

An aerial photograph of a winding asphalt road at night, illuminated by long-exposure light trails from vehicles. The road curves through a lush green valley with rolling hills and scattered trees. The sky is dark, and the overall scene is captured in a cinematic, long-exposure style.

Renault
Group

LES SITES MULTIMARQUES RENAULT GROUP AVEC UNE MARQUE HORS RENAULT GROUP

Fondamentaux

Edition 1 • Février 2025

Introduction

Ce document définit les règles fondamentales d'implantation à respecter dans le cadre des sites multimarques Renault Group comportant (au moins) une autre marque n'appartenant pas à Renault Group.

Les normes d'identité architecturale et signalétique des marques Renault & Dacia doivent être appliquées dans toutes les situations.

Les parcours clients Renault et Dacia demeurent spécifiques aux clients de ces marques.

Ces sites multimarques constituent des cas particuliers d'implantation du réseau commercial qui doivent être validés par la V.I.T team.

Sommaire

1	Les fondamentaux	4
2	L'identification du site	6
3	Organisation générale	13
4	Les abords	17
5	Les façades des showrooms	22
6	La livraison des véhicules	28
7	La réception après-vente	31
8	La façade après-vente	34
9	Les activités après-vente	39
10	Les activités renew et Renault Pro+	42

1

LES FONDAMENTAUX

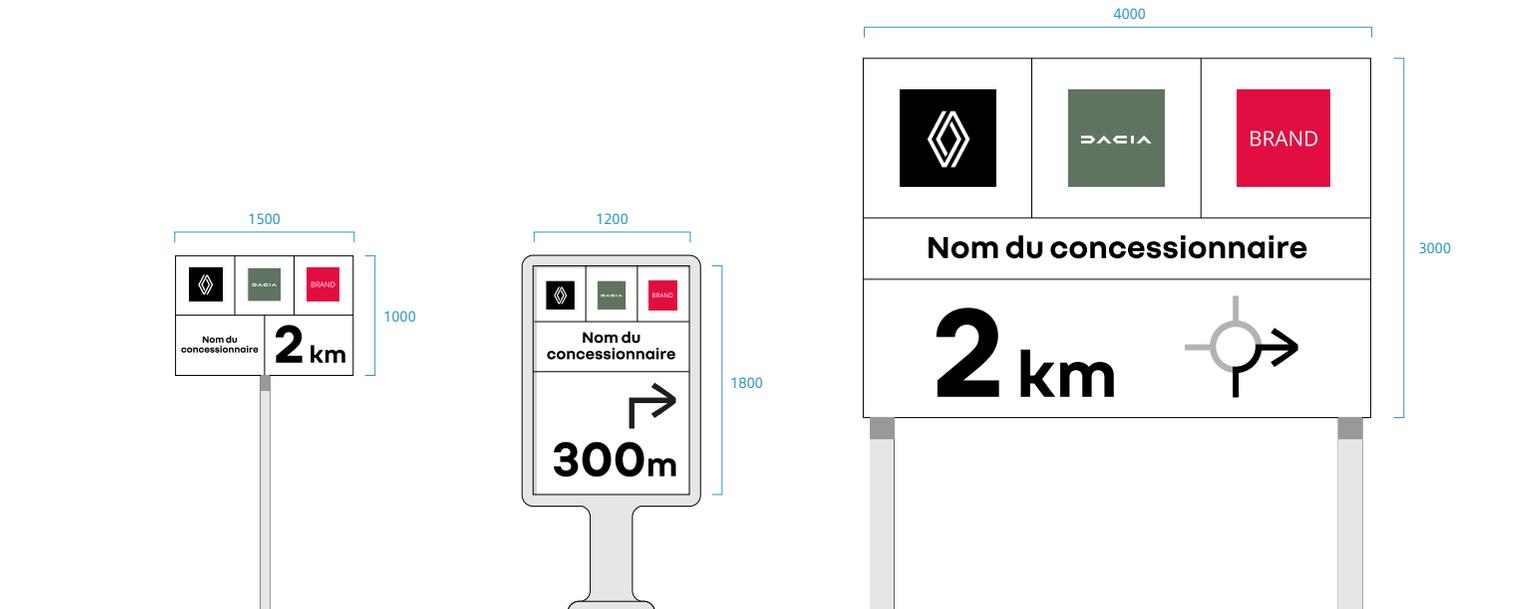
1.1 les grandes règles à observer

- 1 L'identification du site se fait par l'utilisation des systèmes signalétiques des différentes marques** mis en œuvre dans un souci d'impact et de cohabitation maîtrisée.
- 2 Un parking clients est dédié à chacune des marques,** clairement séparé les uns des autres.
- 3 Les façades des showrooms sont identifiées par la signalétique de chacune des marques** soigneusement mises en valeur par une séparation verticale blanche.
- 4 Les showrooms disposent d'une entrée dédiée. Le showroom de la marque hors Renault Group est toujours séparé des autres showrooms par une paroi pleine toute hauteur** couvrant la totalité de la profondeur.
- 5 La livraison des véhicules neufs des marques de Renault Group se fait dans un espace exclusif** dédié.
- 6 Le lounge d'attente est réservé** aux clients des marques de Renault Group.
- 7 Les baies d'atelier de la façade après-vente des marques de Renault Group sont identifiées par la signalétique commune des marques.** Les baies d'atelier dédiées à la marque hors Renault Group sont strictement séparées.
- 8 L'espace après-vente et ses services 24/7 sont réservés aux clients des marques de Renault Group.**
- 9 L'accueil care service est identifié aux marques de Renault Group.** La réception après-vente de la marque hors Renault Group est toujours séparée de l'accueil care service.
- 10 Les expositions extérieures renew et VU sont intégrées au plan général** à l'opposé de la marque hors Renault Group.

2

L'IDENTIFICATION DES SITES

2.1 La présignalétique



PRINCIPES

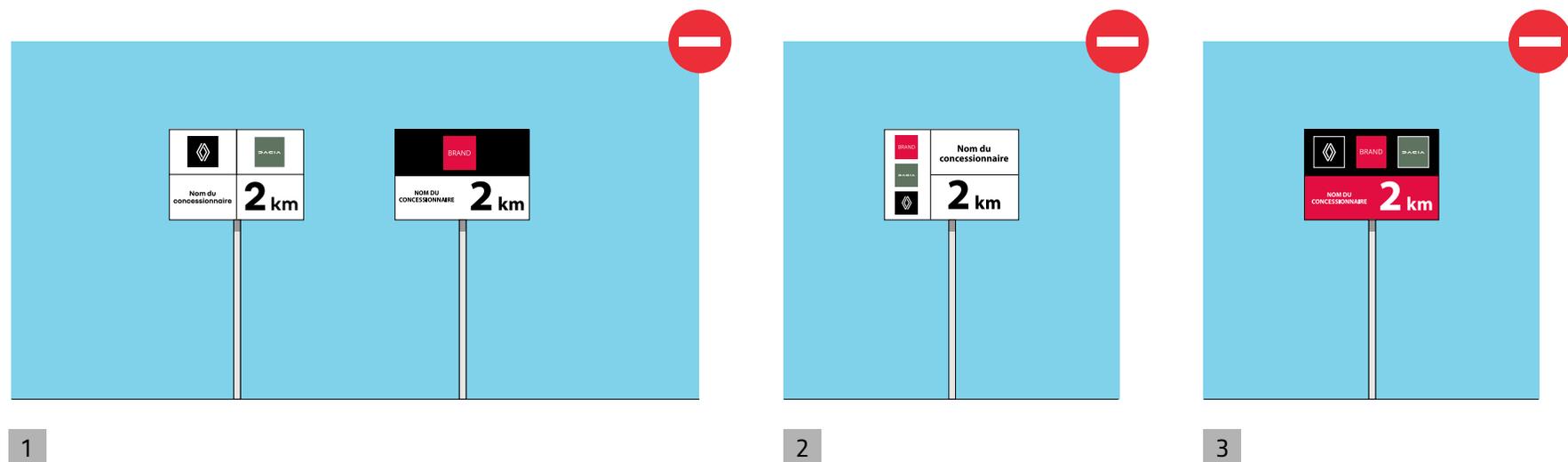
Les panneaux de présignalétique multimarques comportent la signature des marques parfaitement équilibrées.

Les informations et éléments graphiques sont personnalisés à chaque situation.

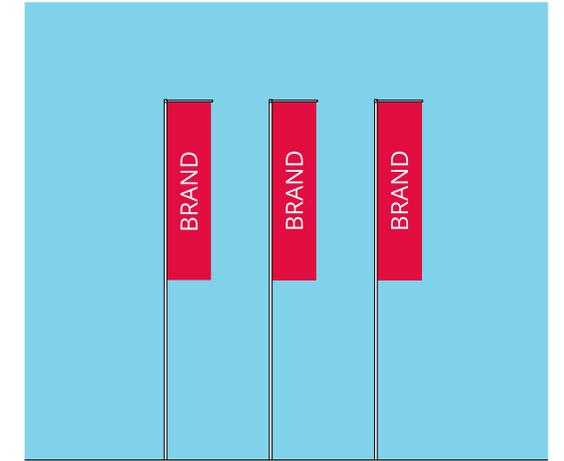
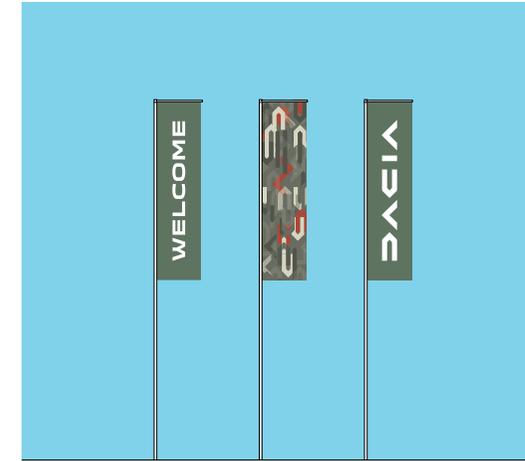
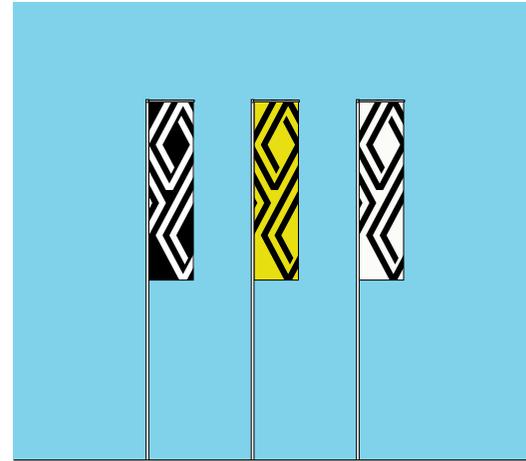
Différents formats sont déclinés pour répondre aux cas d'implantation couverts par une réglementation stricte

INTERDITS

- 1 Cohabitation de 2 panneaux de présignalétique comportant les différentes identités des marques.
- 2 Changement des proportions des éléments graphiques.
- 3 Mélange des codes d'identité des marques sur un même panneau.



2.2 Les drapeaux • groupes de 3



PRINCIPES

Les drapeaux des marques de Renault Group sont implantés à l'opposé du showroom de la marque hors Renault Group.

Les drapeaux de la marque hors Renault Group sont implantés à côté du showroom dédié à cette marque.

Implantés en groupes de 3 drapeaux, leur nombre est identique de part et d'autre du bâtiment.

INTERDITS

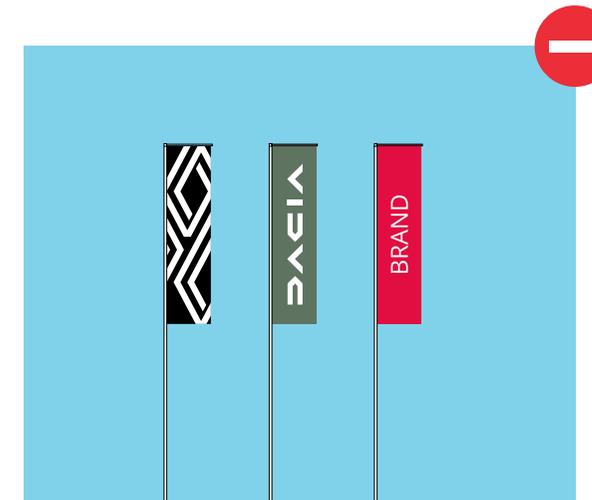
- 1 Mélange des drapeaux Renault avec celui de la marque hors Renault Group.
- 2 Mélange des drapeaux des marques de Renault Group avec celui de la marque hors Renault Group.

CAS PARTICULIER

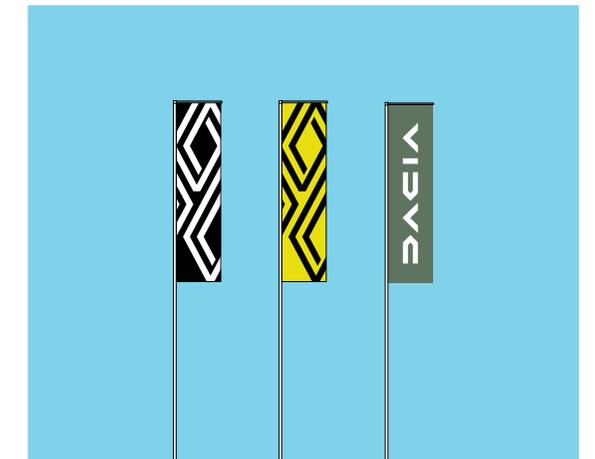
- 3 Le mélange des drapeaux des marques de Renault Group est possible lorsque l'implantation en séries séparées n'est pas réalisable.



1

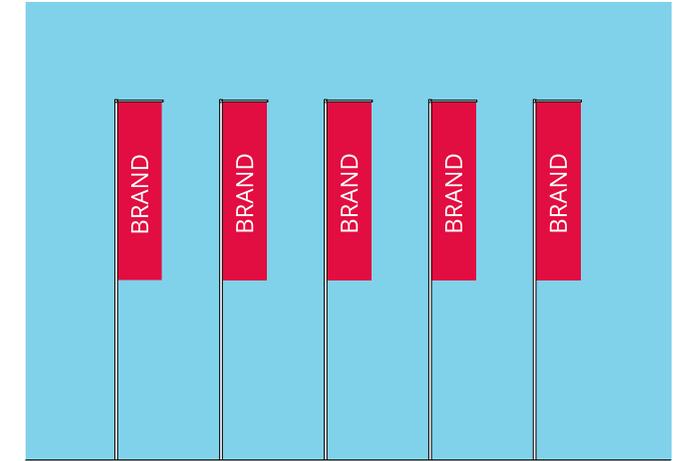
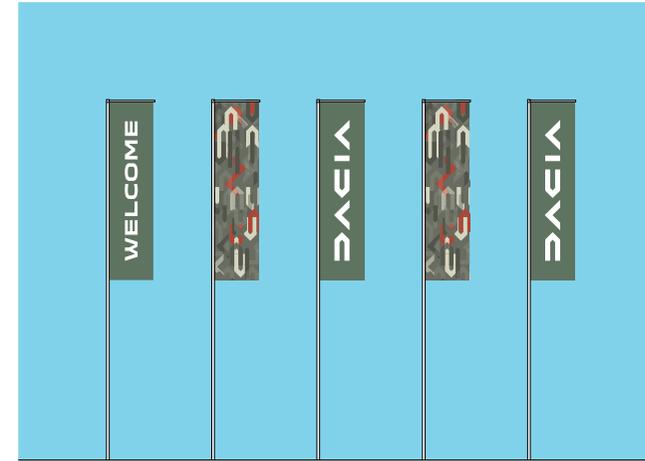
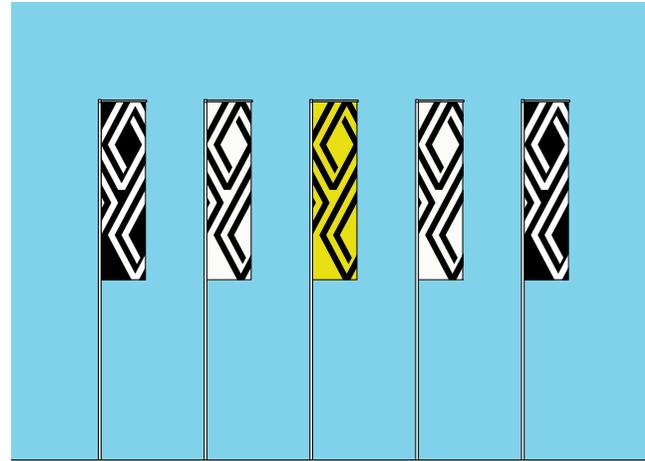


2



3

2.3 Les drapeaux • groupes de 5



PRINCIPES

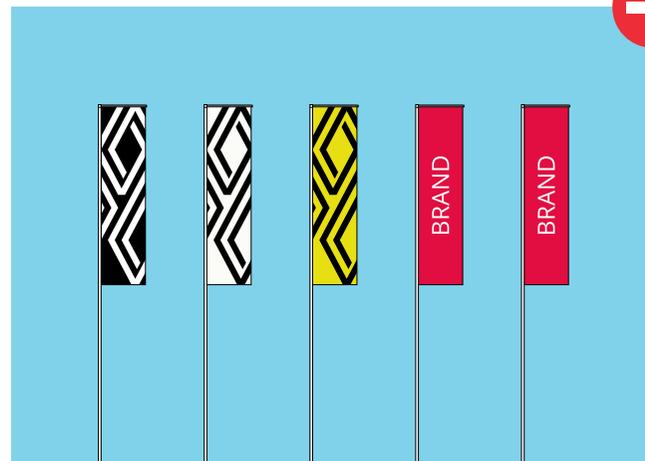
Les drapeaux des marques de Renault Group sont implantés à l'opposé du showroom de la marque hors Renault Group.

