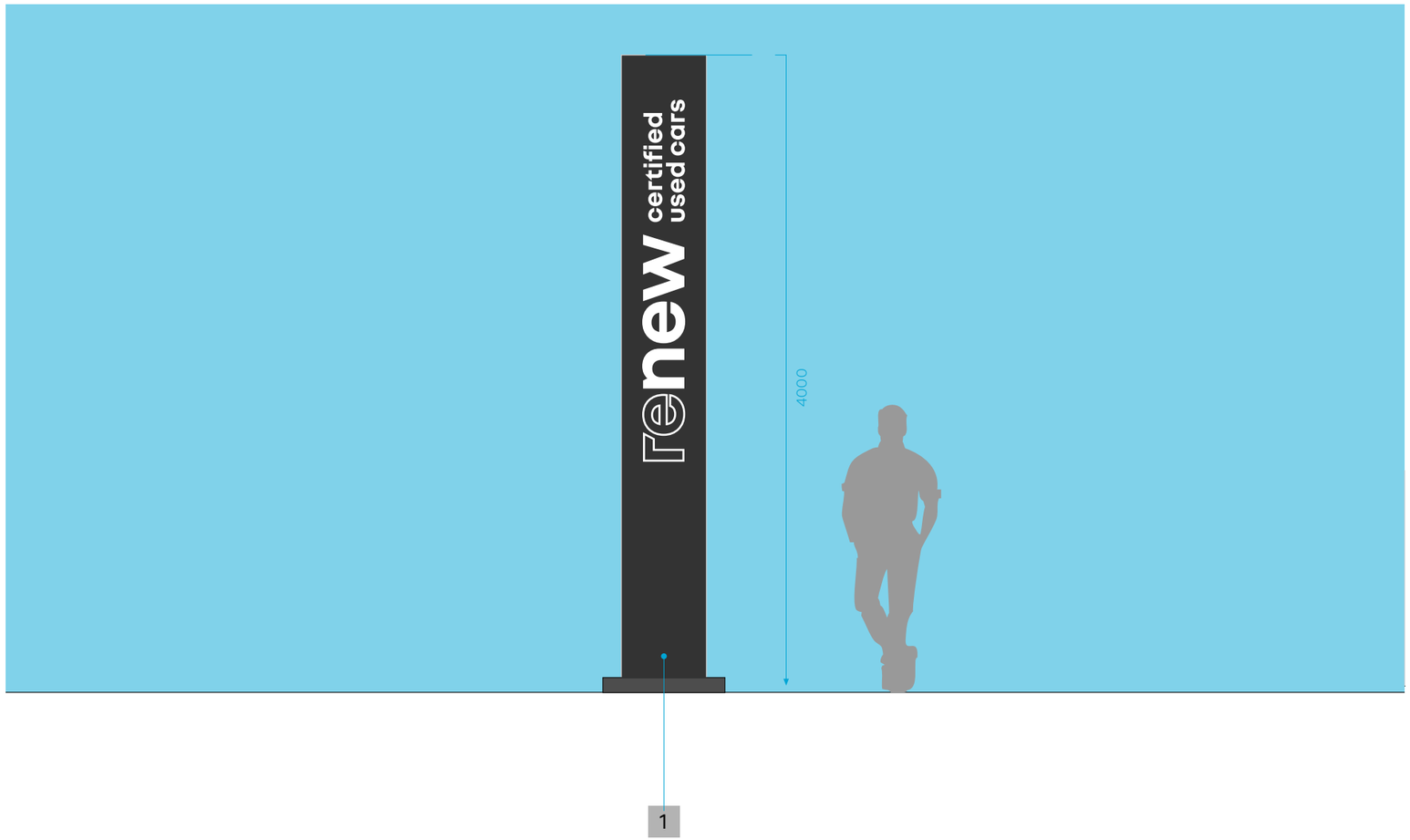
Le mât d’aire s’implante parallèlement à la façade.

La face recto lumineuse est toujours orientée vers l’axe routier principal.

COMMENT ?

1 Le mât d’aire a un fond gris foncé sur lequel est présent la signature renew.

D’une hauteur de 4 m, il est lumineux et double face.



5.7 Le panneau de promesse-clients



POURQUOI ?

Ce support affiche un message présentant la promesse-clients.

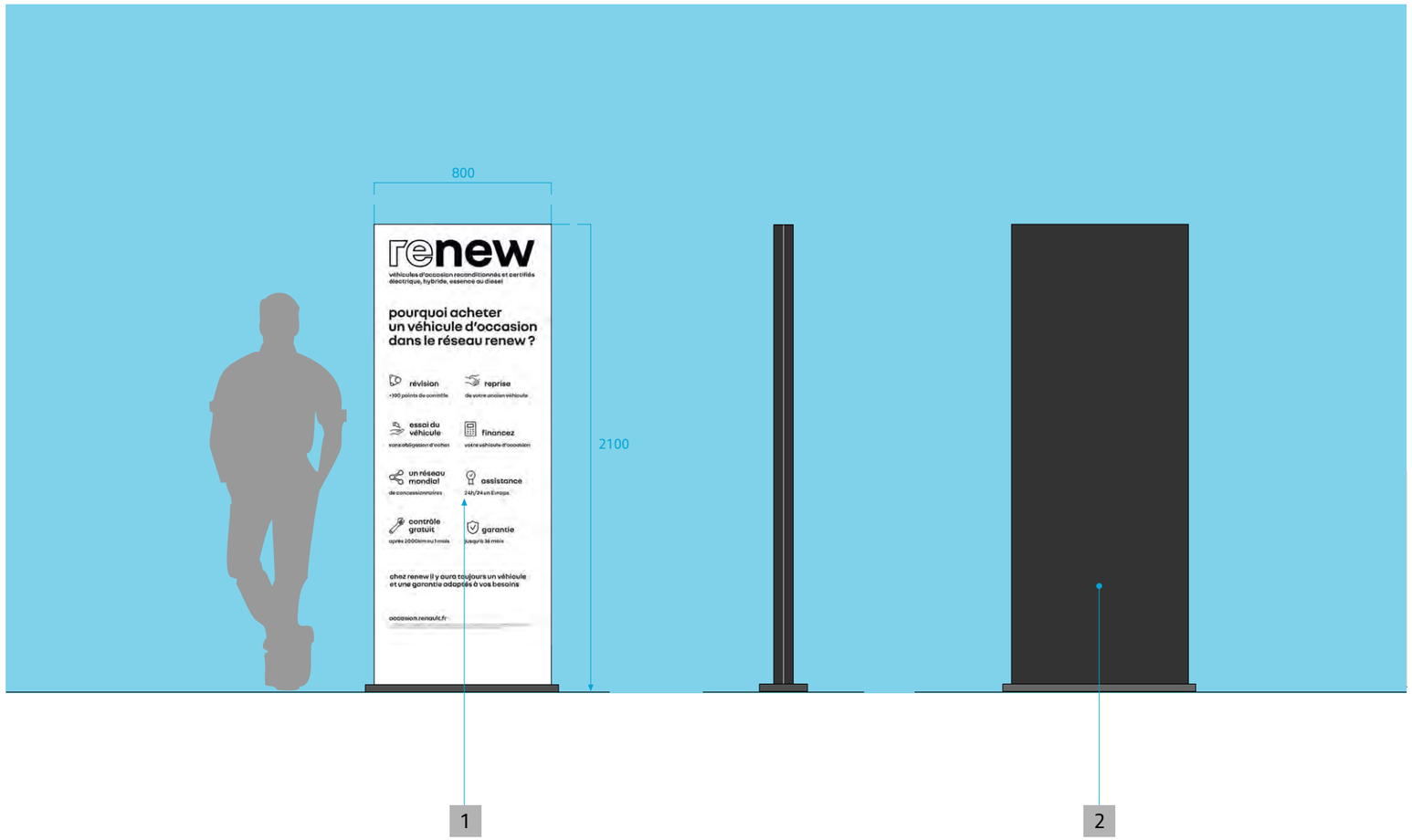
Cet élément est implanté devant le premier véhicule présent dans la travée centrale de la zone d'exposition extérieure.

Le contenu doit être adapté par le pays avec l'approbation de la Direction Marketing Corporate.

COMMENT ?

1 La face avant présente la promesse-clients.

2 La face arrière est peinte uniformément en gris foncé.



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

5.8 Les oriflammes génériques



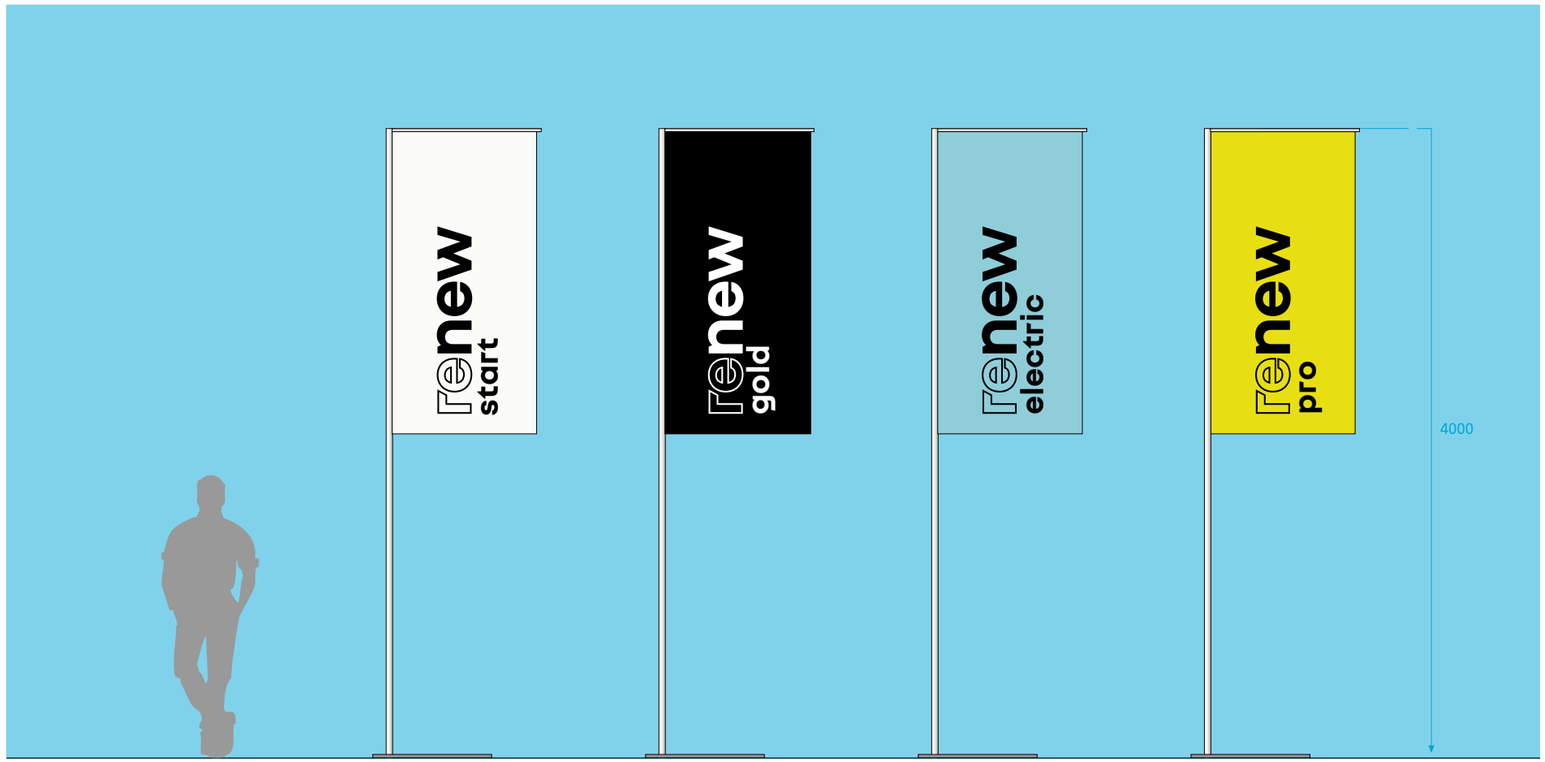
POURQUOI ?