Les drapeaux de la marque hors Renault Group sont implantés à côté du showroom dédié à cette marque.

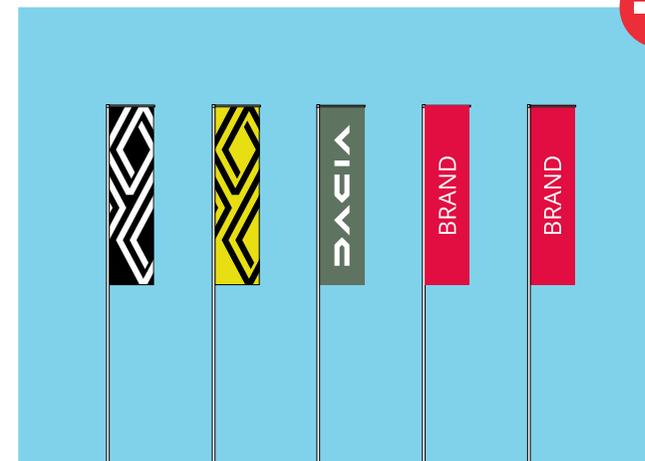
Implantés en groupes de 5 drapeaux, leur nombre est identique de part et d'autre du bâtiment.

INTERDITS

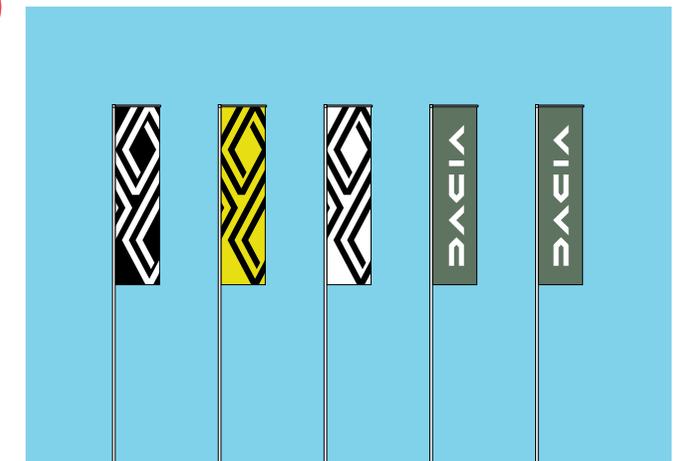
- 1 Mélange des drapeaux Renault avec celui de la marque hors Renault Group.
- 2 Mélange des drapeaux des marques de Renault Group avec celui de la marque hors Renault Group.



1



2

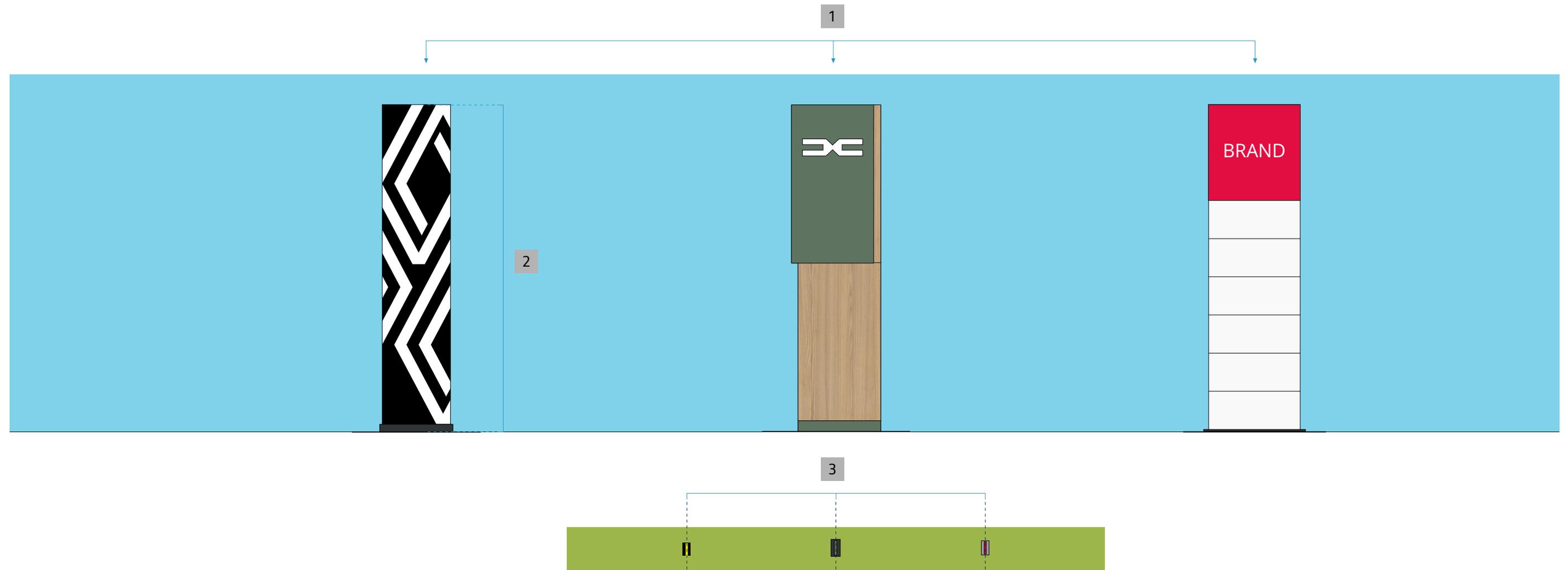


3

CAS PARTICULIER

- 3 Le mélange des drapeaux des marques de Renault Group est possible lorsque l'implantation en séries séparées n'est pas réalisable.

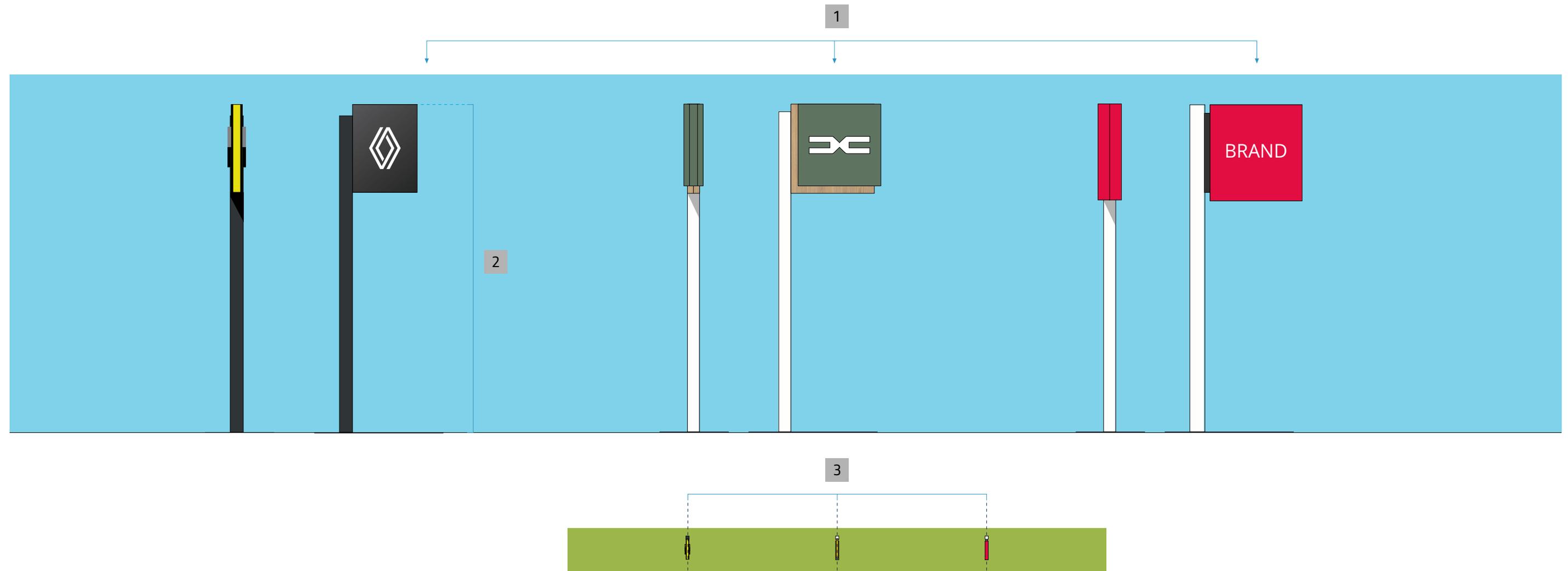
2.4 Les totems



PRINCIPES

- 1 Le totem de chacune des marques est implanté devant le showroom dédié.
- 2 Les totems ont une taille et un impact similaires.
- 3 La distance minimale entre 2 totems est de 12 m.

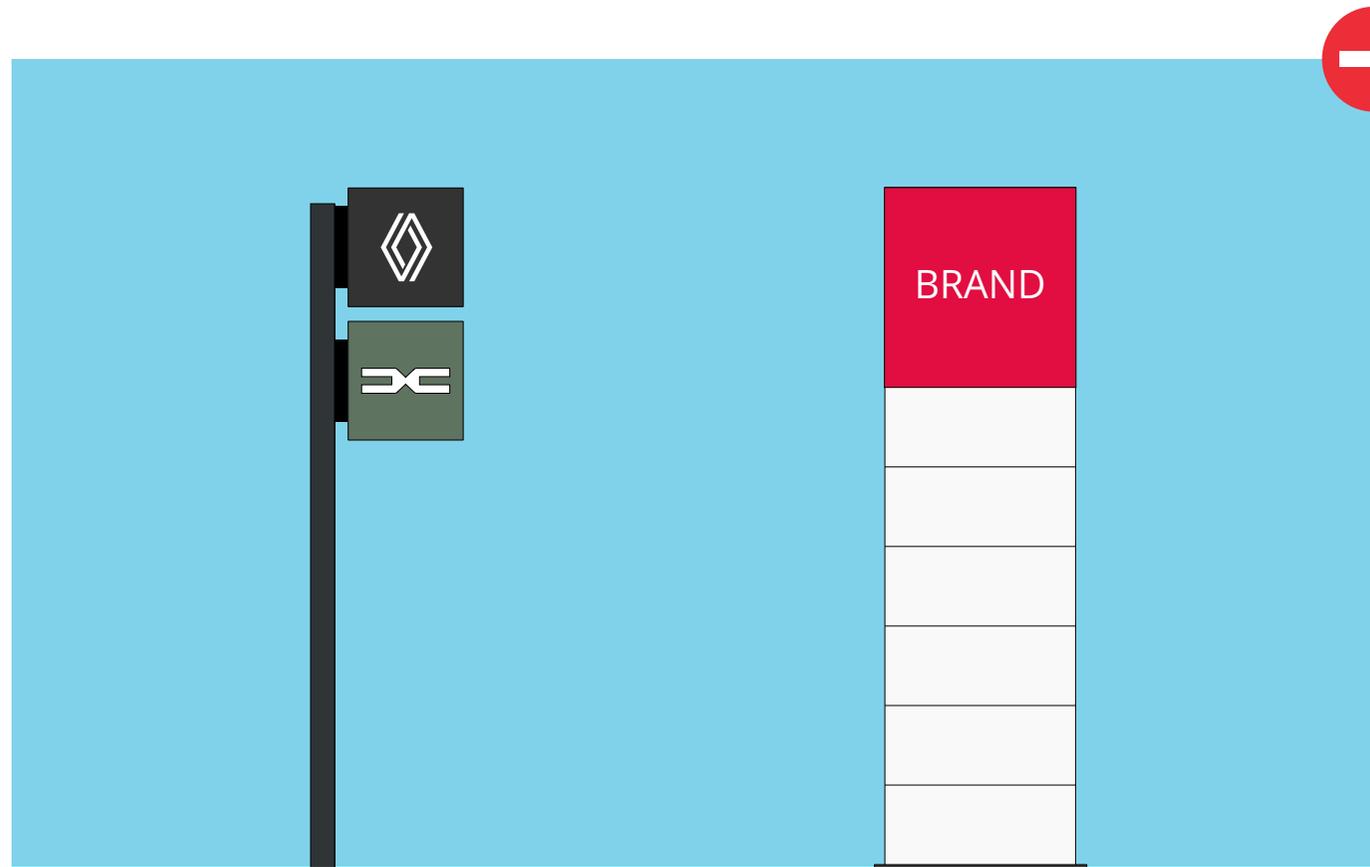
2.5 Les enseignes en drapeau



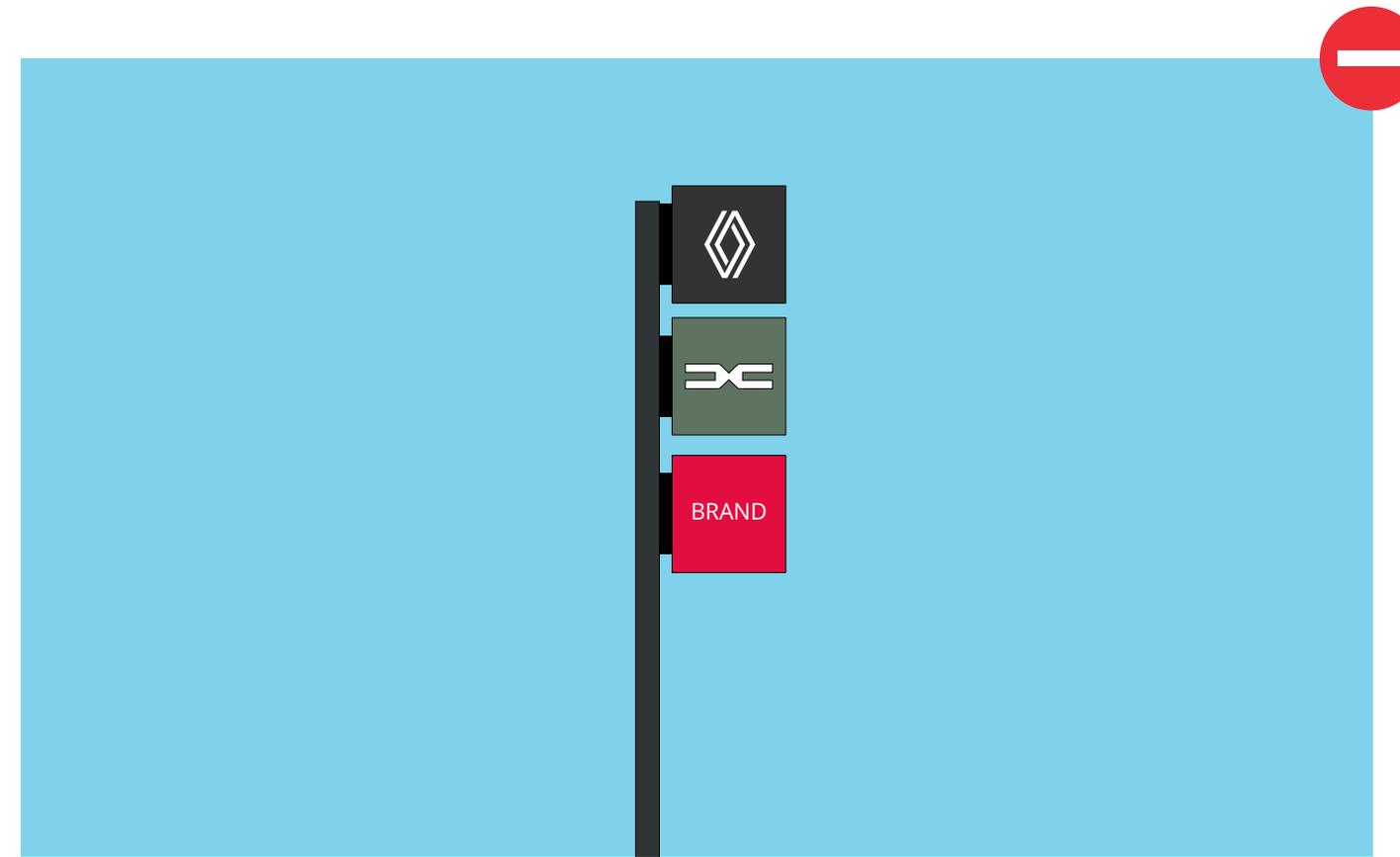
PRINCIPES

- 1 Les enseignes sont utilisées dans les sites urbains u lorsque les totems ne peuvent pas être installés.
- 2 Les mâts des enseignes doivent avoir la même taille (mâts de 4,5 ou 6,5 m), les enseignes doivent avoir un impact similaire.
- 3 La distance minimale entre 2 enseignes sur mât est de 12 m.

2.6 Les totems et les enseignes en drapeau • interdits



1



2

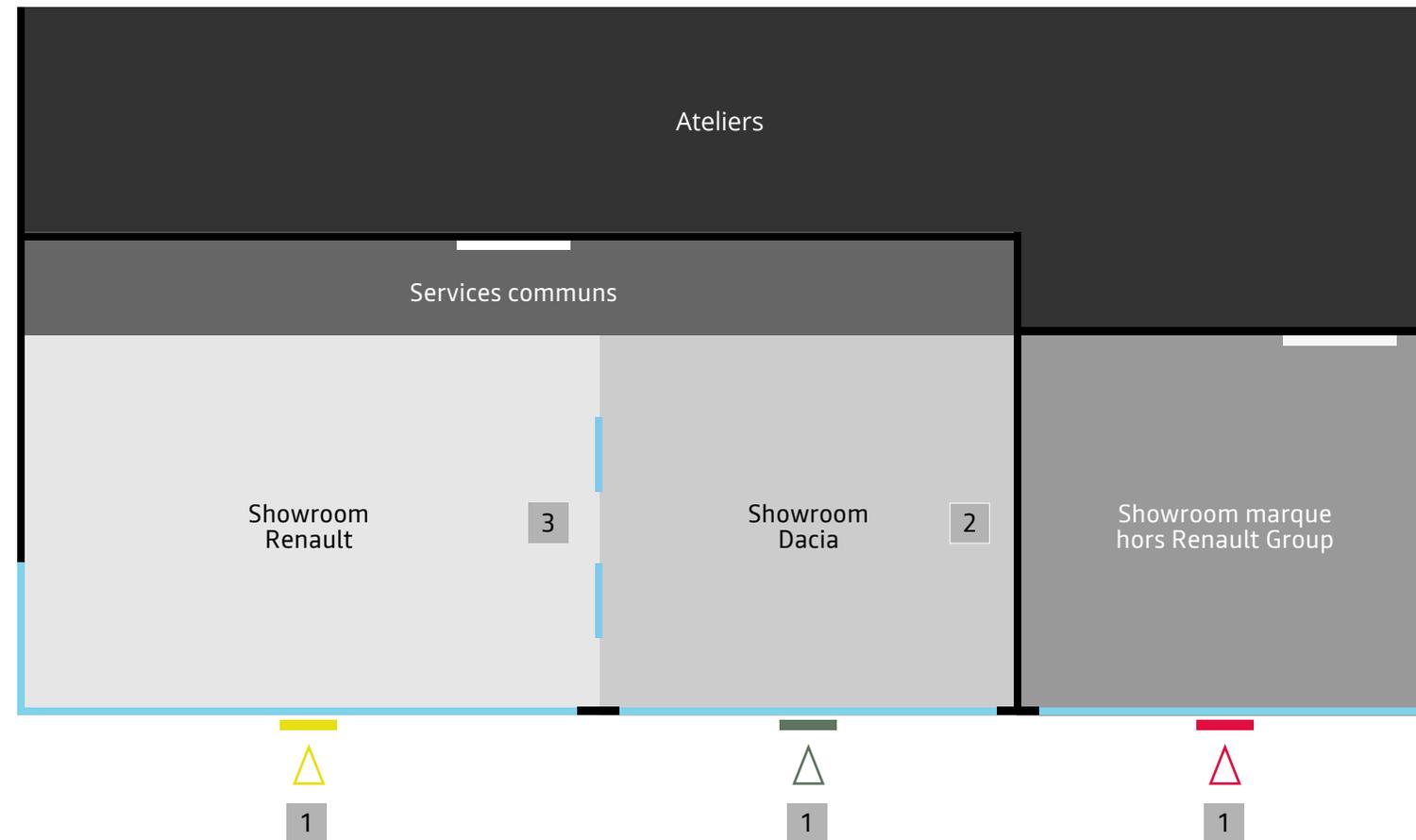
PRINCIPES

- 1 Les enseignes multimarques des marques de Renault Group sur mât ne doivent pas être utilisées en combinaison avec le totem de la marque hors Renault Group.
- 2 La marque hors Renault Group ne doit pas être intégrée sur le mât des enseignes multimarques des marques de Renault Group.

3

ORGANISATION GÉNÉRALE

3.1 Implantation générale des showrooms



PRINCIPES

- 1 Chaque showroom possède une entrée dédiée à ses clients.
- 2 Le showroom de la marque hors Renault Group est séparé des autres showrooms par une paroi pleine toute hauteur; toute longueur.
- 3 Les showrooms des marques de Renault Group sont séparés par des parois transparentes couvrant jusqu'à 40 % de leur profondeur.

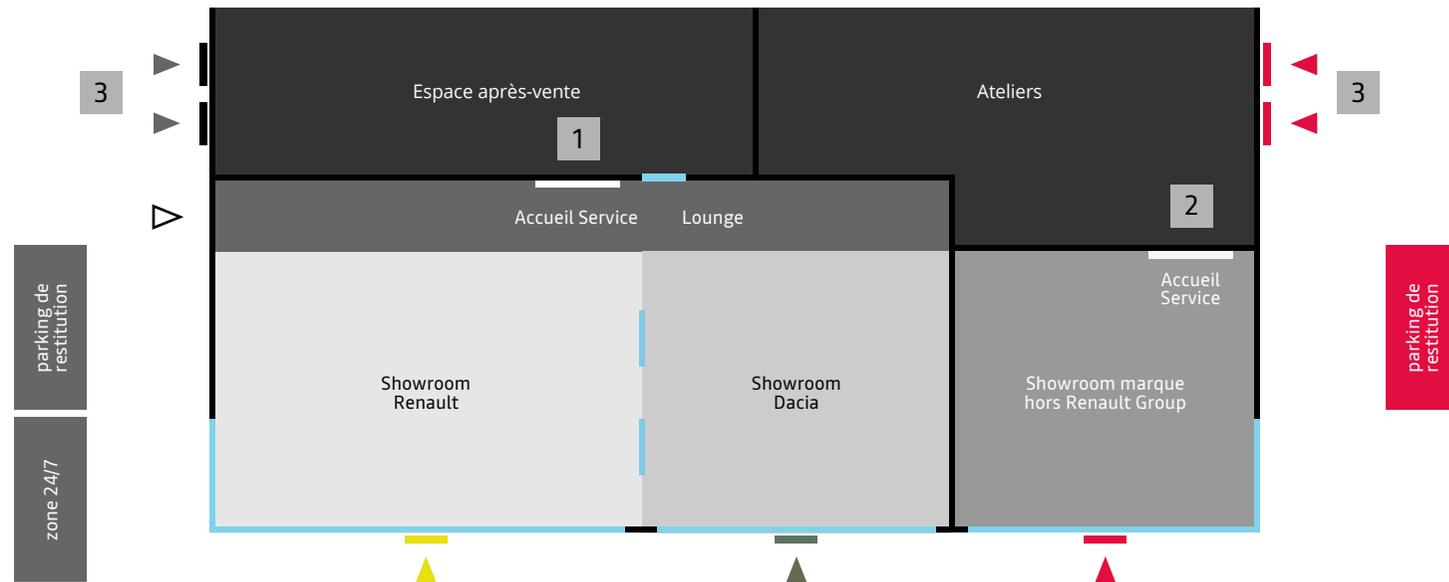
3.2 Implantation de l'après-vente

CONFIGURATION STANDARD

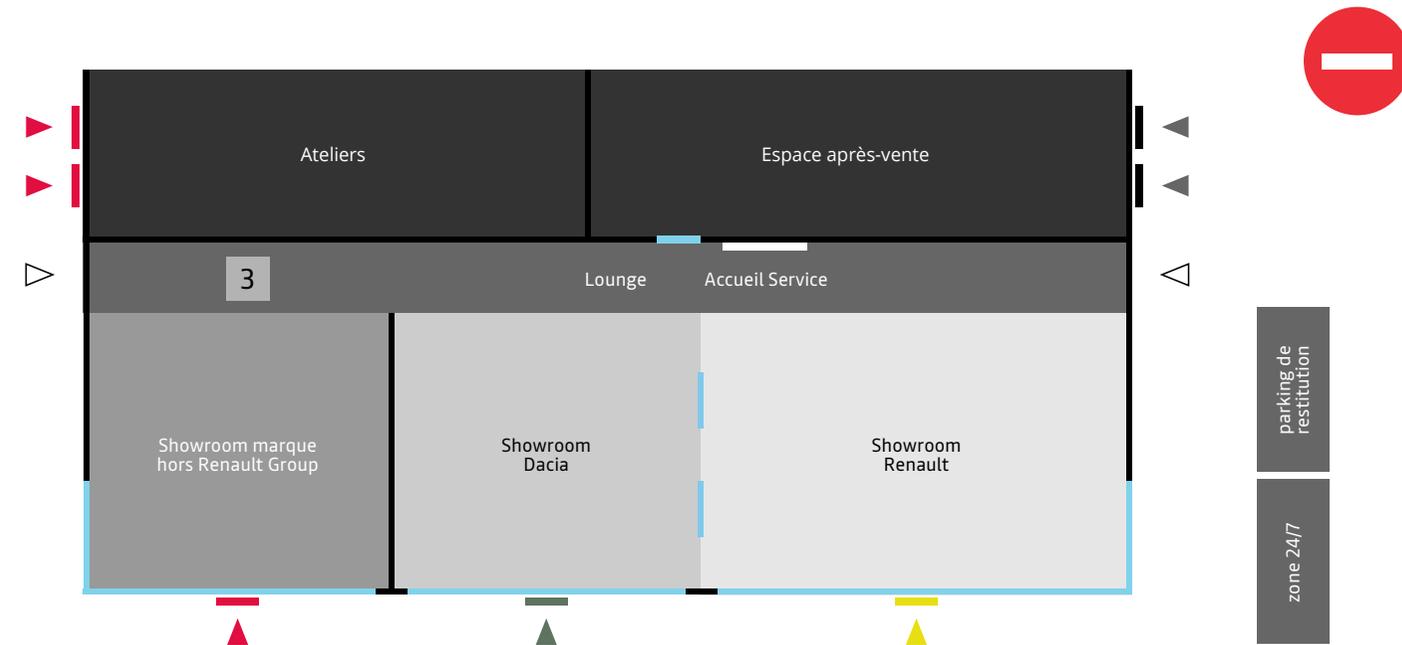
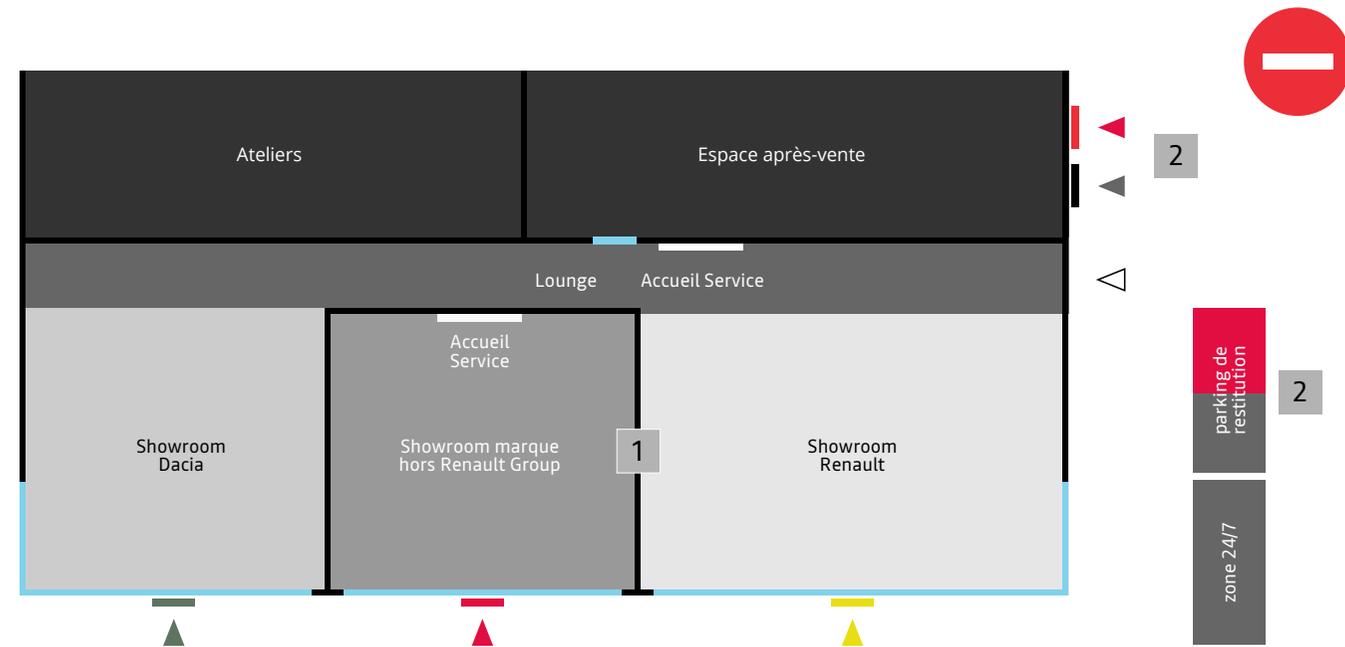
- 1 L'accueil service est commun aux marques de Renault Group. Le lounge est réservé aux clients des marques de Renault Group.
- 2 La réception après-vente de la marque hors Renault Group est séparée de celle dédiée aux marques de Renault Group.
- 3 Les baies d'atelier (communes aux marques de Renault Group) sont implantées dans le prolongement des showrooms respectifs.

CONFIGURATION INVERSÉE

- 4 Le showroom Renault est toujours implanté à l'opposé du showroom de la marque hors Renault Group.
- 5 Les espaces après-vente des marques de Renault Group sont communs. ils s'implantent de manière séparée des espaces de la marque hors Renault Group.
- 6 Les zones dédiées à l'après-vente de la marque hors Renault Group sont toujours séparées des zones dédiées aux marques de Renault Group.