Les oriflammes génériques ont pour but d'organiser et de baliser la zone renew selon les différents segments composant l'offre.

COMMENT ?

4 segments sont possibles.

Ces éléments s'implantent devant les zones prioritaires d'exposition de part et d'autre de la travée centrale.



NOTA
Ces éléments remplacent les précédents panneaux de travée.

5.9 La banderole promotionnelle



POURQUOI ?

La banderole promotionnelle renew est implantée à proximité de la zone d'exposition extérieure afin qu'elle soit visible depuis l'axe de circulation principal.

COMMENT ?

1 La banderole promotionnelle comporte un visuel imprimée sur une bâche polyester.

2 Un système de tension incorporé aux poteaux permet d'optimiser la visibilité du visuel et de faciliter le changement de banderole.



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

5.10 Les mâts d’éclairage



POURQUOI ?

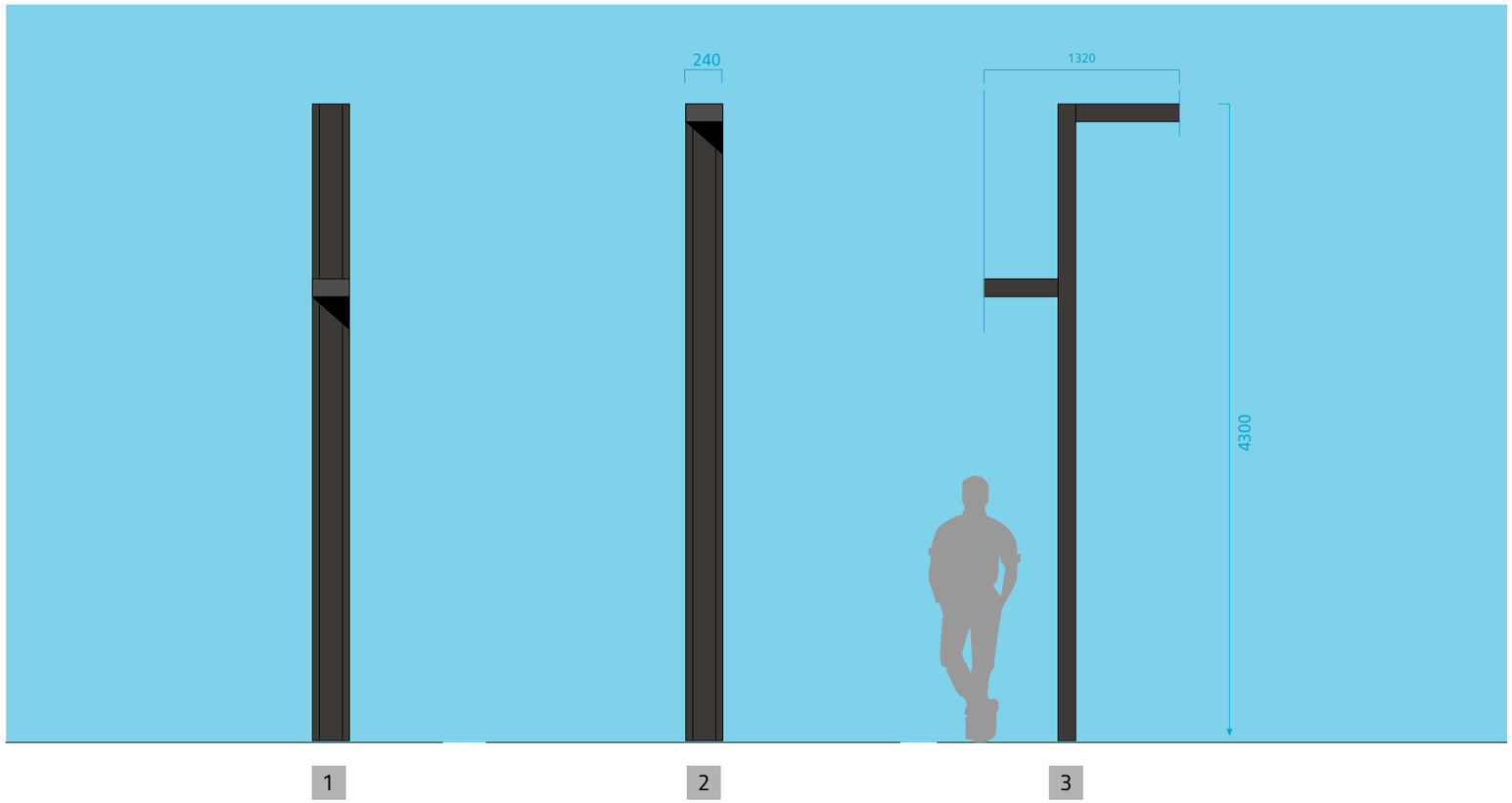
Les mâts d’éclairage permettent de renforcer l’axe central de l’exposition, de mettre en valeur les véhicules figurant dans la travée centrale et d’éclairer les circulations piétonnes adjacentes.

COMMENT ?

1 Vue du côté intérieur

2 Vue du côté extérieur

3 Vue de face



5.11 L’espace de vente renew



POURQUOI ?

Lorsqu’il existe, l’espace de vente est implanté dans l’axe de la circulation principale de l’exposition extérieure.

Il se présente sous la forme d’un bâtiment modulaire dont la taille est adaptée au nombre de conseillers renew présents dans l’aire d’exposition.

COMMENT ?

1 Un bandeau gris foncé comporte la signature renew afin d’identifier l’espace de vente.

2 Le panneau à gauche de l’entrée permet de communiquer sur la promesse-clients renew.



5.12 Les marquages d’entrée



POURQUOI ?

Lorsqu’il existe, l’espace de vente est implanté dans l’axe de la circulation principale de l’exposition extérieure.

Il se présente sous la forme d’un bâtiment modulaire dont la taille est adaptée au nombre de conseillers renew présents dans l’aire d’exposition.

COMMENT ?

1 Un caisson lumineux est implanté au-dessus de la porte d'entrée principale pour accéder au showroom renew.

2 Marquages adhésifs.

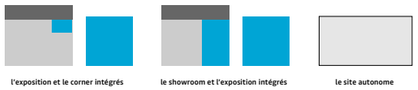
3 Bandes horizontales.

4 Marquage d'entrée de promesse-clients (visuel présenté à titre d'illustration).



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

5.13 L’espace de vente renew • aménagement intérieur



POURQUOI ?

L’aménagement du bâtiment modulaire comporte à minima un espace d’attente, les bureaux des conseillers de vente renew, les éléments de communication renew et un distributeur de boissons chaudes ou froides.

En complément, un bloc sanitaire peut être intégré dans l’espace.

Pour rappel, la promesse-clients est présente à l’exterieur du bâtiment au niveau de la porte d’entrée.

COMMENT ?

1 Un mur noir comporte la signature complète renew. Se référer au cahier des charges des éléments renew pour adaptation des dimensions de la signature renew sur mur noir selon espace disponible.

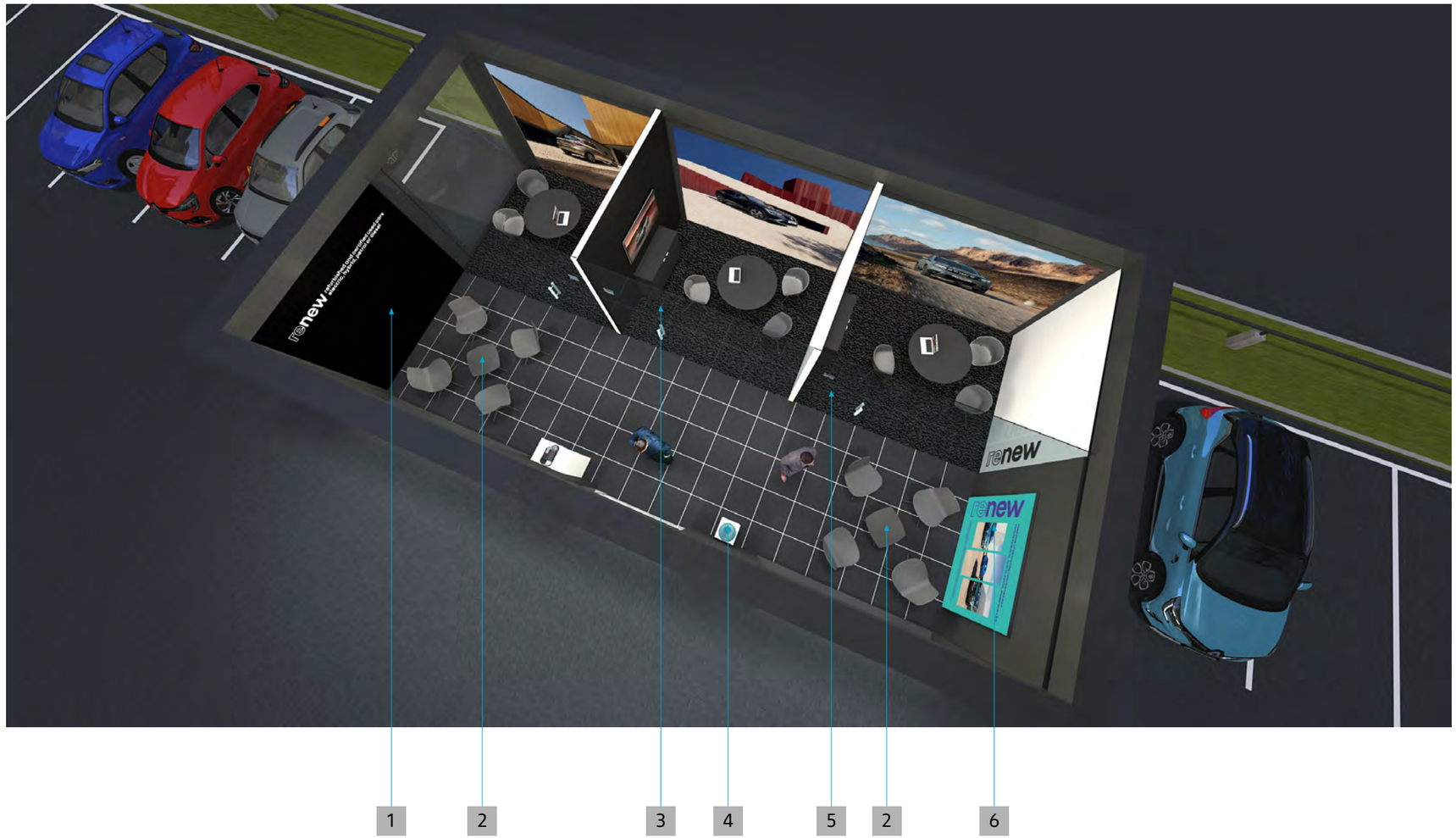
2 L’espace d’attente comporte des fauteuils gris associés à une table basse noire.

3 Les bureaux des conseillers de vente disposent des mêmes éléments d’aménagement que les bureaux présents dans les showrooms (visuel grand format, table et chaises grises, écran mural grand format,...).

4 Les distributeurs de boissons chaudes et froides sont présents à proximité de l’espace d’attente.

5 Une cloison entièrement vitrée assure la confidentialité des échanges entre clients et conseillers de vente.

6 Une version murale de la PLV 2x2 renew est implantée à l’opposé du mur comportant la signature renew.



5.14 La zone flagship renew de moins de 5 véhicules



POURQUOI ?

En cas de déficit de place aux abords d'un site, il sera possible de présenter dans une zone d'exposition réduite comportant de 1 à 5 véhicules d'occasion.

COMMENT ?