3.3 Interdits



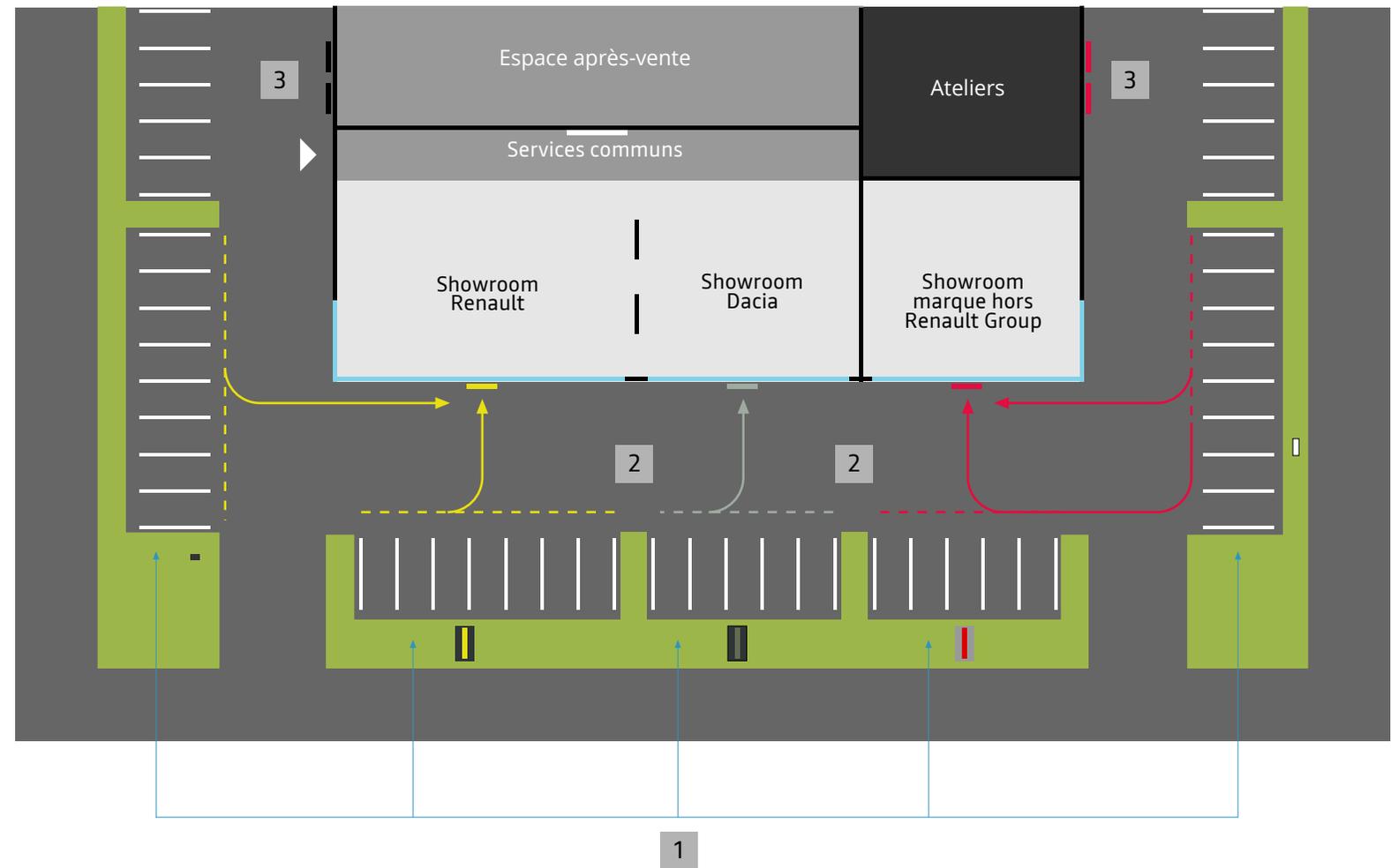
INTERDITS

- 1 Les showrooms des marques de Renault Group ne peuvent être séparés par le showroom de la marque hors Renault Group.
- 2 Les espaces liés à l'après-vente des marques de Renault Group ne peuvent être partagés avec la marque hors Renault Group.
- 3 Le showroom de la marque hors Renault Group doit toujours être séparé des espaces communs dédiés à des marques de Renault Group.

4

LES ABORDS

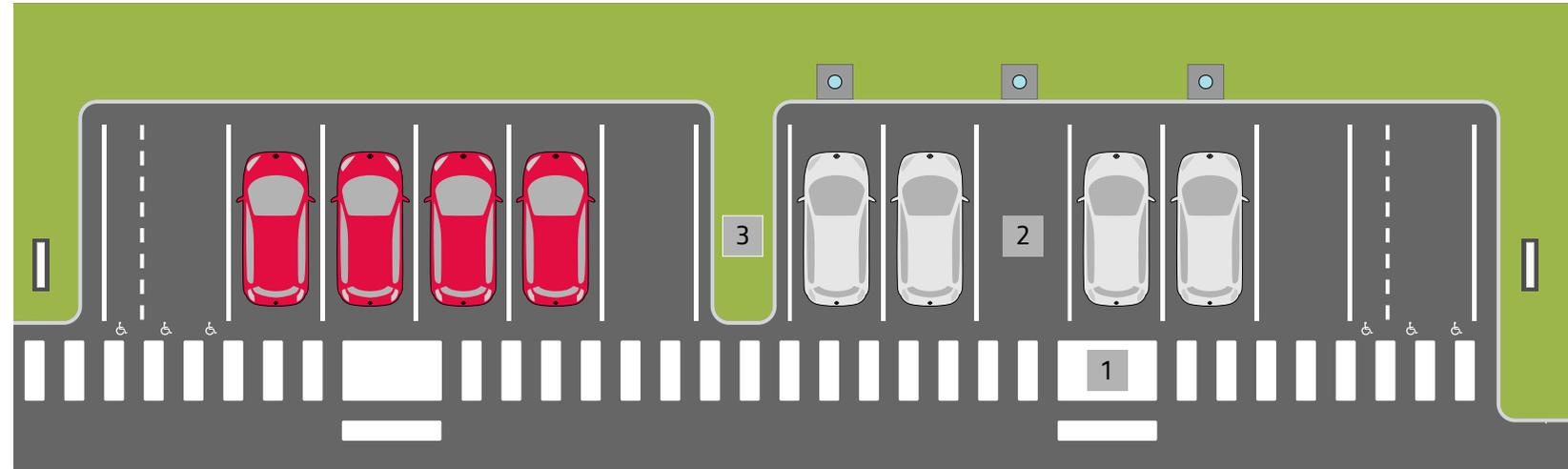
4.1 Les parkings clients • implantation



PRINCIPES

- 1 Les parkings clients sont séparés pour chacune des marques. Ils sont implantés devant les showrooms (compléments possibles sur les côtés).
- 2 Dans la mesure du possible, un terre-plein crée une séparation entre les différents parking dédiés à chacune des marques.
- 3 En façade après-vente, les parkings de restitution sont implantés à proximité des baies d'atelier dédiées à chacune des marques.

4.2 Les parkings clients • description

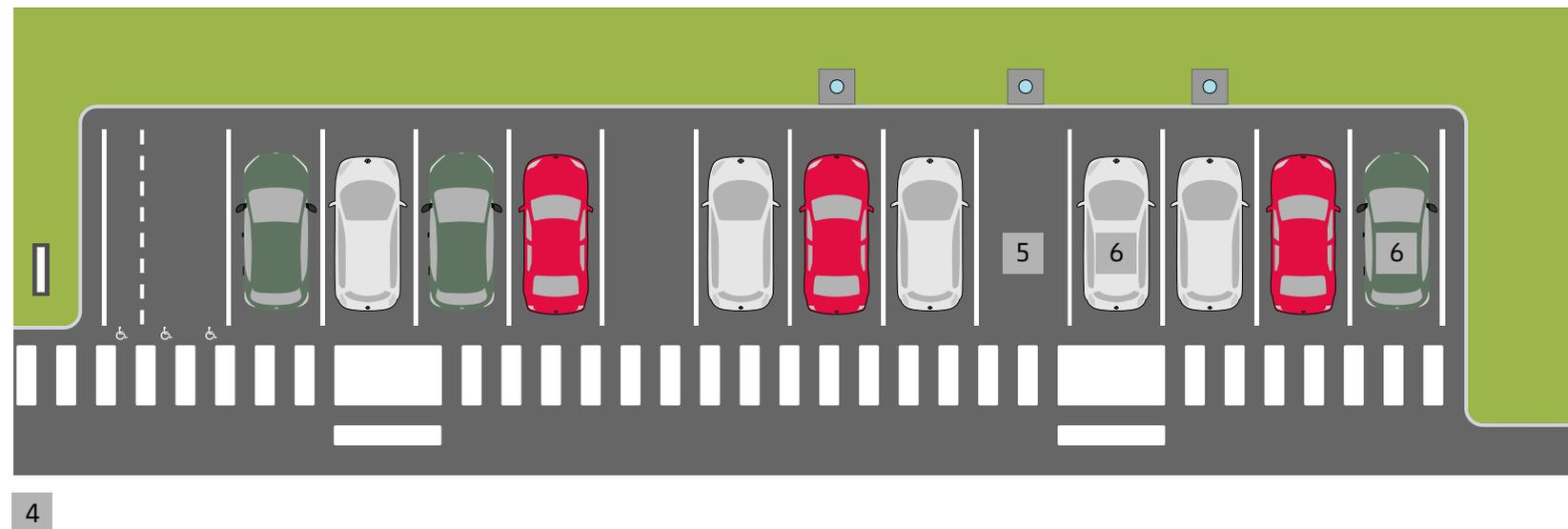


LES PARKINGS CLIENTS SÉPARÉS

- 1 Les passages protégés, tracés en peinture blanche, sont aux normes du Code de la route.
- 2 Les places, au format standard européen 2300 x 5000 mm, ne possèdent aucun signe distinctif spécifique aux marques.
- 3 Une zone de séparation (terre-plein engazonné ou autre) accentue la séparation des zones de parking dédiée à chacune des marques

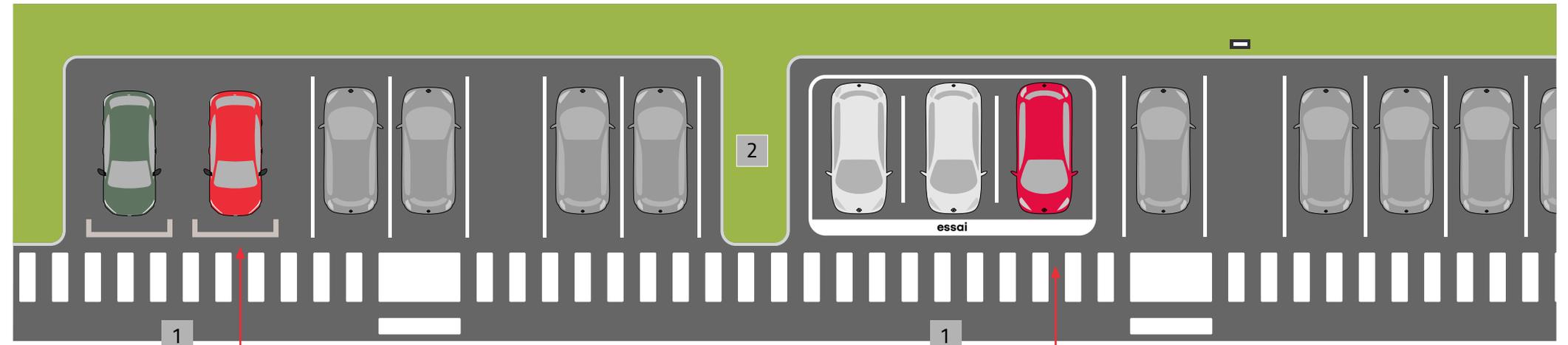
LE PARKING CLIENTS COMMUN

- 4 Un parking clients commun aux clients Renault et Dacia peut être implanté lorsque des parkings séparés ne sont possibles.
- 5 Les places, au format standard européen 2300 x 5000 mm, ne possèdent aucun signe distinctif spécifique aux marques.
- 6 Par défaut, les clients de la marque hors Renault Group peuvent venir se garer dans ce parking commun.



4

4.3 Les zones test drive des marques Renault et Dacia

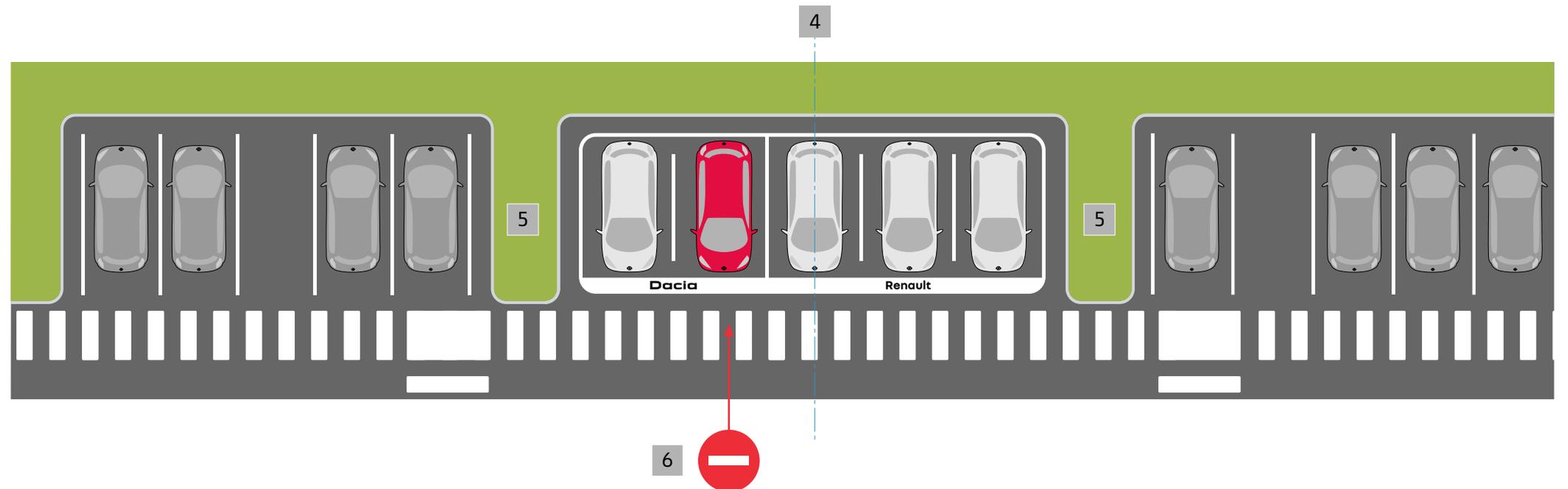


LES ZONES TEST DRIVE SÉPARÉS

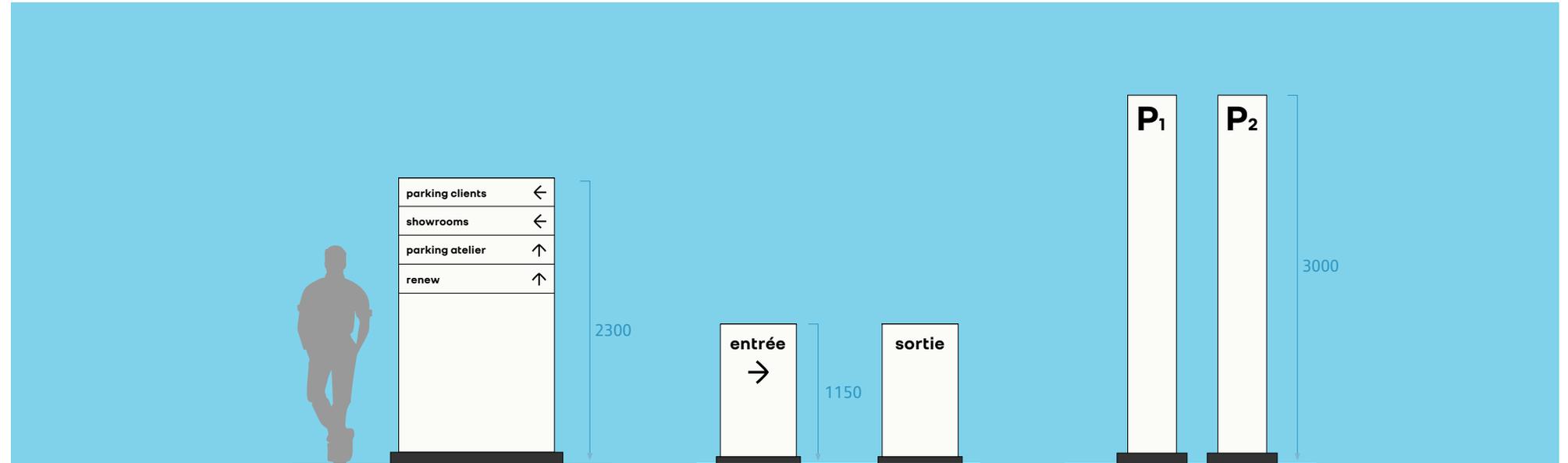
- 1 La zone Test Drive Dacia et Dacia peuvent être intégrées dans la zone de parking clients réservée aux marques du Renault Group.
- 2 Les zones Test Drive sont séparées par un terre-plein.
- 3 En aucun cas, les véhicules de la marque hors Renault Group ne peuvent être présents dans les zones Test Drive des marques Renault Group.

LA ZONE TEST DRIVE COMMUNE

- 4 La zone Test Drive commune doit être implantée dans l'axe de la séparation des showrooms des marques de Renault Group
- 5 La zone Test Drive commune est séparée des parkings des marques de Renault Group par des terre-pleins.
- 6 En aucun cas, les véhicules de la marque hors Renault Group ne peuvent être présents dans la zone Test Drive commune aux marques Renault Group.



4.4 La signalétique directionnelle



PRINCIPES

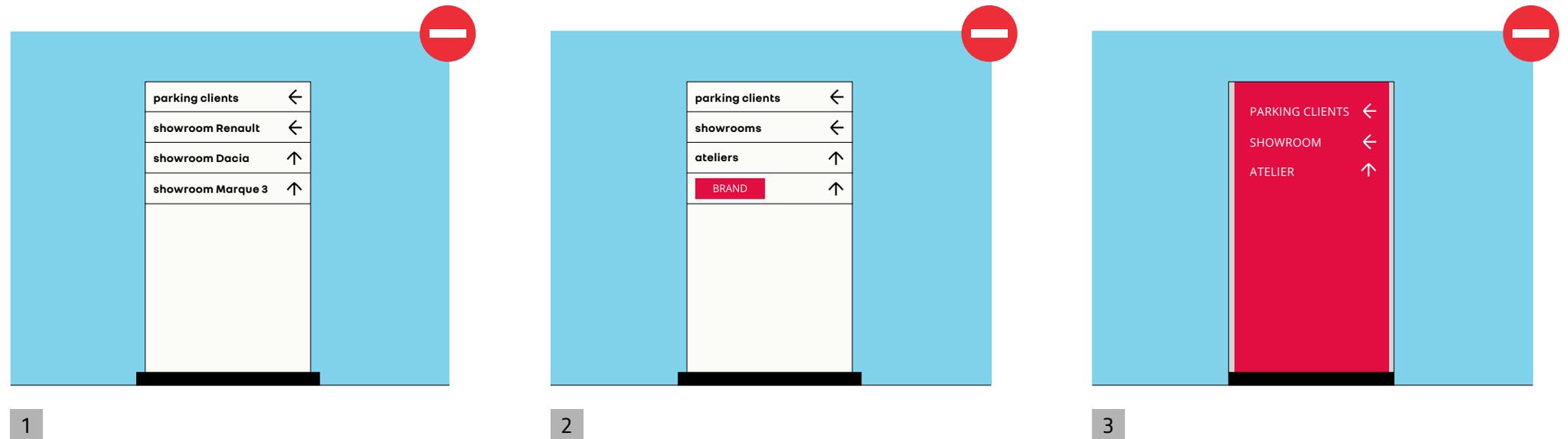
La signalétique directionnelle multimarque de Renault Group doit être utilisée.

La cohabitation entre ces éléments et ceux d'une marque hors Renault Group est à proscrire.

Aucune mention des marques (nom de marque ou logotype) ne doit figurer sur les faces de ces éléments.

INTERDITS

- 1 Utilisation des noms de marque dans les intitulés est à proscrire.
- 2 Utilisation des identités visuelles des marques est à proscrire sur les faces des panneaux directionnels.
- 3 La cohabitation entre les panneaux directionnels Renault Group et ceux de la marque hors Renault Group est à proscrire.



5

LES FAÇADES DES SHOWROOMS

5.1 La façade-type



CONFIGURATION STANDARD

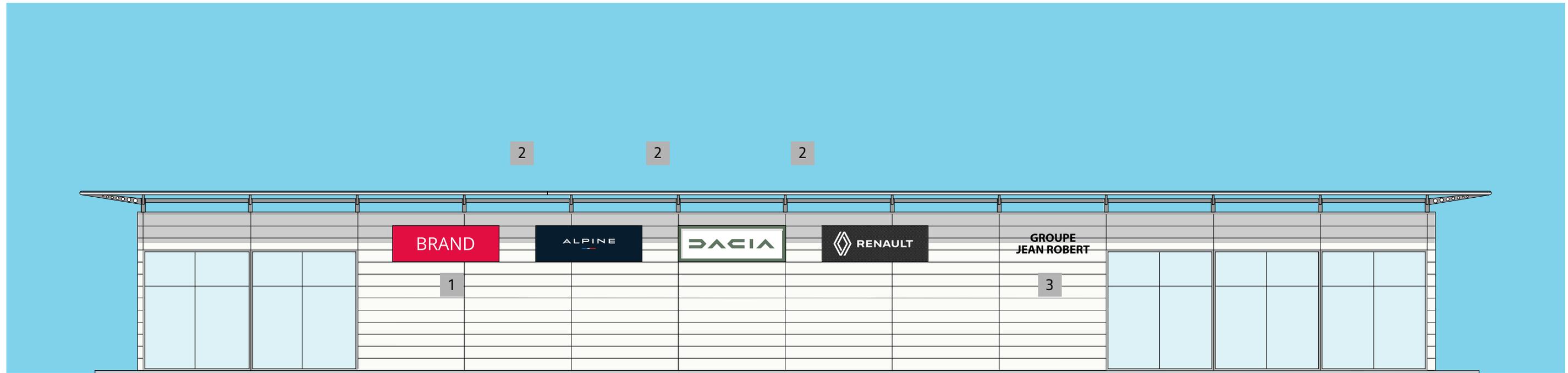
- 1 Les systèmes d'identité visuelle des différentes marques s'appliquent sur les frontons de chacun des showrooms, de manière équilibrée.
- 2 Une séparation verticale blanche d'une largeur minimale de 1 m (jusqu'à 3 m) accentue la séparation entre les marques.
- 3 L'accès à chacun des showrooms se fait par une porte dédiée clairement identifiée par la signalétique.

CONFIGURATION INVERSÉE

- 4 La façade Renault est toujours à l'opposé de la façade de la marque hors Renault Group, la signature est alors positionnée à droite de la façade.
- 5 La signature Dacia est positionnée en opposition à celle de Renault.
- 6 La marque hors Renault Group est implantée sur la partie gauche de la façade.



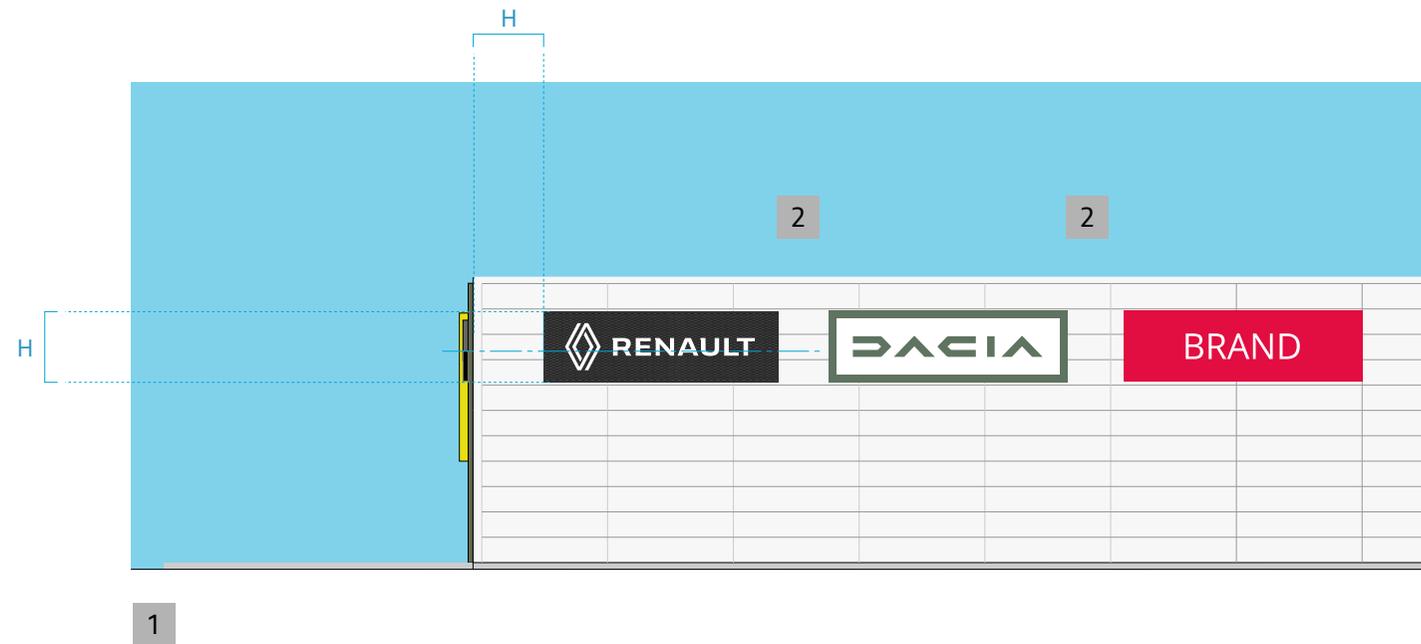
5.2 Cas particulier • les malls



PRINCIPES

- 1 Les signatures offrent un impact similaire créant une façade harmonieuse grâce à une hauteur commune.
- 2 La distance d'implantation entre chaque signature est identique.
- 3 La raison sociale est commune, nettement séparée des signatures des marques.

5.3 Les façades aveugles



PRINCIPES

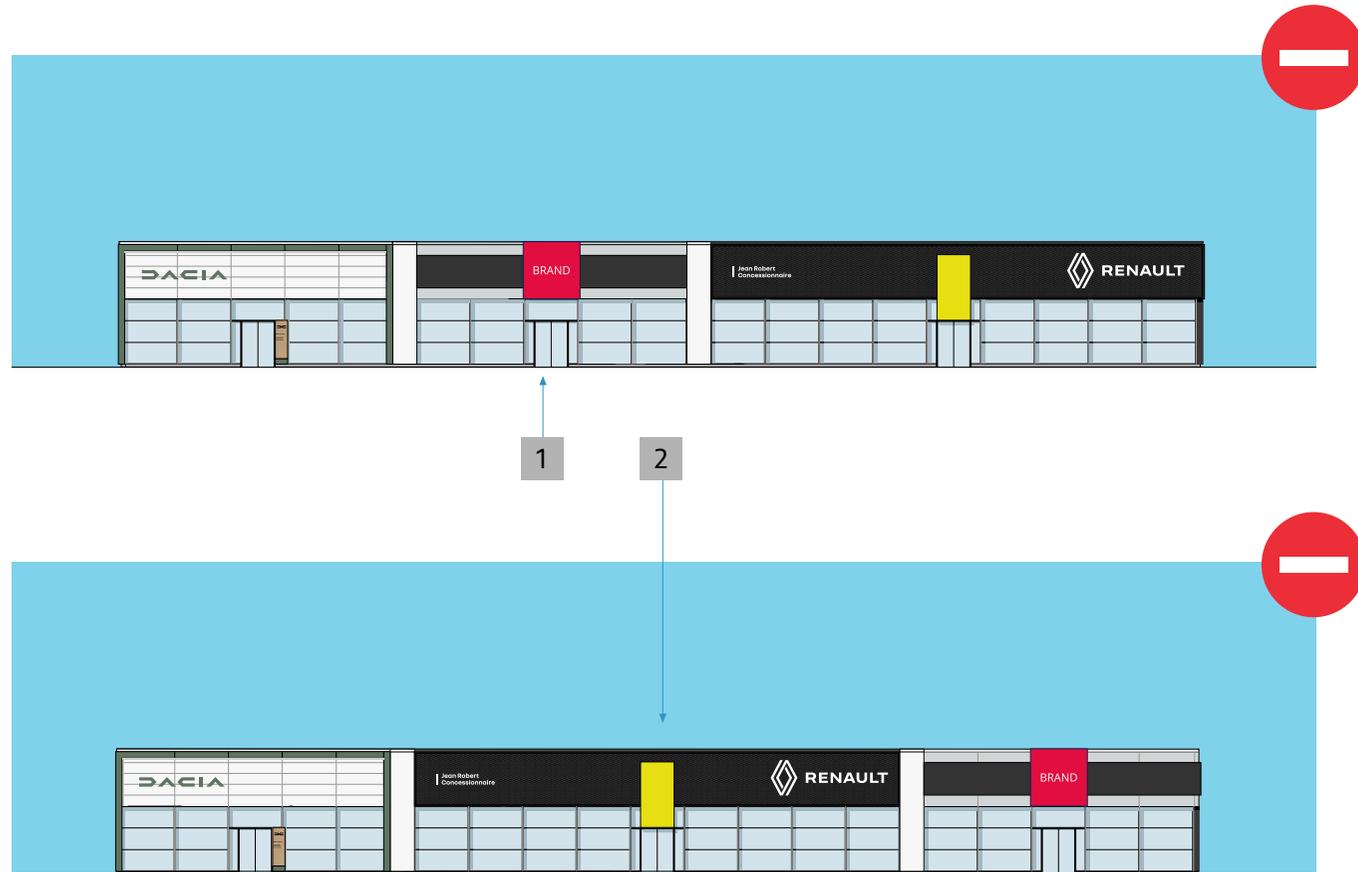
- 1 Les signatures offrent un impact similaire créant une façade harmonieuse grâce à une hauteur commune.
- 2 La distance d'implantation entre chaque signature est identique.

INTERDIT

- 3 Les emblèmes seuls ne doivent pas être utilisés sur les façades secondaires.