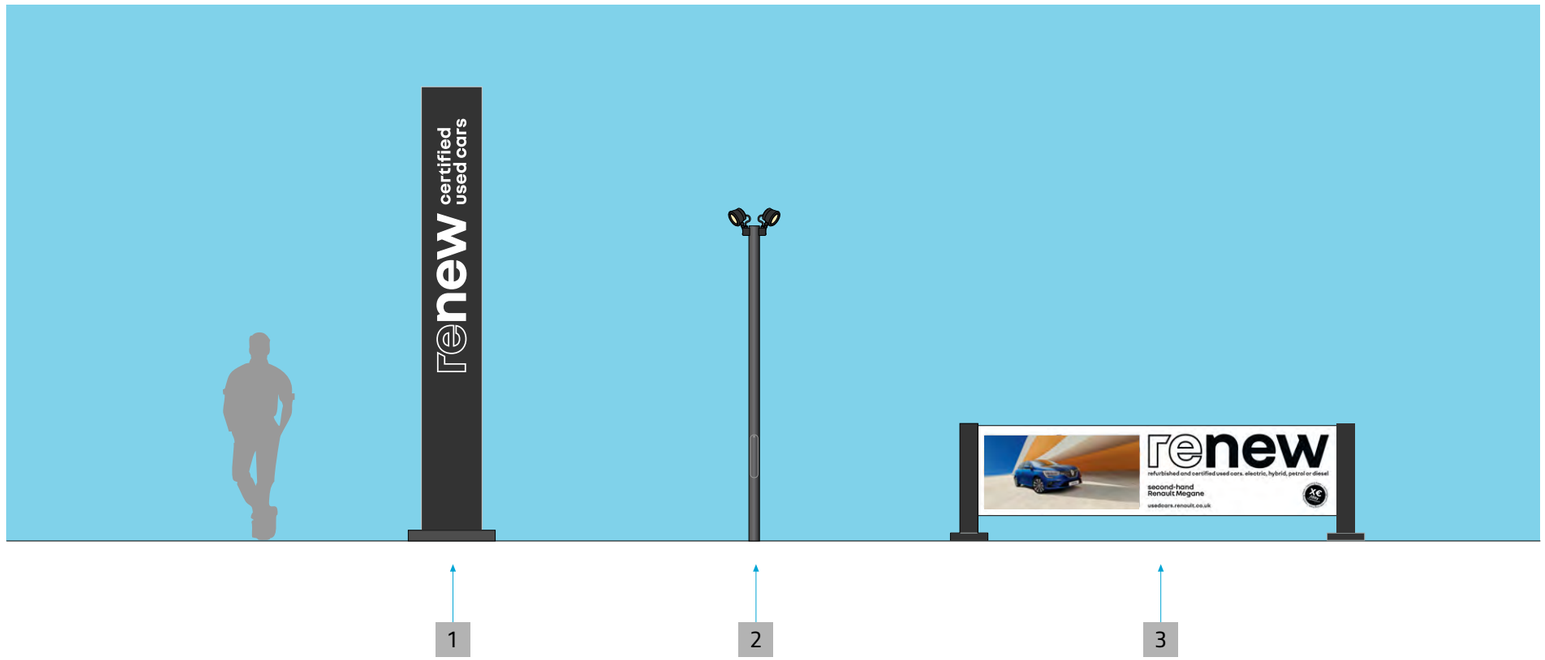
La zone flagshig renew peut s'implanter devant ou sur les côtés des sites mais jamais devant le showroom véhicules neufs.

Elle utilise les composantes suivantes :

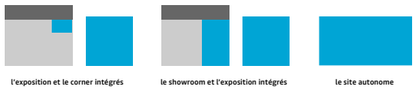
1 Le mât d'aire.

2 Le mât d'éclairage (optionnel).

3 La banderole promotionnelle.



5.15 Intégration de la zone flagship renew de moins de 5 véhicules



POURQUOI ?

Les zones d'exposition extérieures créent un appel visuel important grâce à l'exposition des véhicules représentatifs de l'actualité de la marque ainsi que ceux à l'essai.

Ces dernières sont implantées devant le showroom véhicules neufs.

Le cas échéant, la zone flagship renew est alignée avec les autres zones d'exposition extérieures.

COMMENT ?

1 De préférence, la zone flagship renew est implantée sur l'un des côtés du showroom.

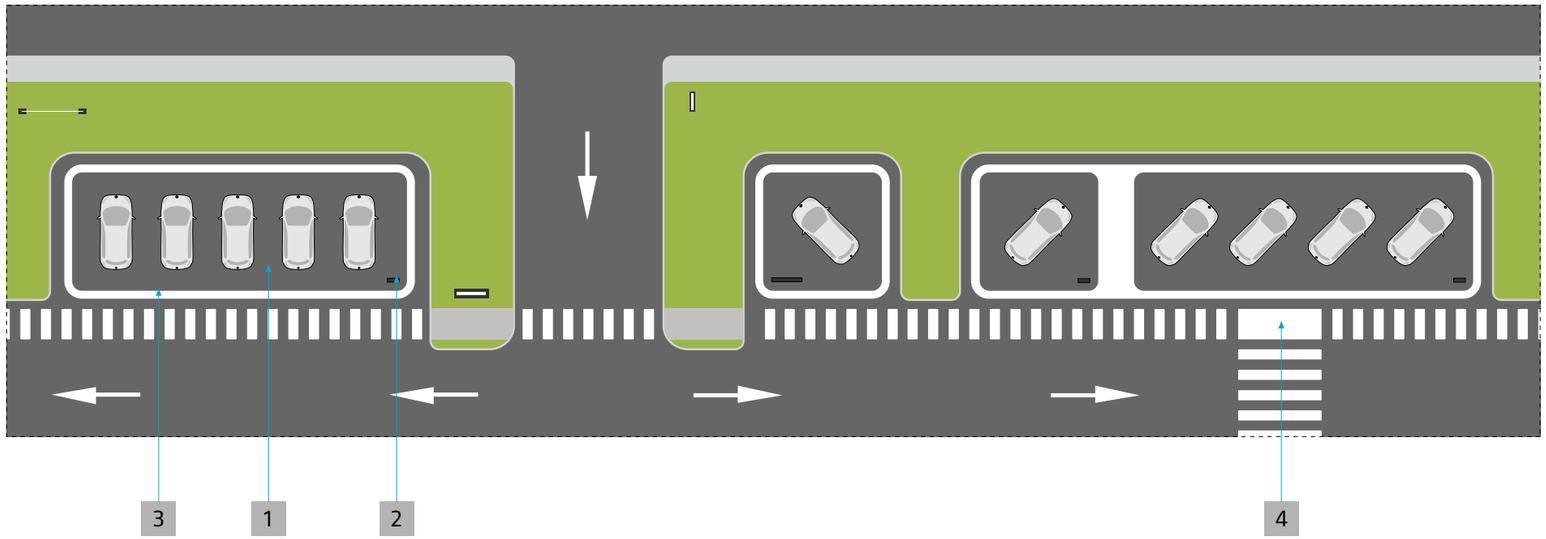
2 Le mât d'aire renew identifie la zone flagship.

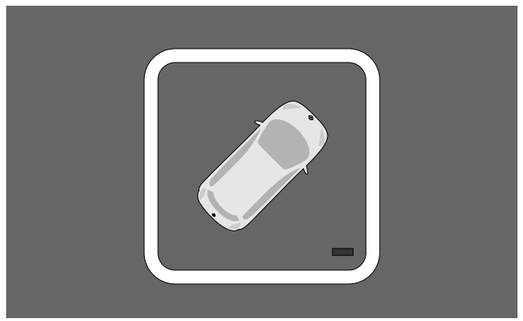
3 Le marquage au sol délimite la zone flagship renew pouvant comporter de 1 à 5 véhicules.

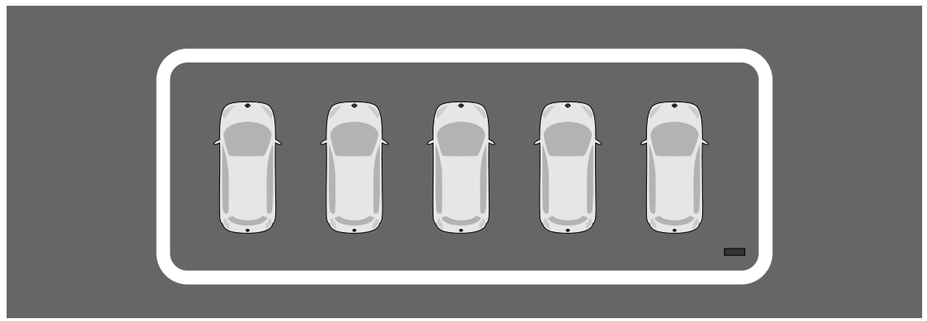
4 Le cheminement piétons relie l'ensemble des zones d'exposition au showroom véhicules neufs (ou véhicules d'occasion lorsqu'une porte d'accès existe).

5 Configuration-type d'une zone flagship renew à 1 véhicule.

6 Configuration-type d'une zone flagship renew à 5 véhicules.







6

LES COMPOSANTES INTÉRIEURES

6.1 Le caisson d’identification intérieur



POURQUOI ?

Lorsque le showroom renew est intégré dans un showroom Renault, un caisson lumineux suspendu est implanté en limite de l’exposition des véhicules d’occasion.

COMMENT ?

Le caisson est implanté dans l’axe de l’entrée et de la travée centrale en limite du showroom renew.

Le haut du caisson est positionné à 4 m du sol.

Il est double face :

1 au recto, il porte la signature renew,

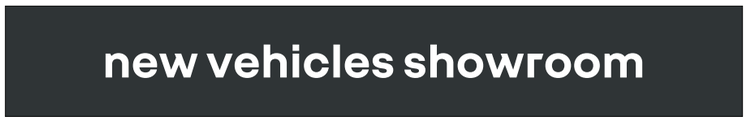
2 au verso, il porte la mention “showroom véhicules neufs”.



1



2



6.2 Le mur de marque renew



POURQUOI ?

Le mur de marque identifie le showroom renew.

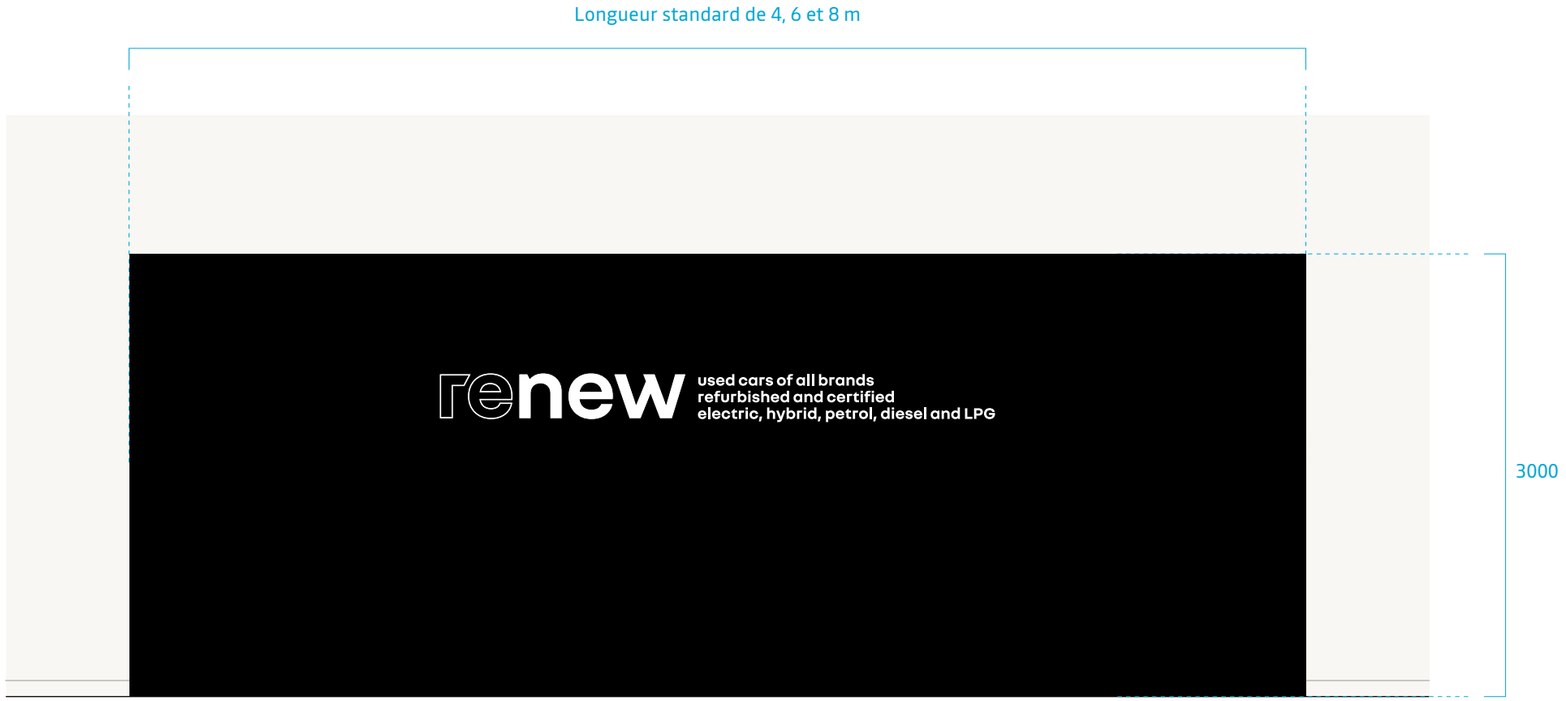
Il comporte la signature renew avec la promesse-clients publicitaire en réserve blanche sur un fond noir mat RAL 9005.

COMMENT ?

Il est implanté sur le mur du fond de l'exposition dans l'axe de la travée centrale.

La signature est centrée dans la largeur du mur, ce dernier pouvant avoir 4, 6 ou 8 m de longueur standard.

La hauteur standard est de 3 m.



6.3 Le mur de marque renew • adaptation en longueur



POURQUOI ?

Selon les dimensions de l'exposition, il pourra être nécessaire d'adapter la longueur du mur de de marque renew.

COMMENT ?

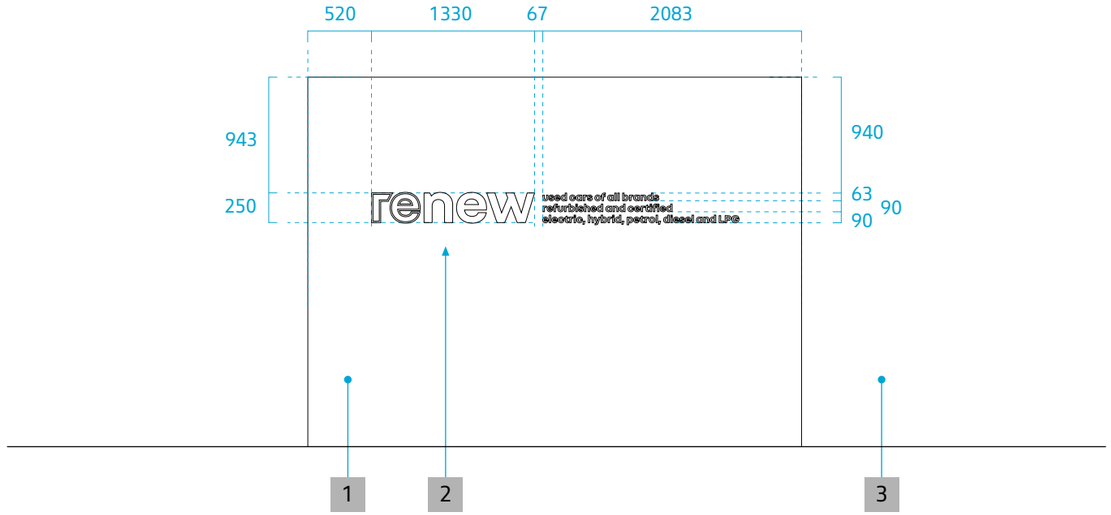
Entre 4 et 6 m de longueur, la signature complète renew a une hauteur de 250 mm.

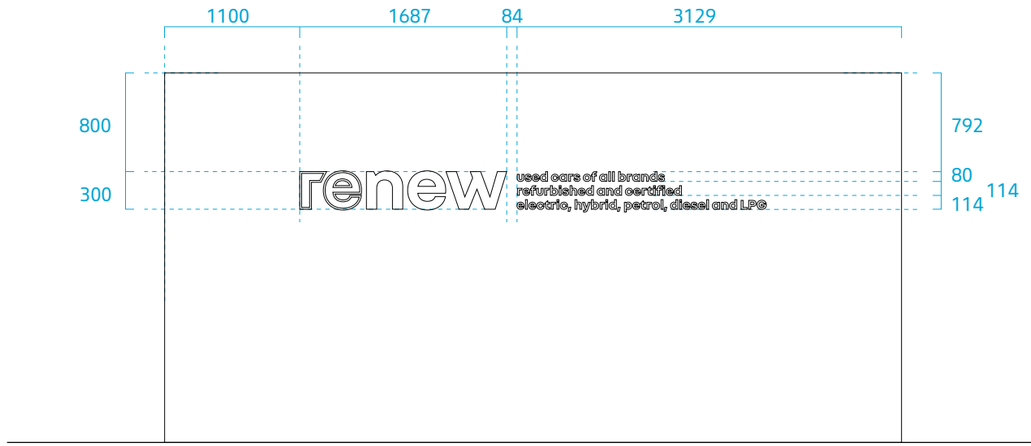
Au-delà de 6 m, la hauteur de la signature est de 300 mm

1 Mur noir RAL 9005 en finition mate, (toile ou peinture à texture fine pour un nettoyage facile).

2 Signature renew avec promesse-clients publicitaire, centrée dans la largeur du mur, réalisée en découpe de PMMA blanc mat épaisseur 3 mm, fixée au mur par collage.

3 Mur du fond du showroom peint en blanc mat RAL 9010.





6.4 Les panneaux de zones



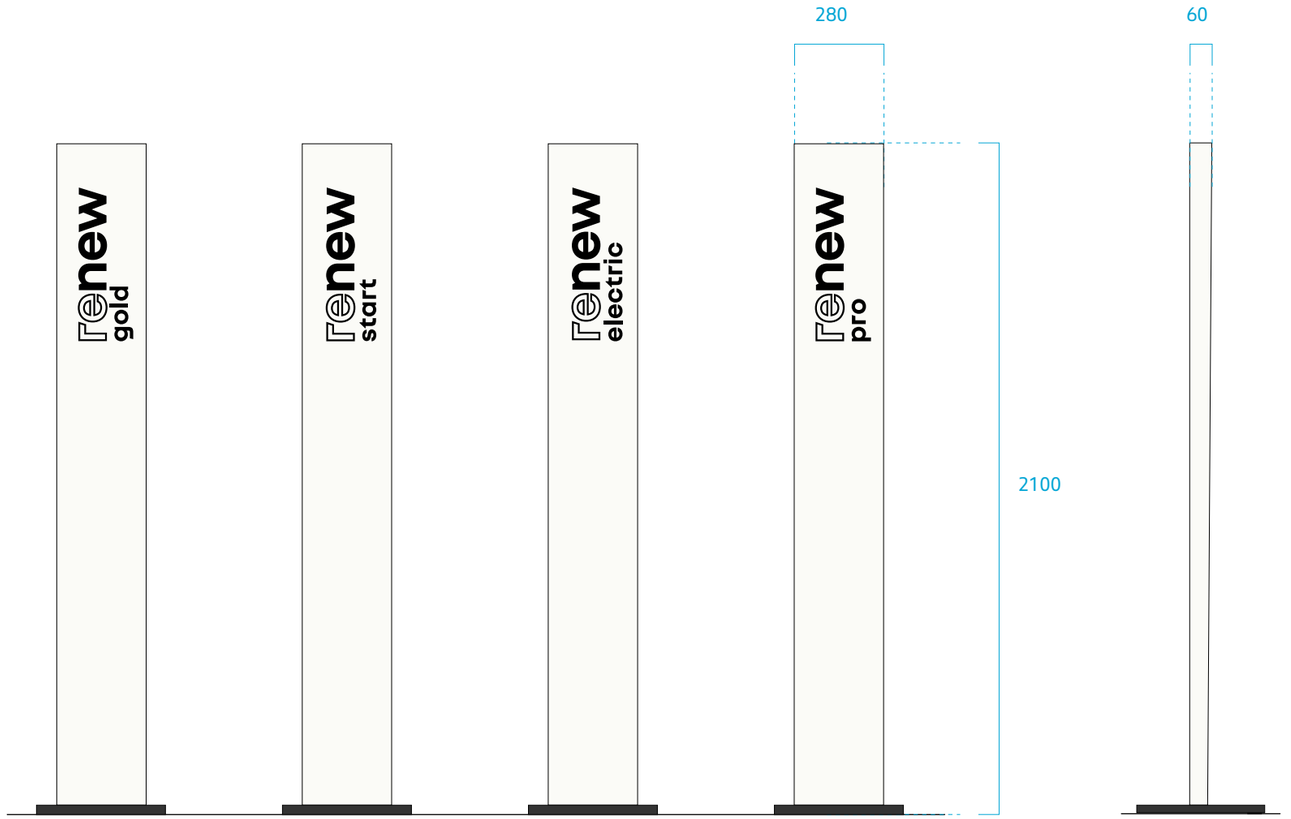
POURQUOI ?

Les panneaux de zone répondent à une logique de segmentation et d'organisation du showroom renew.

COMMENT ?

Les panneaux de zone s'implantent dans l'axe de chaque module d'exposition, de part et d'autre de la travée centrale.

Leur face avant est orientée vers l'entrée du showroom.



6.5 La PLV 2x2



POURQUOI ?

Le support de communication 2x2 permet de développer le contenu de la promesse-clients renew.

Il est mis à jour périodiquement.

Cette PLV 2x2 est présente dans toutes les configurations des showrooms renew.

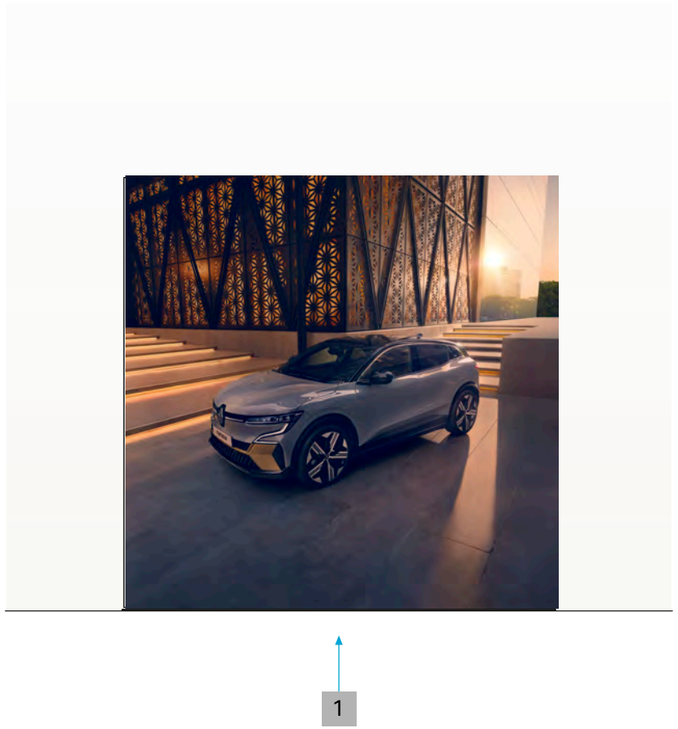
Elle est également présente dans le corner renew (cf. page suivante).