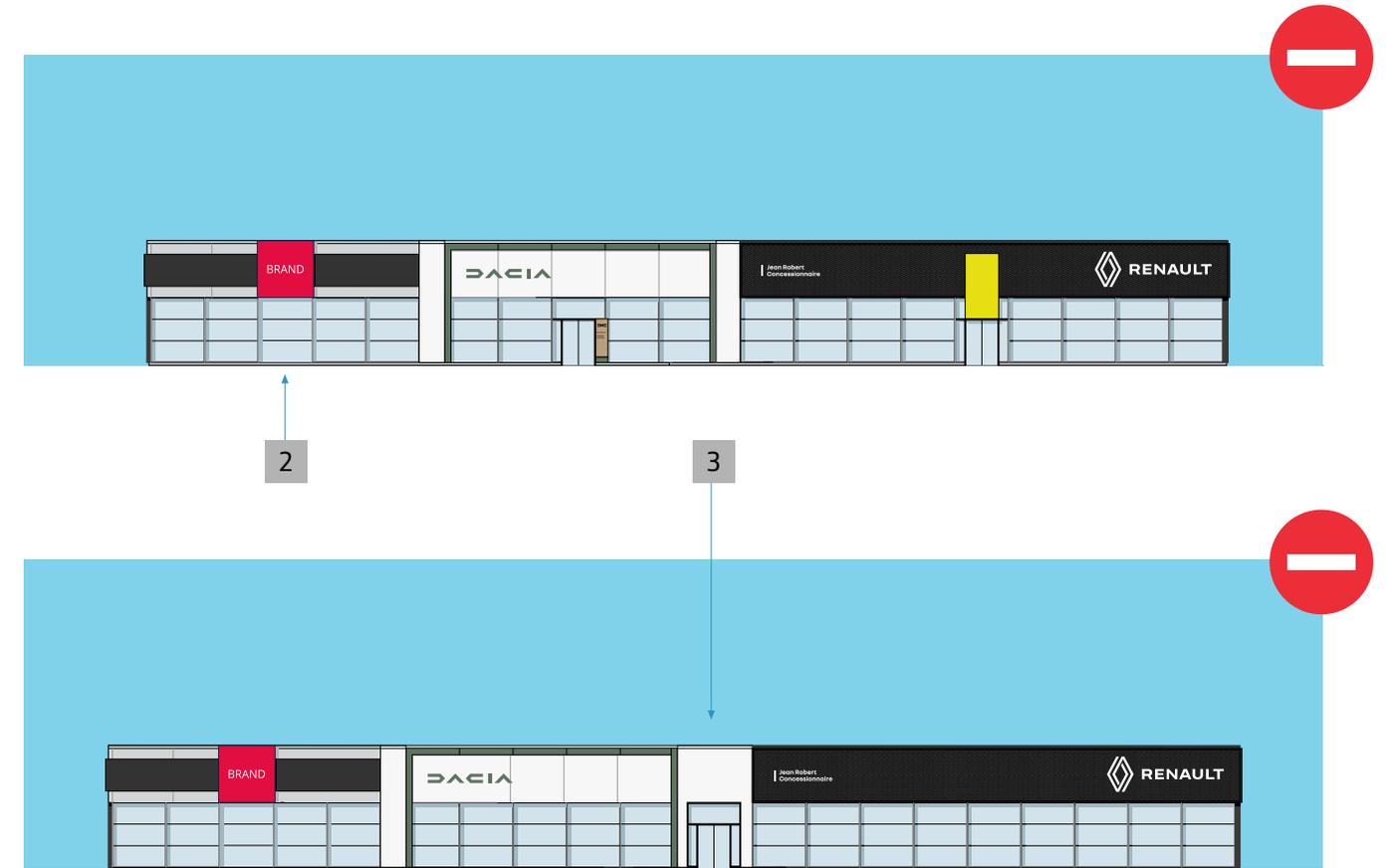
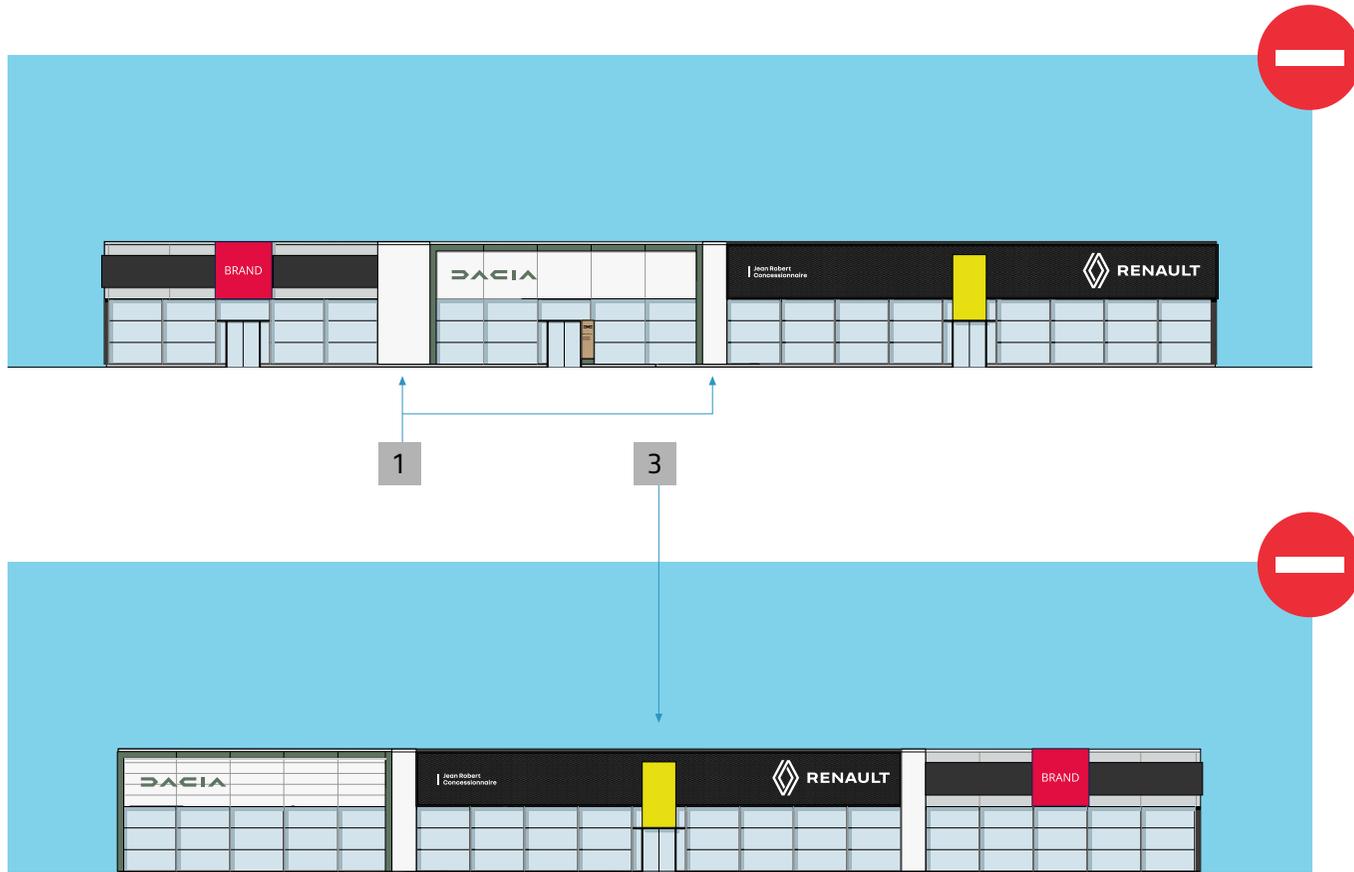
5.4 Interdits 1



INTERDITS

- 1 Implantation du showroom de la marque hors Renault Group entre les showrooms des marques de Renault Group.
- 2 Implantation du showroom Renault au centre de la façade.
- 3 Absence de séparation ou changement de couleur.

5.5 Interdits 2



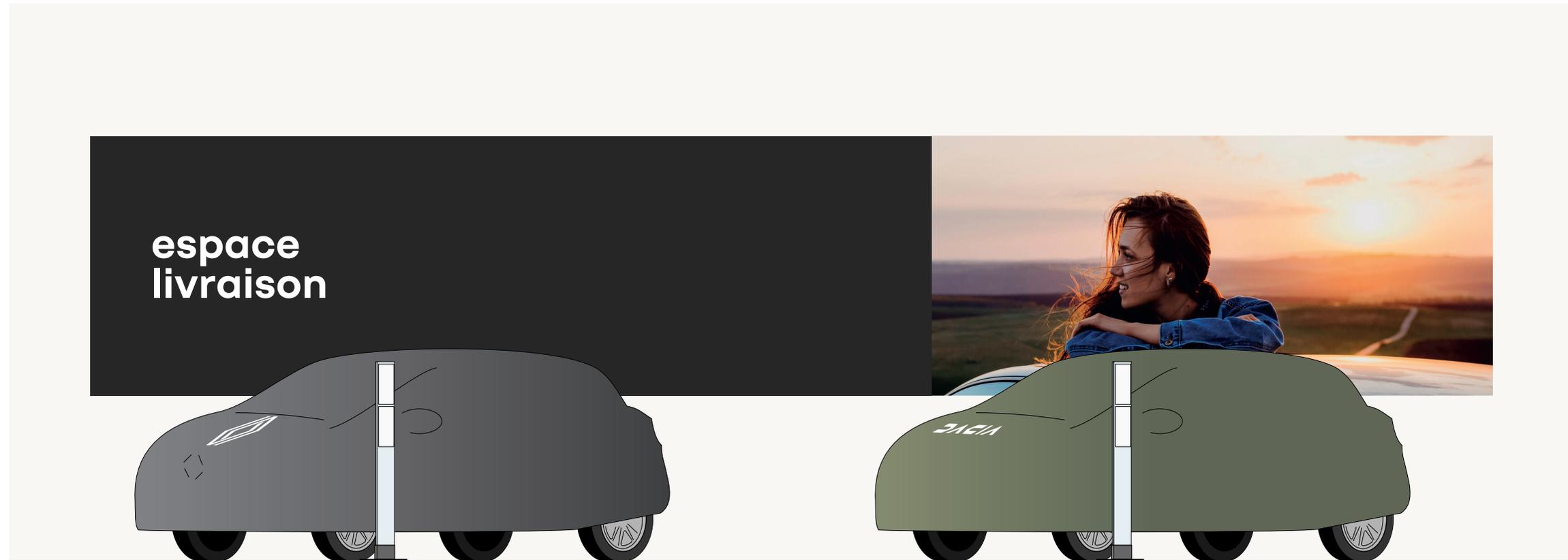
INTERDITS

- 1 Séparation des showrooms par des espaces de différentes largeurs.
- 2 Absence de porte d'entrée dédiée de la marque hors Renault Group (obligeant un accès par l'un des showrooms des marques de Renault Group).
- 3 Accès aux différents showrooms par une porte commune aux marques (neutre ou identifiée à l'une des marques).

6

LA LIVRAISON DES VÉHICULES

6.1 Principes



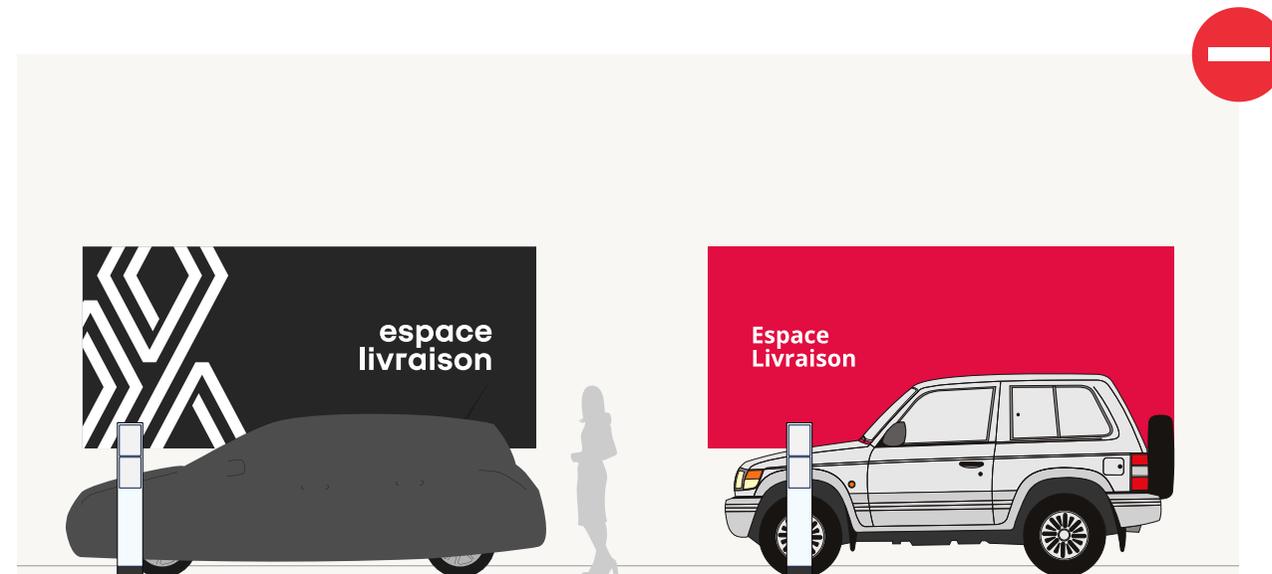
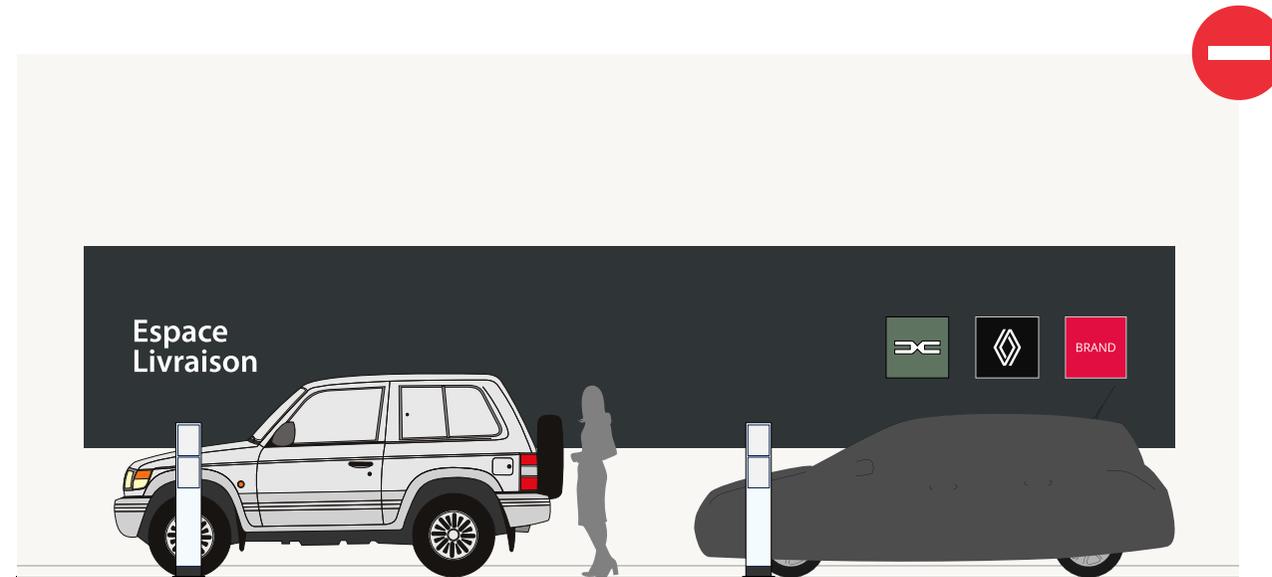
PRINCIPES

Un espace livraison spécifique aux véhicules des marques de Renault Group est implanté à proximité des showrooms dédiés aux marques.

Cet espace est identifié par une fresque murale comportant la mention "espace livraison".

Les véhicules sont protégés par des housses (en cours de renouvellement) portant les couleurs et la signature des marques.

6.2 Interdits



INTERDITS

Aucun autre véhicule neuf que ceux de marque Renault ou Dacia ne peut être livré dans cet espace.

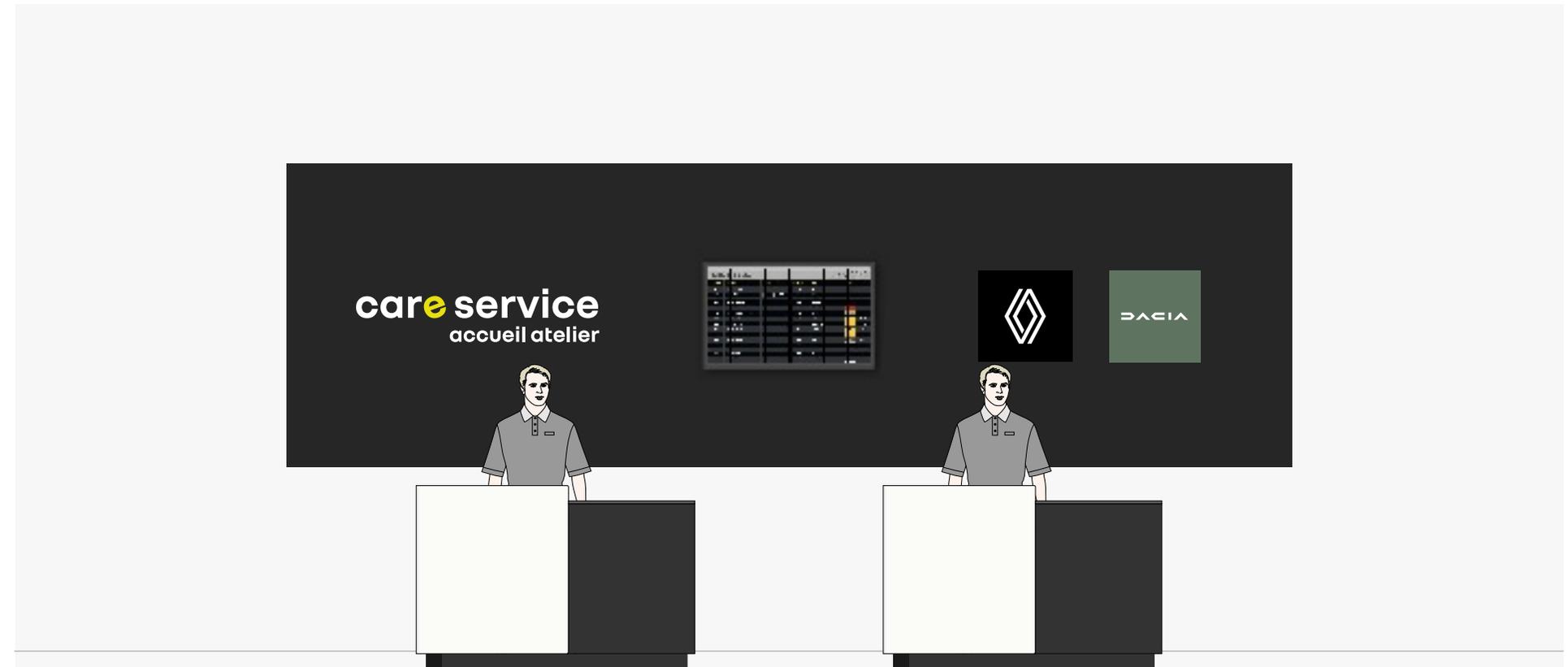
Le visuel identitaire de la fresque murale doit être utilisé.