COMMENT ?

Le support de communication 2x2 est implanté, devant le mur de marque renew, de préférence, sur le côté gauche et de manière perpendiculaire au mur du fond.

1 Visuel générique.

2 Visuel promotionnel.



1



2

avertissement

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

6.6 Le corner renew



POURQUOI ?

Selon la position dans le showroom et le flux clients, l'implantation des différentes composantes évoluent.

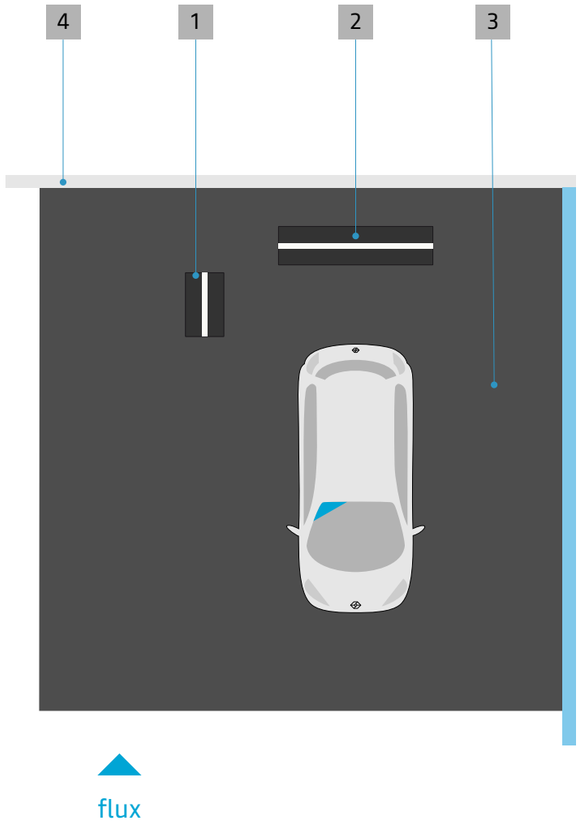
COMMENT ?

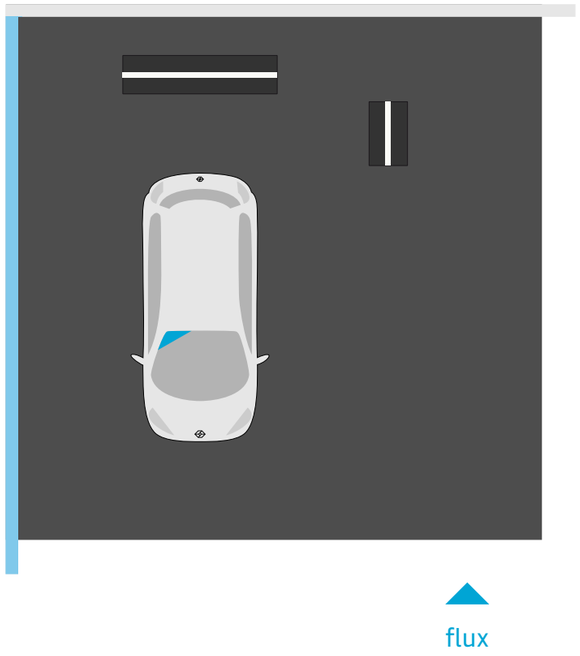
1 Le totem-kakemono de promesse-clients est implanté sur le côté du véhicule, à droite ou à gauche du véhicule, selon le flux clients.

2 La PLV 2x2 renew est implantée en arrière-plan derrière et dans l'axe du véhicule.

3 Les clients peuvent faire le tour du véhicule disposant à minima de 1,40 m de passage.

4 Le corner renew peut être adossé au mur du fond du showroom, éventuellement dans un angle du showroom ou au milieu du showroom.





6.7 Le totem-kakemono renew

l'exposition et le corner intégrés | le showroom et l'exposition intégrés | le site autonome

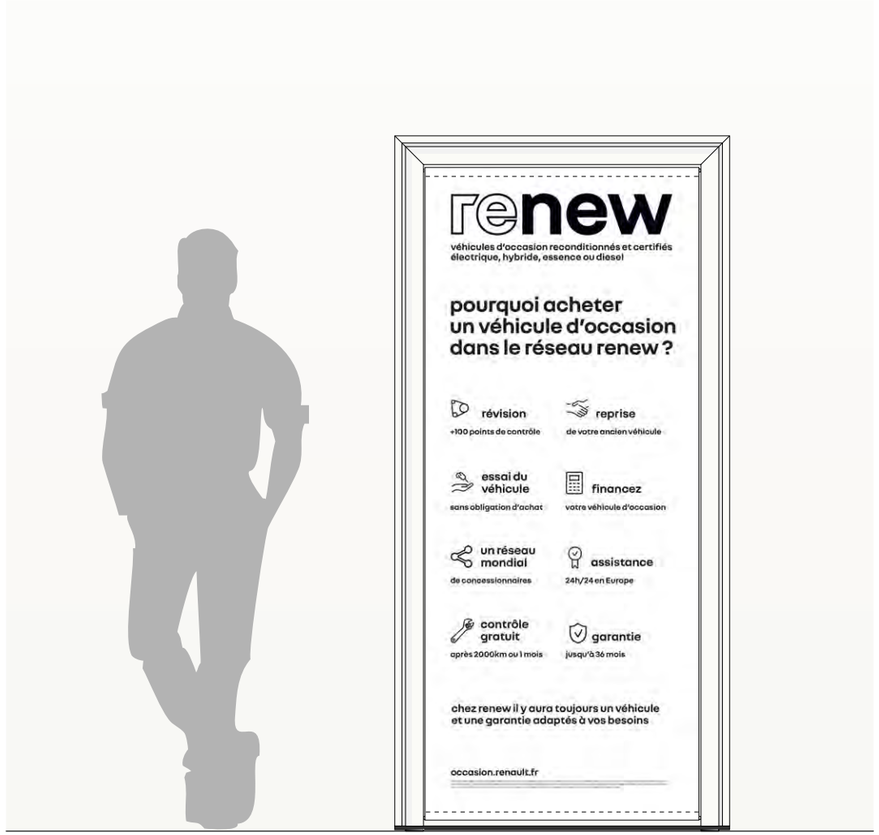
POURQUOI ?

Le totem-kakemono permet de présenter la promesse-clients dans le corner renew intégré aux showrooms véhicules neufs.

COMMENT ?

1 Recto du kakemono présentant l'énoncé de la promesse-clients.

2 Verso du kakemono comportant un visuel illustrant le contenu de la promesse-clients.



1



2

NOTA

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

6.8 Les plaques renew



POURQUOI ?

Les plaques renew identifie les véhicules d'occasion à la marque renew en les distinguant des véhicules neufs au premier regard.

Ces plaques sont obligatoires pour tous les véhicules présentés dans les corners, les showrooms renew ainsi que les véhicules présentés dans les travées centrales et les zones d'exposition prioritaires des aires extérieures.

COMMENT ?

1 La plaque comportant la signature renew est présente sur la face avant des véhicules d'occasion.



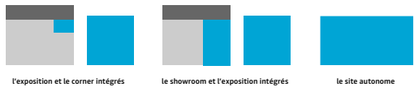
1



NOTA

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

6.9 Les stickers renew de parebrise



POURQUOI ?

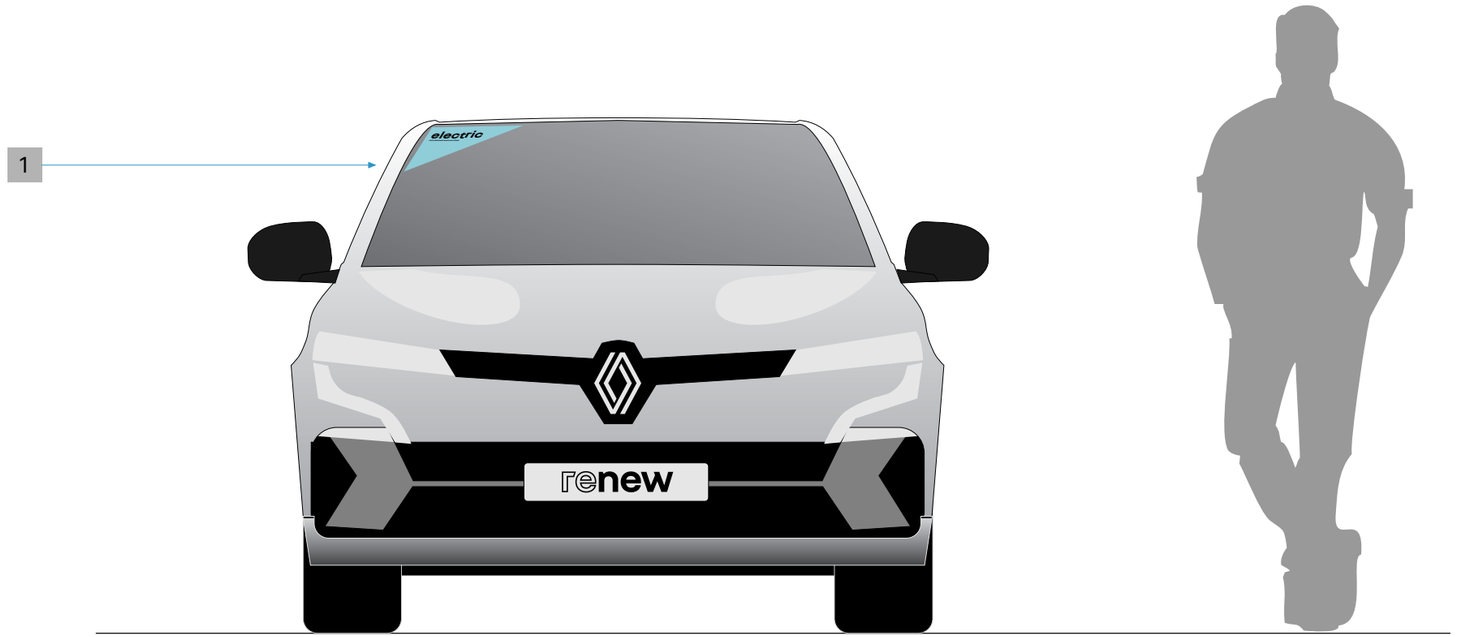
Les stickers de parebrise permettent d'identifier l'offre dont bénéficie chacun des véhicules exposés.

Ces stickers sont déclinés selon les 4 segments de l'offre renew dont ils arborent la couleur d'identification.

Format : 21 x 29,5 cm.

COMMENT ?

1 Les stickers sont positionnés dans l'angle supérieur gauche du parebrise de chaque véhicule d'occasion.





NOTA

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

6.10 L’affichette-prix renew



POURQUOI ?

Les étiquettes-prix permettent d’afficher le prix et les principales caractéristiques de chaque véhicule exposé.

Elles sont déclinées selon les 4 segments de l’offre renew dont elles arborent la couleur d’identification.

Cet affichage est obligatoire.

COMMENT ?

1 Les étiquettes-prix au format A4 sont positionnées derrière le parebrise de chaque véhicule d’occasion, disposées sur un support personnalisé accroché au rétroviseur afin que l’information soit visible par les clients depuis l’extérieur.







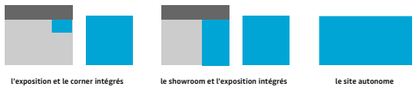




NOTA

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

6.11 Les bureaux ouverts des conseillers renew



POURQUOI ?

Un ou des conseillers renew peuvent être présents dans les showrooms véhicules neufs.

Pour accueillir les clients, ils disposent de bureaux semi-ouverts implantés, le cas échéant, à proximité du corner renew.

COMMENT ?

1 Les parois latérales créent l'intimité nécessaire dans ces espaces ouverts. La paroi claire comporte la signature renew en réserve dans le décor dépoli.