La livraison des véhicules des marques de Renault Group ne peut se faire dans un espace comportant les signes d'identité d'une marque hors Renault Group.

7

LA RÉCEPTION APRÈS-VENTE

7.1 Principes



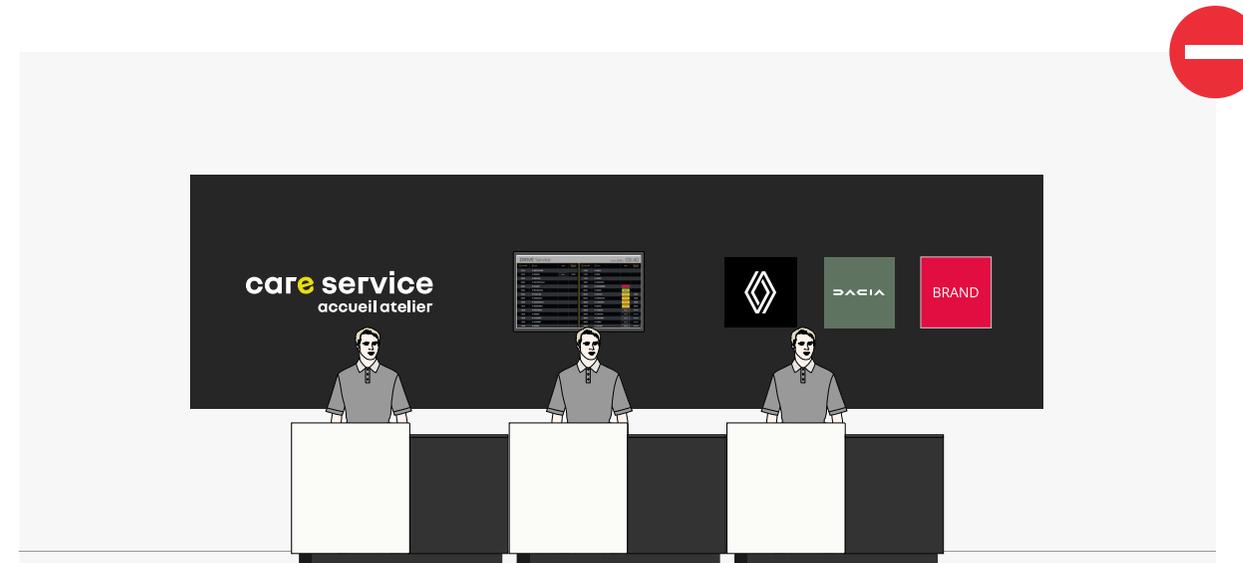
PRINCIPES

L'accueil service est commun à des marques de Renault Group. Il est réservé aux seuls clients de ces 2 marques.

De préférence, il est implanté dans l'axe des 2 showrooms afin d'offrir une visibilité aux clients des 2 marques.

L'accueil service des marques de Renault Group ne doit pas cohabiter avec la réception après-vente de la marque hors Renault Group.

7.2 Interdits

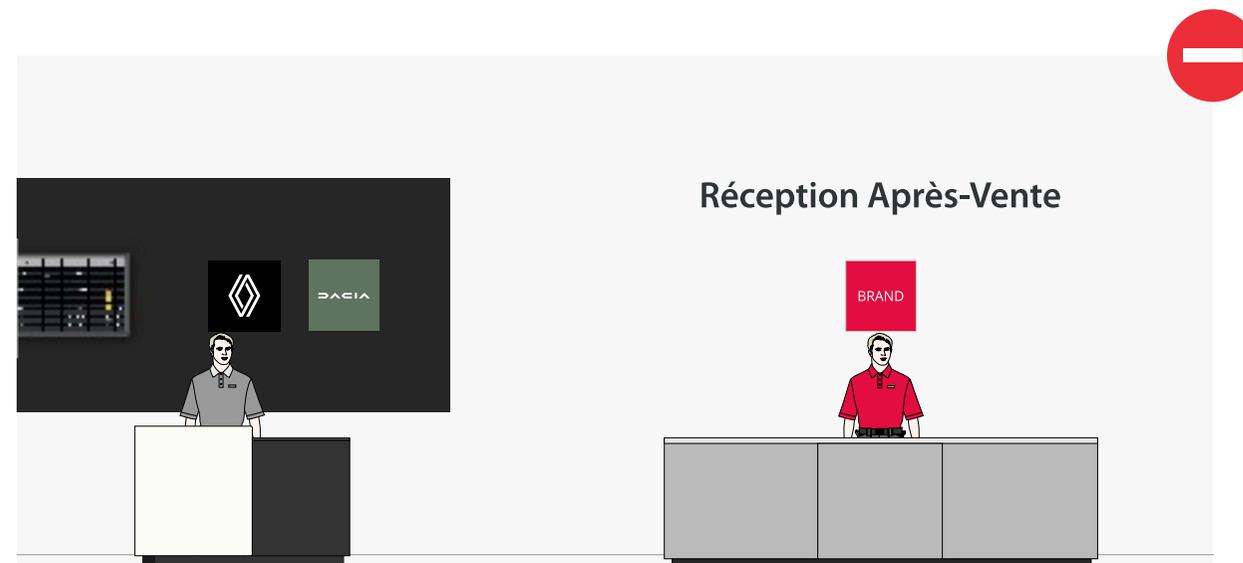


INTERDITS

La réception care service ne doit pas être commune aux 3 marques et en aucun cas, ne peut figurer dans un même espace physique.

Les signes d'identité des marques de Renault Group ne peuvent être mélangés avec ceux de la marque hors Renault Group.

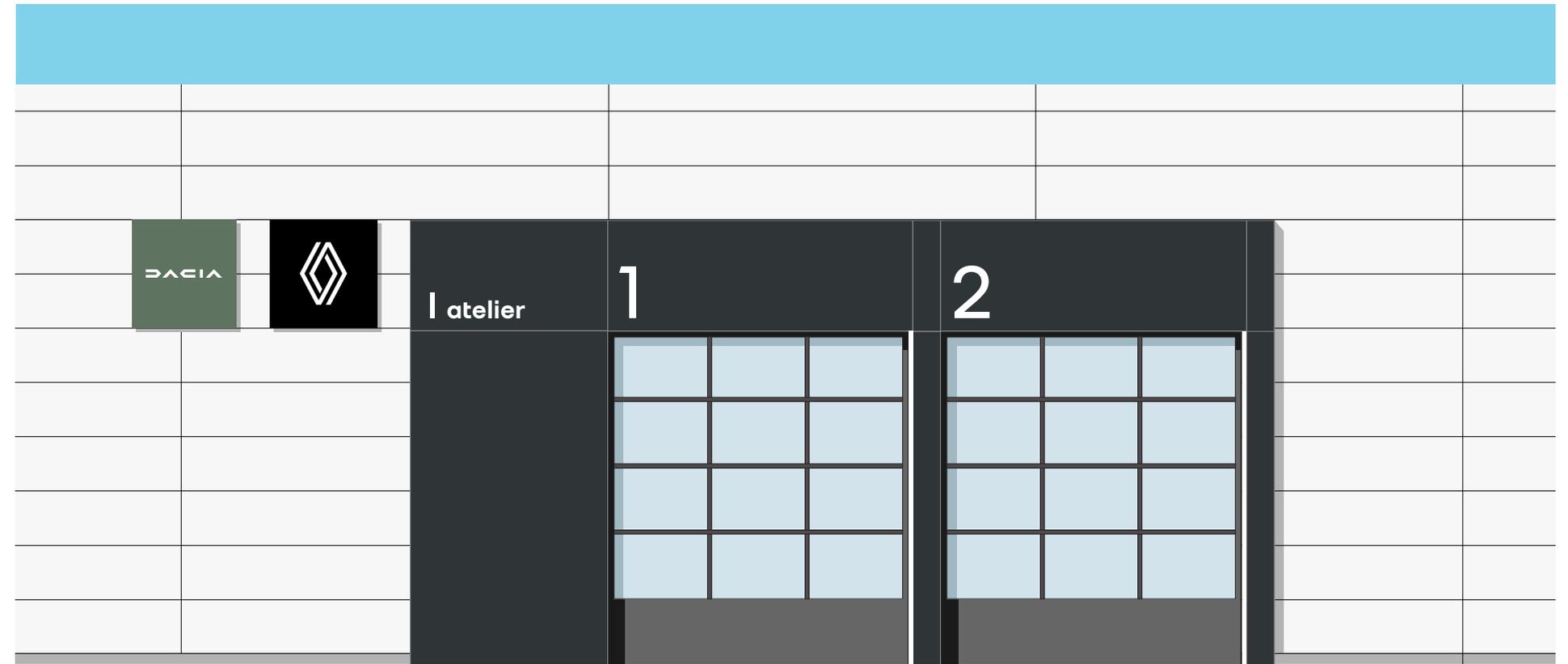
Un circuit spécifique aux clients de la marque hors Renault Group doit être créé distinct des parcours clients des marques de Renault Group.



8

LA FAÇADE APRÈS-VENTE

8.1 Principes



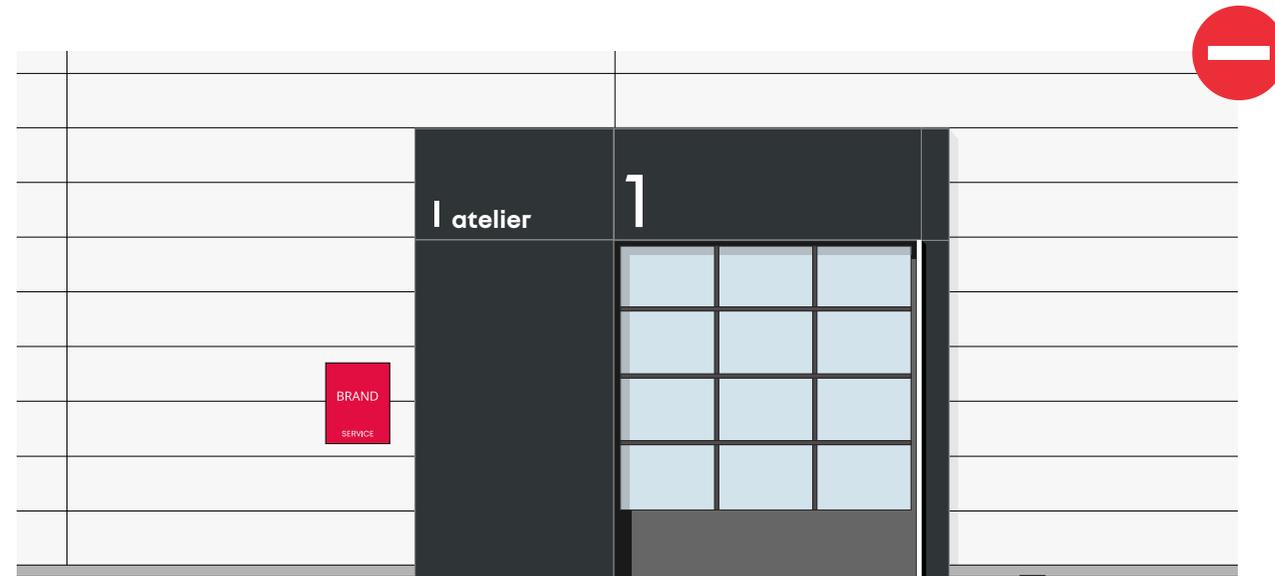
PRINCIPES

Les baies d'atelier dédiées à l'après-vente des 2 marques sont clairement identifiées par un habillage associé aux plaques des marques.

Dans la mesure du possible, toute cohabitation sur une même façade avec les baies d'atelier dédiées à la marque hors Renault Group est à éviter.

Il ne peut y avoir de baies d'atelier communes neutres partagées par les 3 marques.

8.2 Interdits

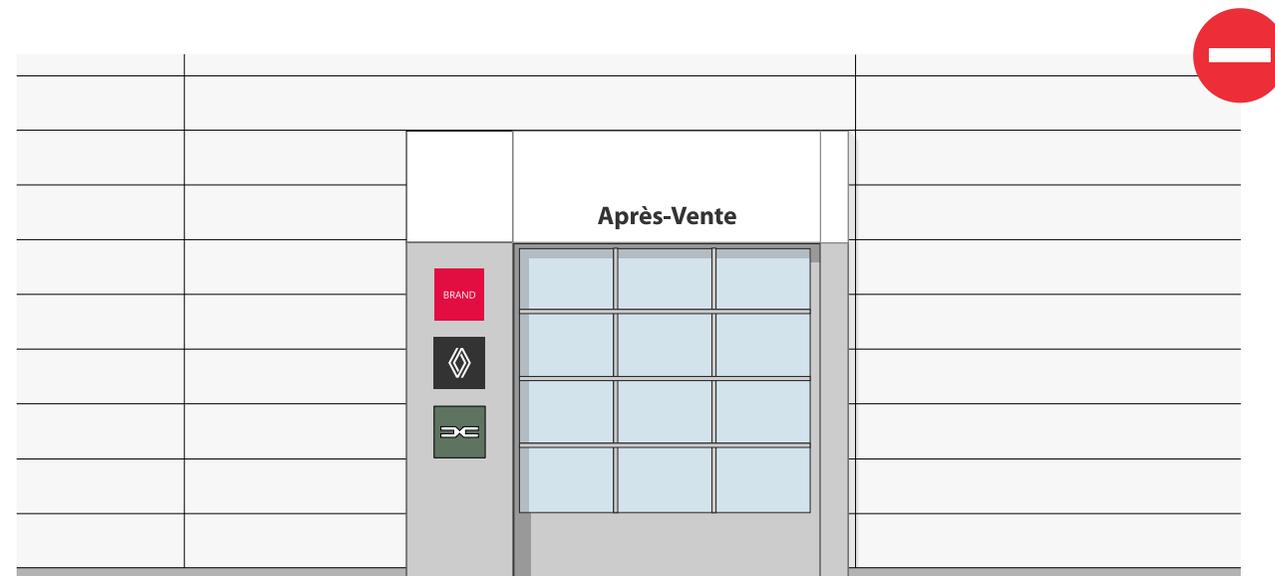


PRINCIPES

La présence d'une plaque Service de la marque hors Renault Group associée à une baie d'atelier des marques de Renault Group est interdite.

Les plaques des marques des marques de Renault Group ne doivent pas être présentes sur une baie d'atelier dédiée à la marque hors Renault Group.

Les baies d'atelier dédiées à des marques de Renault Group doivent toujours être identifiées par leur habillage gris foncé (et jamais neutre).



8.3 Cas particulier



PRINCIPES

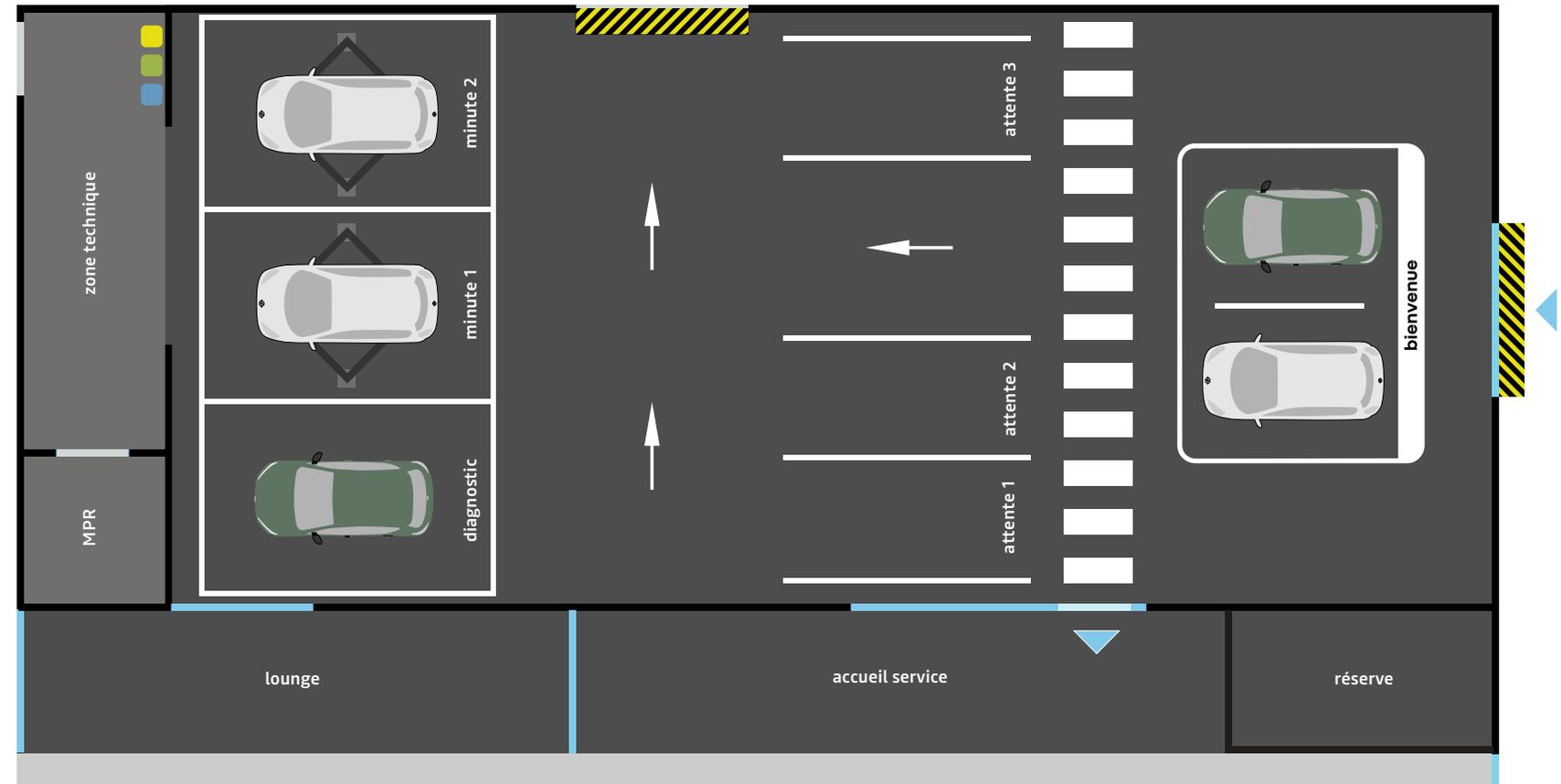
Lorsque les baies d'atelier sont peu visibles depuis la voie d'accès principale, la façade après-vente dédiée à des marques de Renault Group est identifiée par des plaques Service déportées des baies d'atelier.

Une cohabitation avec une plaque mentionnant la présence de la marque hors Renault Group n'est pas possible.

9

LES ACTIVITÉS APRÈS-VENTE

9.1 Principes



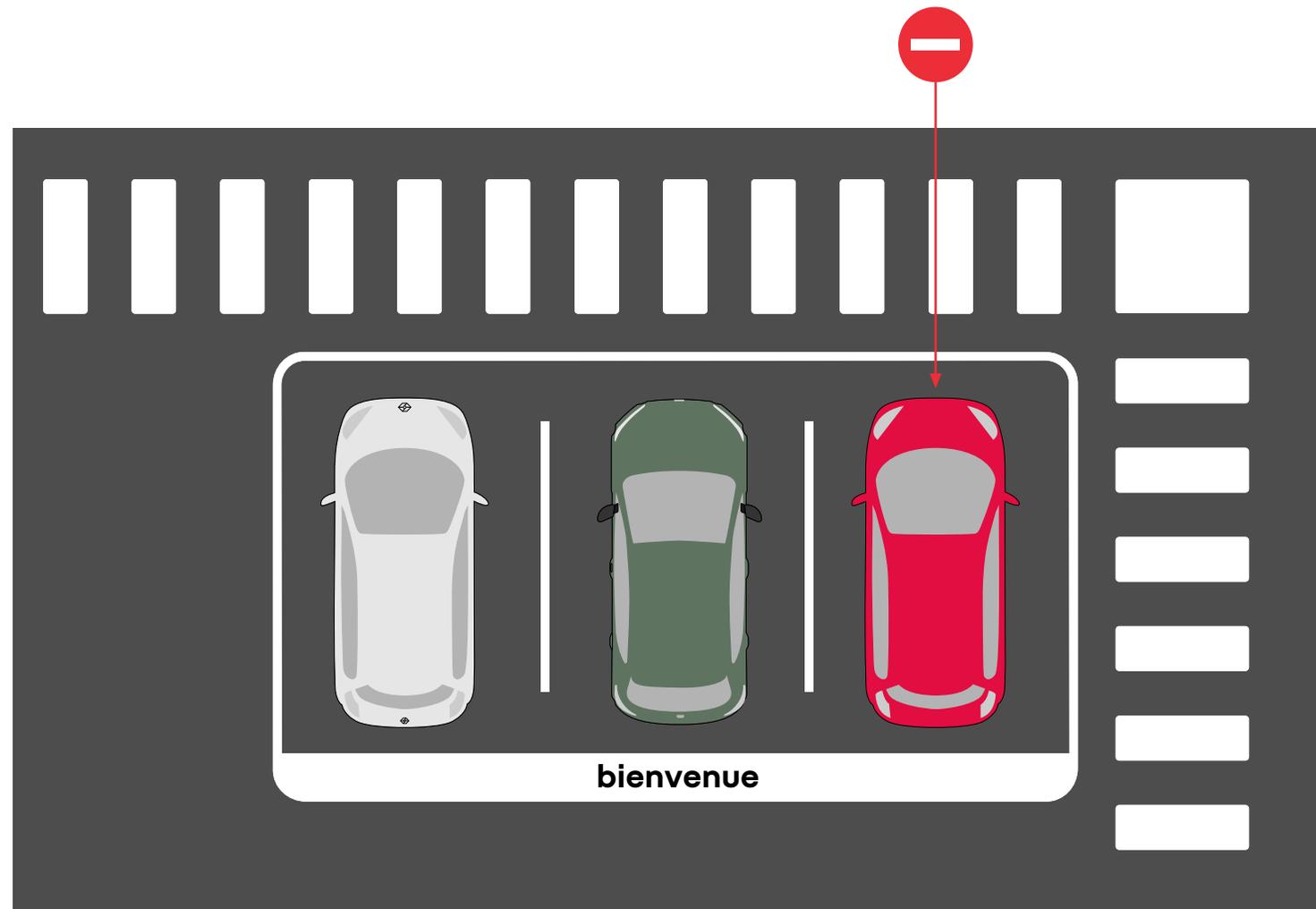
PRINCIPES

Le parcours-client après-vente spécifique aux marques de Renault Group passe par cet espace où ils sont accueillis par un conseiller service.

Dès leur prise en charge, les clients ont la possibilité d'accéder au lounge d'attente qui leur est réservé.

Les signes d'identité de la marque hors Renault Group (couleurs et codes formels) ne peuvent être mélangés avec ceux des marques de Renault Group.

9.2 La zone Tour du véhicule



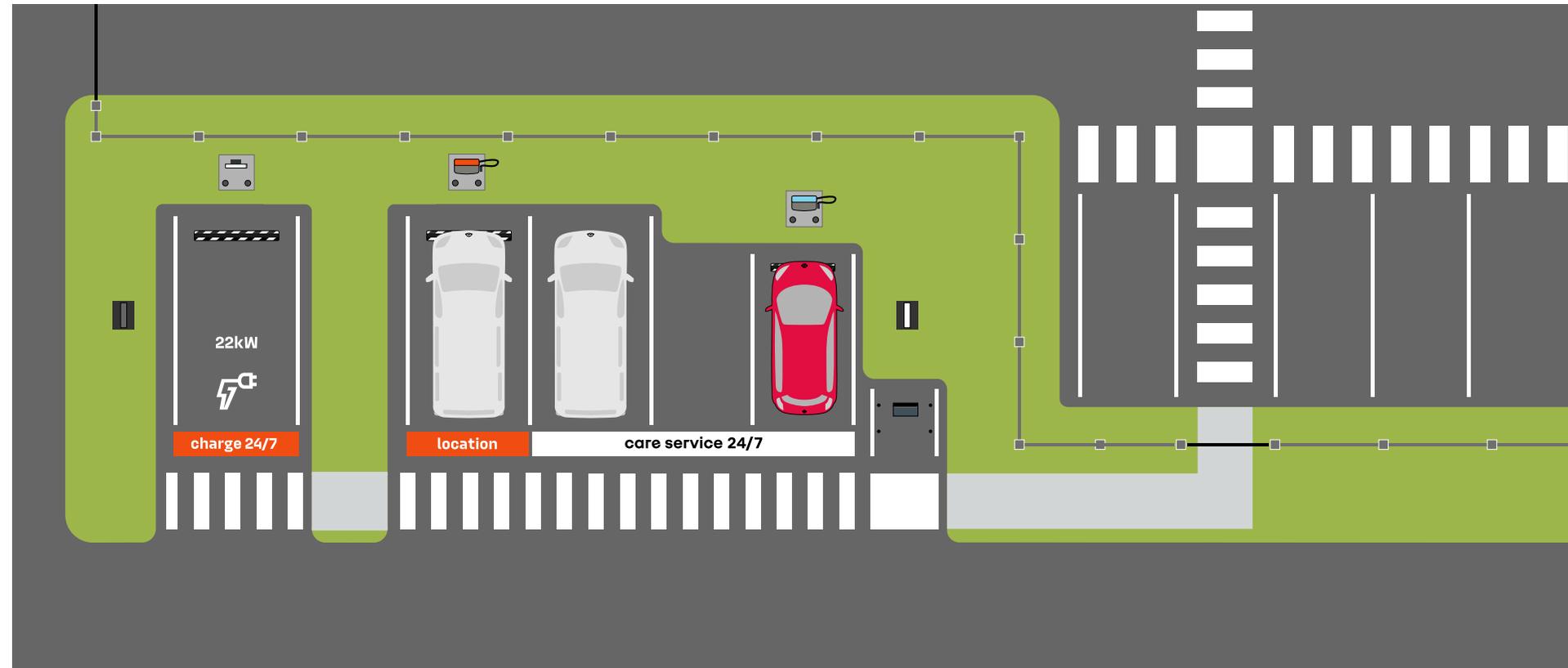
PRINCIPES

La zone Tour de véhicule est un incontournable du parcours clients après-vente des marques Renault et Dacia.

Les clients Renault et Dacia se présentent à bord de leur véhicule sur cette zone pour y être accueillis par un conseiller Service.

Les clients de la marque hors Renault Group disposant d'un accueil après-vente et d'un atelier spécifique n'utilisent pas la zone Tour du véhicule.

9.3 Les services 24/7



PRINCIPES

Les éléments d'identité Care service 24/7 spécifiques aux marques Renault Group ne peuvent être mélangés avec ceux d'une marque hors Renault Group.

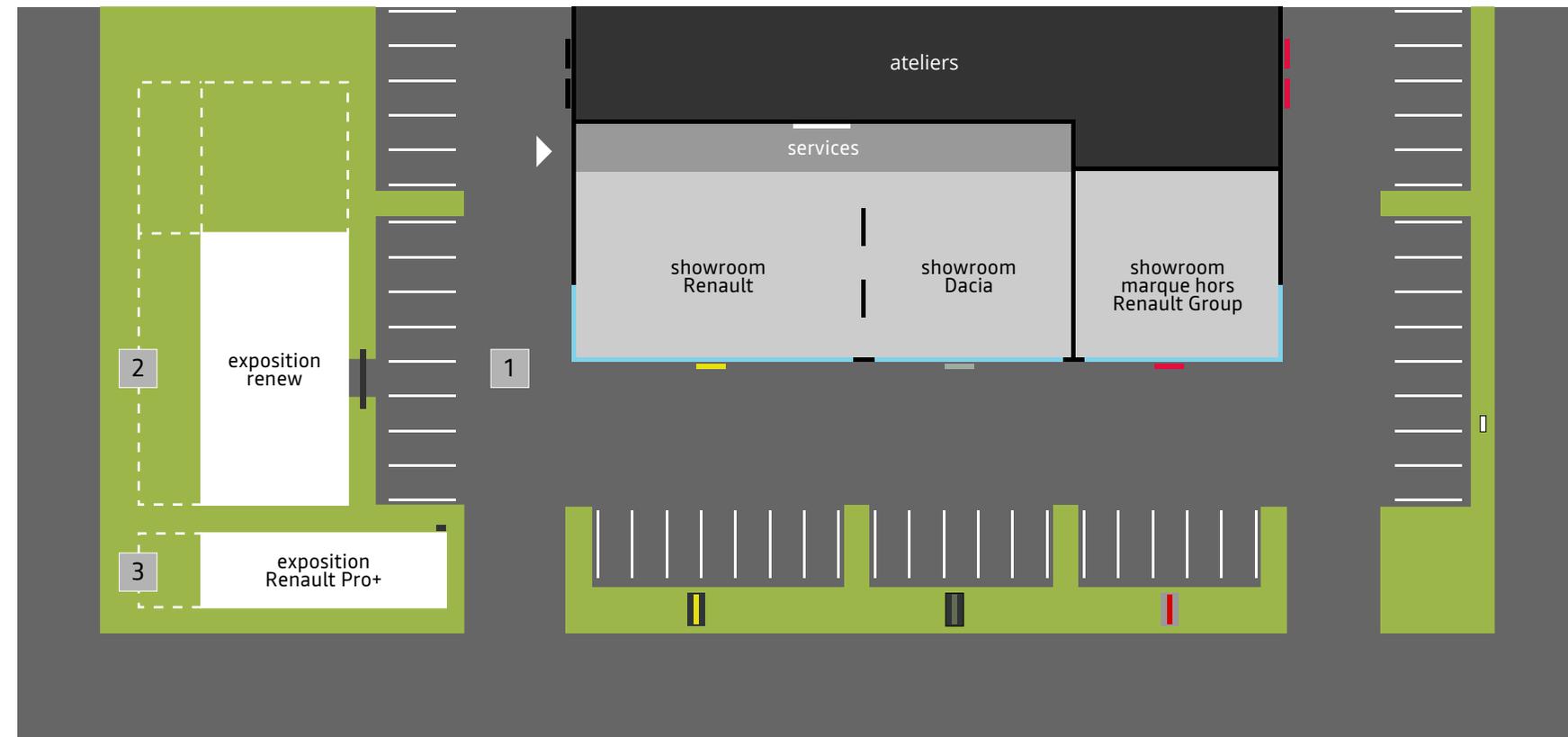
Care service 24/7 est accessible à tous les clients (toutes marques) à condition de respecter la totalité du parcours clients après-vente.

Les activités Location et Charge sont accessibles à tous les clients, quelle que soit la marque de leurs véhicules.

10

LES ACTIVITÉS RENEW & RENAULT PRO+

10.1 Implantation générale



PRINCIPES

- 1 Les expositions renew et Renault Pro+ sont implantées à proximité du showroom Renault.
- 2 L'extension de l'exposition renew doit se faire sans scinder les surfaces d'exposition.
- 3 L'exposition Renault Pro+ est positionnée au plus près de l'axe principal de circulation afin d'offrir une visibilité depuis les abords.

INTERDIT

Les signes d'identité d'autres labels V.O. ou V.U. (couleurs et codes formels) ne peuvent cohabiter avec ceux du label renew et/ou du label Renault Pro+.