2 La paroi couleur foncée est toujours implantée derrière le conseiller renew, la paroi claire étant orientée vers l'entrée du showroom.

3 Le mobilier associe un caisson de rangement gris foncé à un plateau blanc permettant d'accueillir le client dans une ambiance conviviale.

4 Les fauteuils destinés aux clients et aux conseillers de vente adoptent la même couleur.

5 Un écran est intégré au mobilier présentant les offres renew aux clients.

6 La moquette gris foncé délimite et assure un confort à la zone.



6.12 Les configurations des bureaux ouverts (1)



POURQUOI ?

Selon les configurations d'implantation, les bureaux ouverts des conseillers renew pourront être implantés par groupes de 2.

COMMENT ?

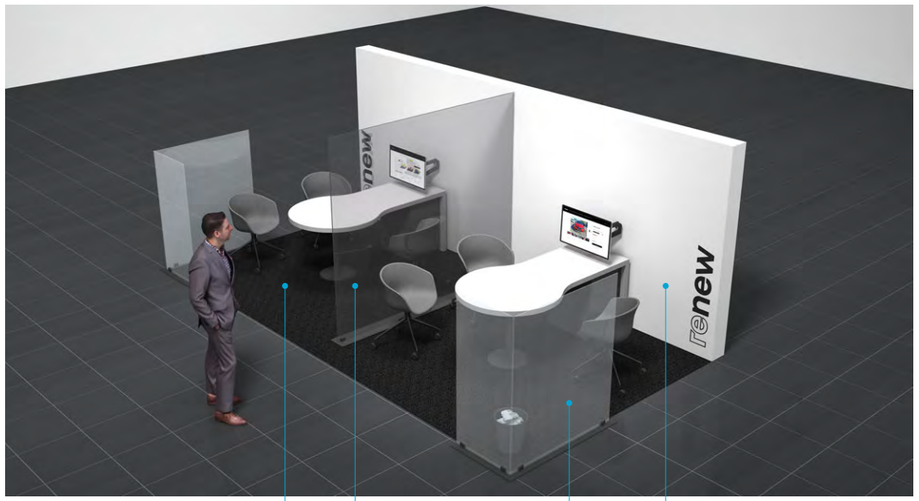
1 Les parois claires dépolies sont implantées de part et d'autre des bureaux vendeurs.

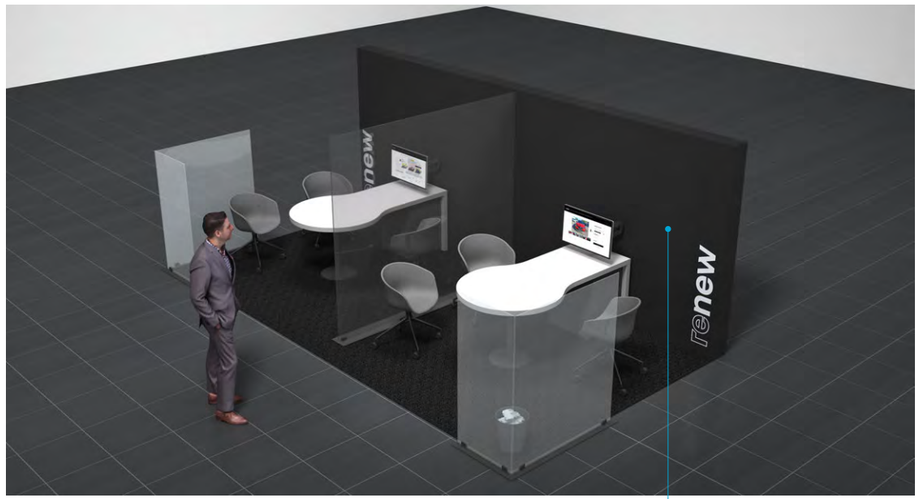
2 Une paroi centrale de couleur foncée sépare les bureaux des conseillers lorsque ceux-ci sont assemblés en groupe de 2.

3 Le mur arrière, d'une hauteur de 2,10 m, est blanc comportant un marquage renew en adhésif noir mat.

4 La moquette gris foncé couvre la globalité de la surface des bureaux.

5 En variante, le mur arrière peut être noir avec la signature renew inversée en blanc.





6.13 Les configurations des bureaux ouverts (2)



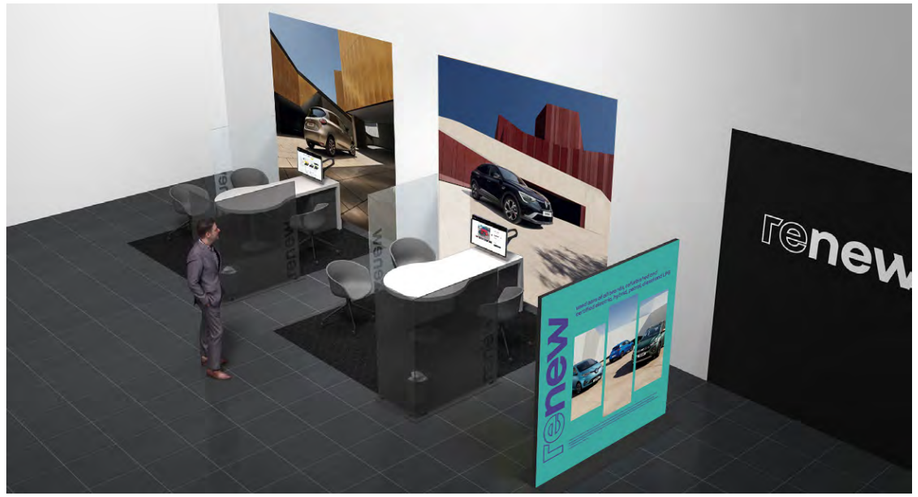
POURQUOI ?

Selon les surfaces des showrooms renew, les bureaux ouverts des conseillers renew pourront être implantés soit par module simple, soit par groupes de 2 modules.

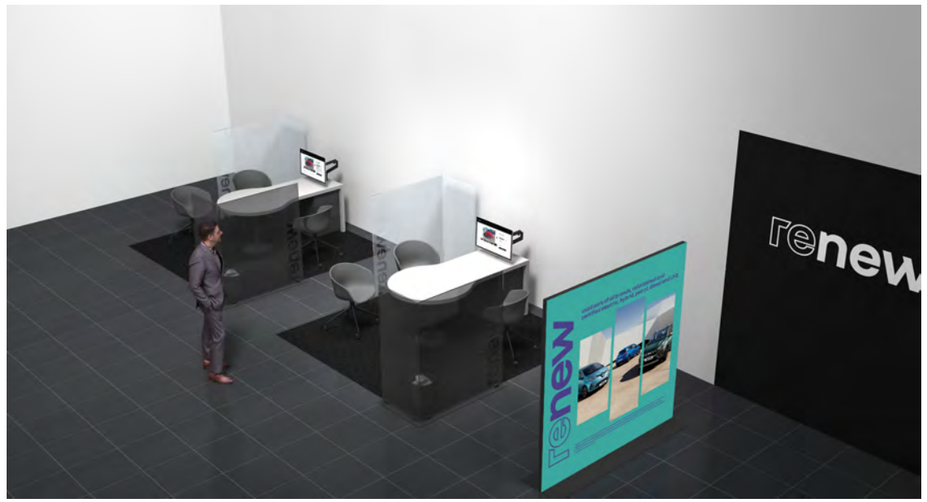
COMMENT ?

1 Dans le cadre d'une implantation en module séparé, une distance minimale de 1m est à respecter afin de préserver la confidentialité des échanges dans chaque bureau.
Il est préconisé d'utiliser des visuels grand format imprimés sur toile tendue (h. 3000 x L. 2700 mm) afin d'animer les espaces de vente (cf. recommandations de la charte architecturale intérieure Renault).
Toutefois, selon les cas d'implantation, le mur du fond peut demeurer blanc.

2 Les bureaux ouverts des conseillers renew peuvent être assemblés par 2 modules comportant une cloison droite d'une hauteur de 2000 mm, perpendiculaire au mur .



1



2

6.14 Description des bureaux ouverts



POURQUOI ?

Les bureaux ouverts sont implantés, soit dans le showroom entre les véhicules présentés, soit contre le mur du fond du showroom.

Deux configurations existent :
- module simple en îlot,
- assemblage de 2 modules simples.

COMMENT ?

1 La table de travail blanche permet d'accueillir 2 clients.

2 Le fauteuil du conseiller est gris foncé. Il diffère des chaises destinées aux clients.

3 Les chaises destinées aux clients sont de couleur gris foncé.

4 La cloisonnette gris foncé (h. 1400 mm) réalisée en PMMA est toujours implantée derrière le conseiller dans le cadre de la configuration en îlot.

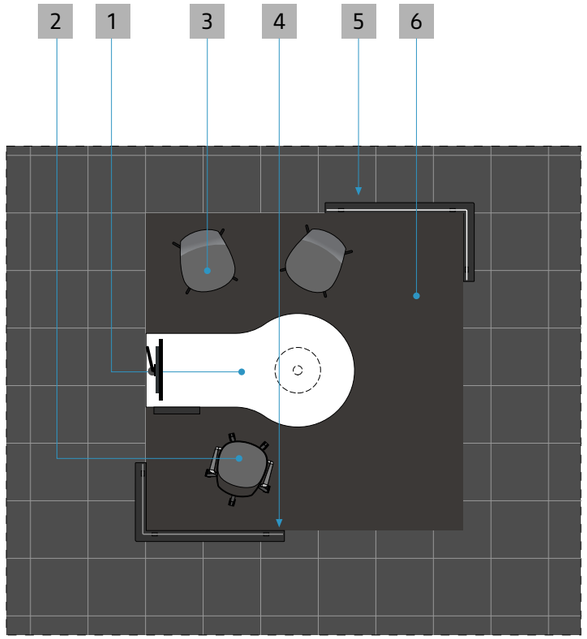
5 La cloisonnette en finition blanc dépoli (h. 1400 mm) réalisée en PMMA filmée est implantée dans l'angle opposé, derrière les clients, dans le cadre de la configuration en îlot.

6 Une moquette gris foncé couvre la globalité de la surface du bureau.

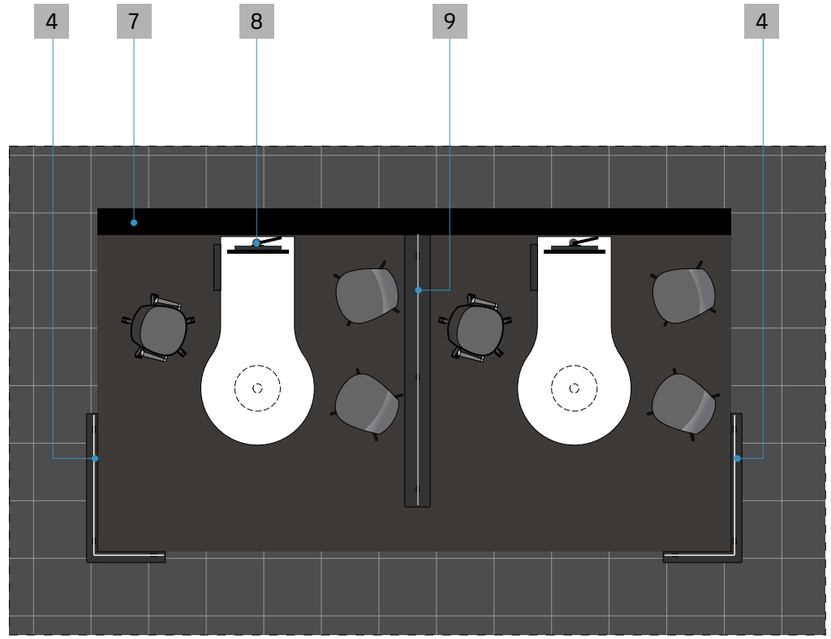
7 Dans le cadre de la configuraion à 2 modules, un mur de hauteur 2100 mm (noir ou blanc), permet d'adosser les mobiliers.

8 Un écran monté sur un bras rotatif permet de présenter les offres renew aux clients.

9 Une cloison vitrée de hauteur 2000 mm en finition gris foncé (noir à 65%) est implantée de manière perpendiculaire et à l'axe du mur du fond.

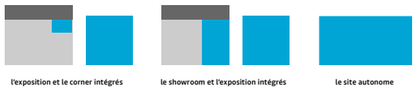


Module simple en îlot



Assemblage de 2 modules simples

6.15 Les bureaux semi-ouverts des conseillers renew



POURQUOI ?

De manière optionnelle, les conseillers de vente renew peuvent disposer d'un bureau semi-ouvert intégré à la périphérie du showroom véhicules neufs.

COMMENT ?

1 Les parois vitrées créent l'intimité nécessaire dans ces espaces semi-ouverts.

2 Une paroi vitrée de couleur foncée est disposée en alternance avec les parties claires.

3 Le mur du fond dispose d'un visuel grand format, réalisé en toile tendue, participant à la création d'une ambiance chaleureuse (cf. recommandations du guide d'aménagement intérieur Renault).

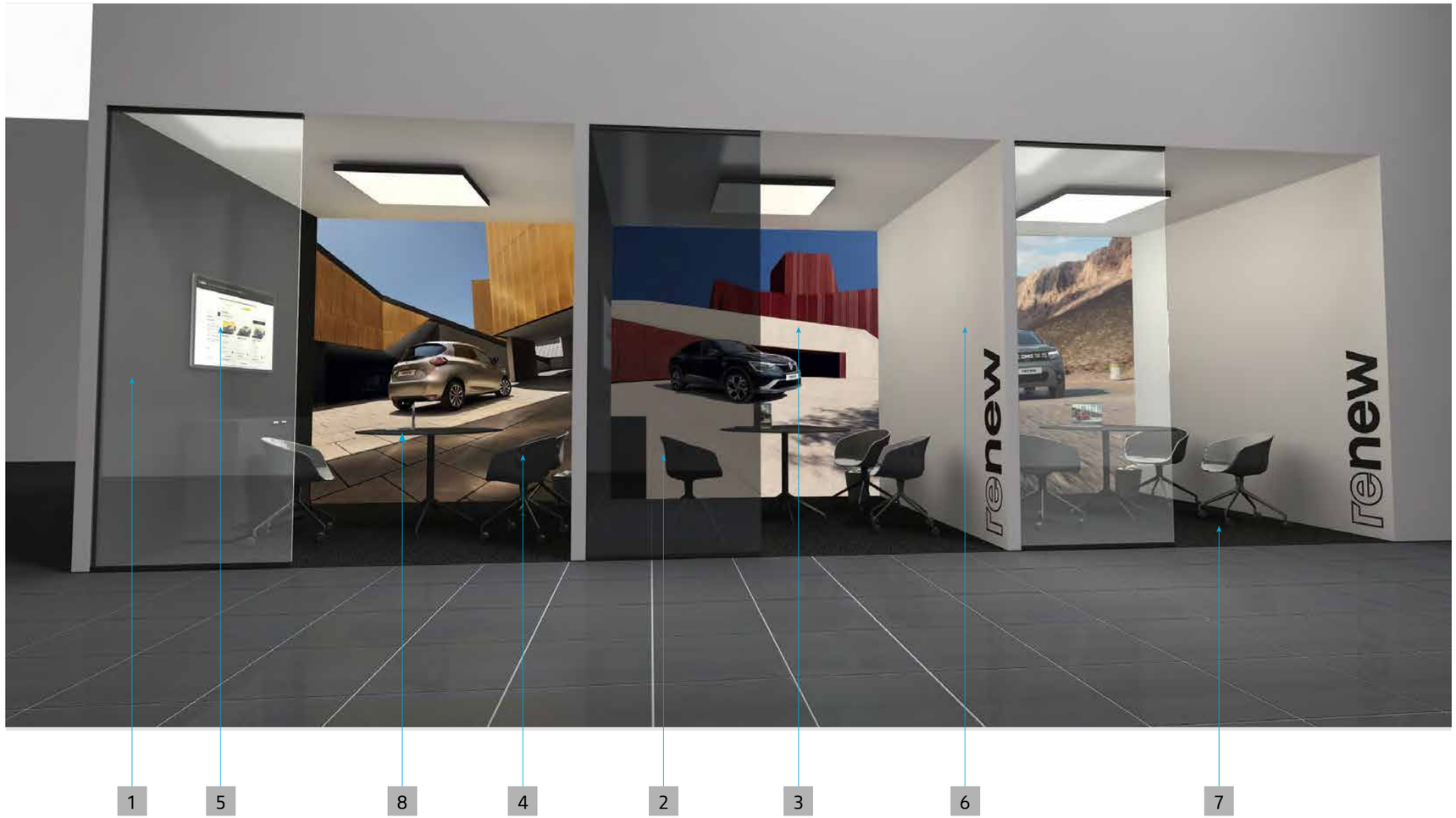
4 Les fauteuils destinés aux clients et aux conseillers de vente adoptent la même couleur.

5 Dans chaque bureau, un écran grand format implanté sur un mur noir mat, permet de présenter les offres renew aux clients.

6 La signature renew présente sur le mur blanc opposé à celui disposant de l'écran, identifie l'espace de vente à renew.

7 La moquette gris foncé délimite et assure un confort à la zone.

8 Table ronde ou forme goutte d'eau selon les besoins



6.16 Description des bureaux semi-ouverts



POURQUOI ?

Deux variantes sont proposées : une variante semi-ouverte et une variante ouverte, implantée en périphérie du showroom.

COMMENT ?

1 La table de travail blanche permet d'accueillir 2 clients.

2 Le fauteuil du conseiller est gris foncé. Il diffère des chaises destinées aux clients.

3 Les chaises destinées aux clients sont de couleur gris clair.

4 La cloison vitrée toute hauteur est réalisée en verre blanc comportant un film dépoli.

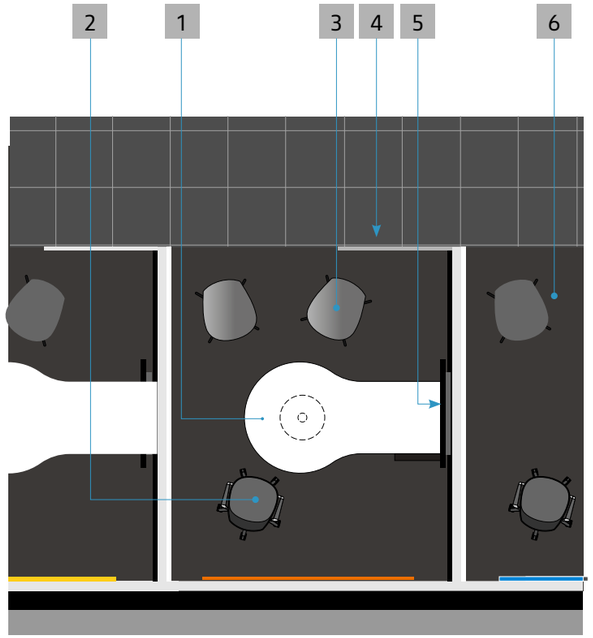
5 L'écran grand format est centré sur le mur noir mat du côté de la cloison vitrée dépolie.

6 Une moquette gris foncé couvre la globalité de la surface du bureau.

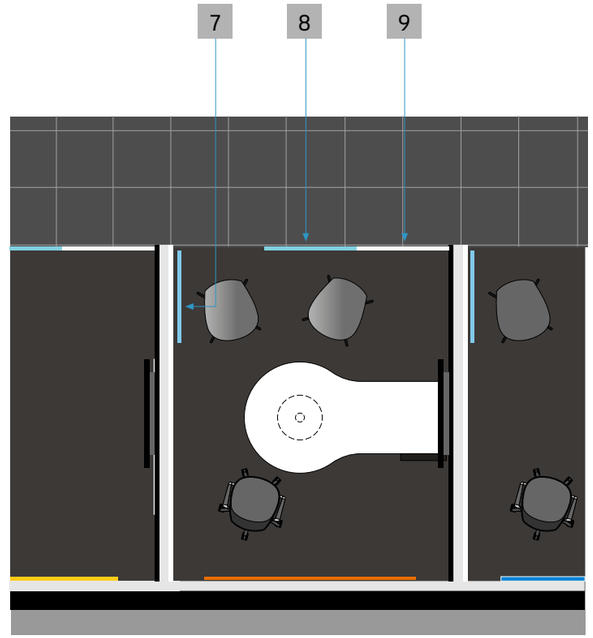
7 La porte est optionnelle permettant de créer un bureau semi-ouvert.

8 Une cloison vitrée toute hauteur en finition gris foncé (noir à 65%) est alternée avec les cloisons vitrées en finition dépolie dans le cas d'implantation conjointe des bureaux renew.

9 La cloison vitrée frontale n'est recouverte que sur 1/4 à 1/3 de sa largeur par le film en finition dépolie.



Bureau semi-ouvert



Bureau semi-ouvert avec porte

7

LE CORNER RENEW DANS UN SHOWROOM MULTI-LABELS

7.1 De quoi parle-t-on ?

POURQUOI ?

Une partie du showroom est dédiée à l'exposition des véhicules d'occasion renew.

L'exposition extérieure est présente dans la majorité des cas, complétant l'offre renew.

A noter qu'il n'y a pas de conseillers de vente renew présents dans ces configurations.

COMMENT ?

1 A l'intérieur du showroom multi-labels, un corner renew présente les véhicules labellisés renew.

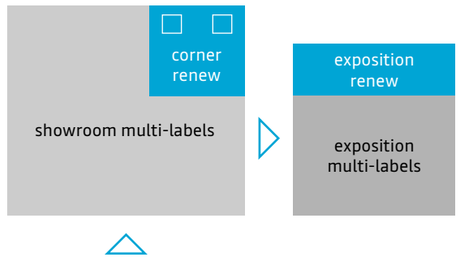
2 Les conseillers de vente renew accueille les clients dans des bureaux dédiés.

3 En complément, l'exposition extérieure renew est implantée sur l'un des côtés du showroom multi-labels.

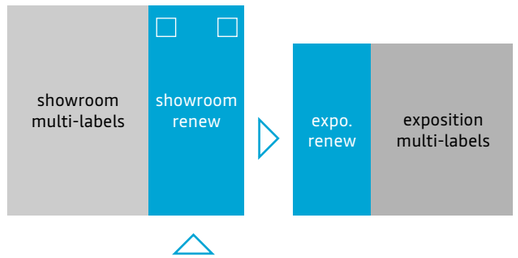
4 La zone d'exposition renew est identifiée par un mât d'aire.

5 En option, un espace de vente peut également être implantée dans l'exposition extérieure selon le nombre de véhicules présents.

6 L'exposition renew peut être implantée, soit à droite, soit à gauche du bâtiment abritant le showroom multi-labels.



Corner renew dans un showroom et exposition extérieure.
Les bureaux vendeurs sont dans le showroom.



Showroom renew et exposition extérieure renew.
Les bureaux vendeurs sont dans le showroom.

7.2 Vue générale du corner renew

POURQUOI ?

Le corner renew permet de présenter les véhicules labelisés renew dans un showroom multi-labels.

Cette configuration est adaptée à la présentation de 1 à 15 véhicules.

Au delà de 15 véhicules, les règles d'exposition à adopter sont celles définies dans le cadre des showrooms renew.

COMMENT ?

1 Un marquage au sol délimite la zone d'exposition dévolue à la présentation des véhicules renew.

2 La promesse-clients est présente sur un support sur platine.
En option et selon la place disponible, une PLV 2x2 peut présenter l'offre promotionnelle renew.

3 Une plaque renew recouvre la plaque d'immatriculation confirmant la présence de la marque renew dans le showroom.

4 Un sticker de pare-brise identifie l'offre renew proposée pour chaque véhicule. Il est apposé dans le coin supérieur gauche du pare-brise.

5 Une étiquette-prix est présente derrière le parebrise de chaque véhicule, accrochée au rétroviseur.



7.3 Implantation du corner renew

POURQUOI ?

La disposition des véhicules doit offrir un aspect organisé et se démarquer au premier regard des autres véhicules présents dans le showroom multi-labels.

COMMENT ?

1 La panneau de promesse-clients est le premier élément qu'aperçoivent les clients dans l'approche du corner renew.

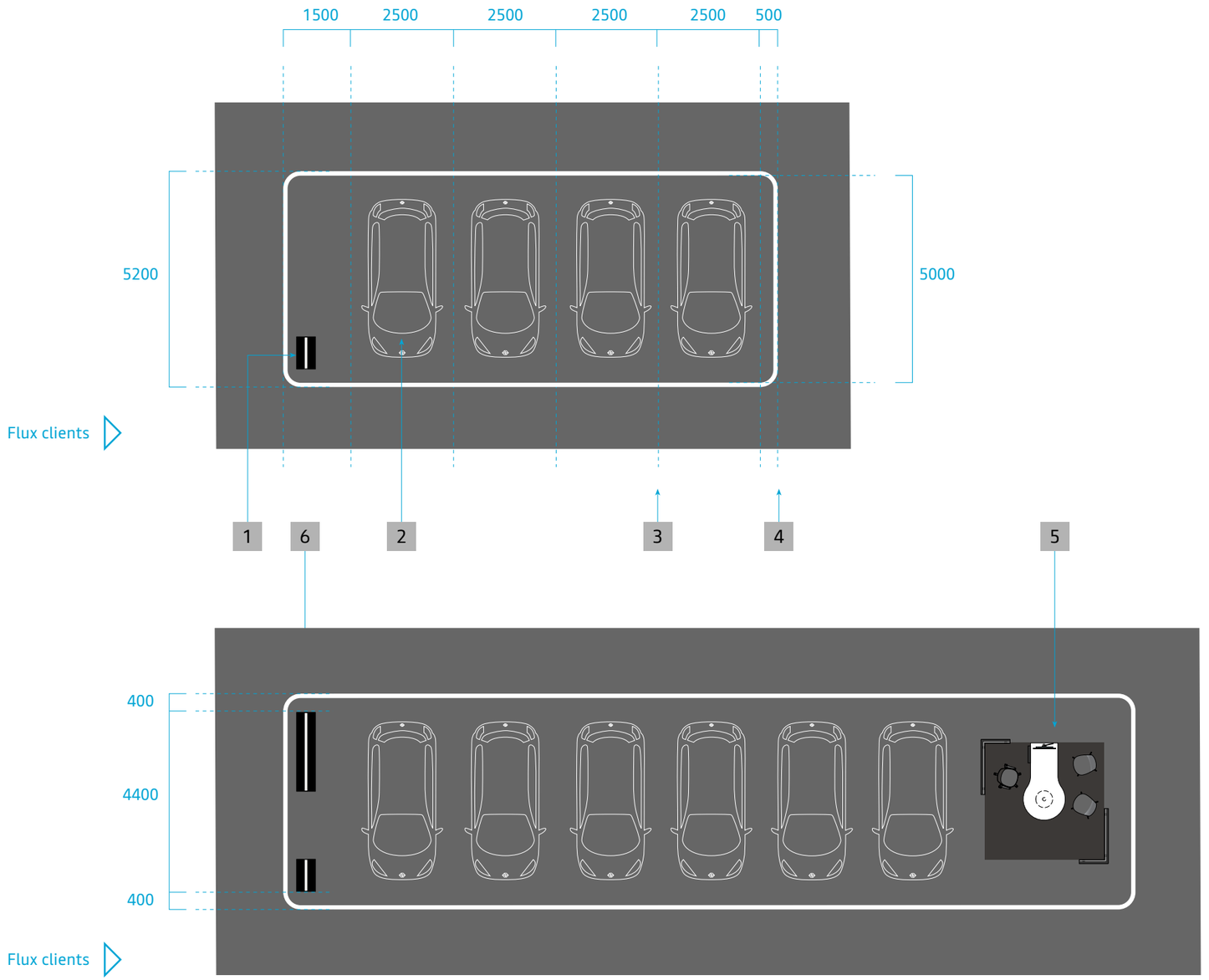
2 Les véhicules sont garés en bataille à 90° par rapport à la circulation. L'avant des véhicules est toujours tourné vers le flux client.

3 Les véhicules sont implantés dans une trame fictive de 2,5 m .

4 Un marquage au sol adhésif blanc délimite le corner renew.

5 En option, un bureau vendeur peut être implanté dans le corner.

6 La PLV 2x2 optionnelle est alignée sur le panneau de promesse-clients, son visuel contribuant à l'attractivité de l'exposition.



7.4 Les bureaux des conseillers renew

POURQUOI ?

Des bureaux vendeurs peuvent être présents dans les showrooms multi-labels.

Pour accueillir les clients, les cosneillers de vente disposent de bureaux semi-ouverts implantés, le cas échéant, à proximité du corner renew.

COMMENT ?

L'image ci-contre présente une configuration associant 2 bureaux vendeurs à un mur noir portant la signature renew.

1 Afin de mieux délimiter l'espace de vente dédié et d'identifier la présence de la marque renew, il est possible d'adosser les bureaux vendeurs à une paroi noire comportant la signature renew.

2 Les parois latérales créent l'intimité nécessaire dans ces espaces ouverts. La paroi claire comporte la signature renew en réserve dans le décor dépoli.

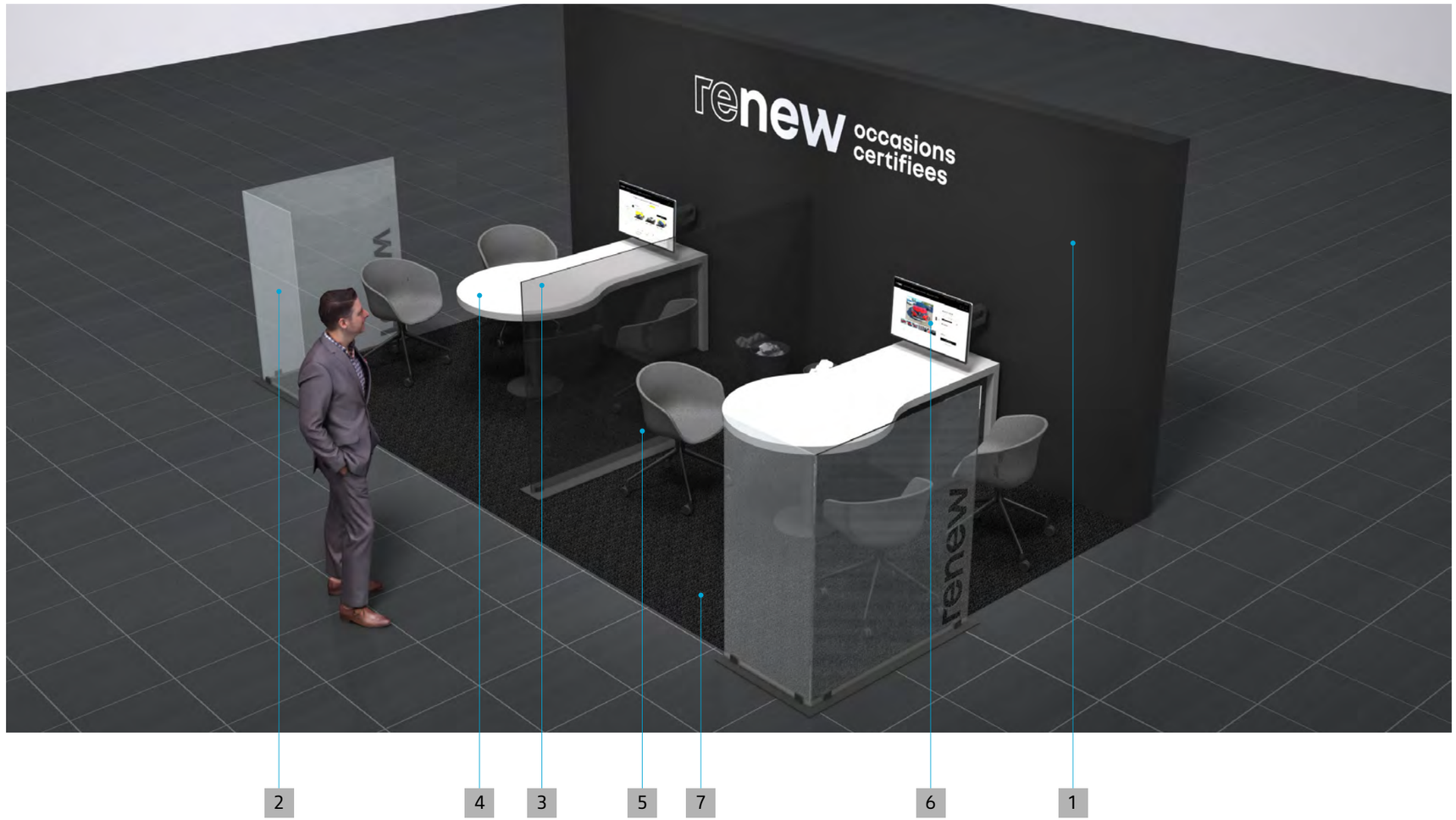
3 Dans cette configuration à 2 modules, la paroi transparente de couleur foncée est implantée à l'axe de la zone séparant les 2 bureaux vendeurs.

4 Le mobilier associe un caisson de rangement gris foncé à un plateau blanc permettant d'accueillir le client dans une ambiance conviviale.

5 Les fauteuils destinés aux clients et aux conseillers de vente adoptent la même couleur.

6 Un écran est intégré au mobilier présentant les offres renew aux clients.

7 La moquette gris foncé délimite et assure un confort à la zone.



7.5 Tableau de composantes

POURQUOI ?

Afin d'offrir une expérience client homogène, les sites renew comportent des composantes obligatoires.

Les composantes optionnelles permettent de personnaliser l'offre de chaque site selon ses besoins et spécificités.

COMMENT ?

Selon le nombre de véhicules exposés, les composantes utilisées varient tout en offrant une vision commune des différentes configurations.

	Composantes	< à 5 véhicules	de 5 à 15 véhicules	> à 15 véhicules
La signalétique d'identification	Drapeaux renew	☐	☐	☐
	Arche	☐	☐	☐
	Mât d'aire	☐	■	■
Les infrastructures	Parking clients dédié	☐	☐	☐
	Accès indépendant	☐	☐	☐
Les composantes de l'exposition extérieure	Marquages de la travée centrale	☐	■	■
	Panneau de promesse-clients	☐	■	■
	Oriflammes génériques	☐	■	■
	Marquages des zones d'exposition	■	■	■
	Mâts d'éclairage	☐	■	■
	Banderole promotionnelle	☐	■	■
	Espace de vente renew	☐	☐	☐
La façade du showroom	Marquage d'entrée renew	☐	☐	☐
	Panneau de promesse-clients	☐	☐	☐
Les composantes du showroom	Bureaux des conseillers renew	■	■	■
	Panneau de promesse-clients	■	■	■
	Caisson d'identification	■	■	■
	Panneaux de zones	■	■	■
	Mur de marque renew	■	■	■
	PLV 2x2	■	■	■

■ obligatoire

■ optionnelle

☐ non applicable

Vous recherchez ...

- des publicités radio et imprimées, des contenus POSM/PLV, ...
  consulter la Toolbox renew réalisée par Renault Global marketing ainsi que
  www.act.diadeis.com/

- 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 maitrisés par des agences ou fournisseurs (illustrator, inkscape,...).