



GUIDE DES STANDARDS DIGITAUX

- MOBILIZE 2025

GUIDES DES STANDARDS DIGITAUX MOBILIZE

-SOMMAIRE

1 ASPECT VISUEL DE LA MARQUE

- LOGOTYPE
- TYPOGRAPHIE
- COULEURS
- VISUELS & GUI (GRAPHIC USER INTERFACE)

2 URL

3 PRÉSENTATION GÉNÉRAUX DU MARQUE

- ENVIRONNMENT MOBILIZE
- CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

4 ACTIVITÉS

- VÉHICULES NEUFS
- RECHARGER
- MOBILITÉ

5 E-REPUTATION

6 RÉSEAUX SOCIAUX

RESSOURCES & ANNEXES

INFORMATION —MOBILIZE

Suivez tous les guides et formations d'entreprise à jour fournis sur l'image de marque.

Tous les détails visuels requis, qui sont définis dans ce guide ci-après, peuvent être trouvés dans le [MOBILIZE BRANDHUB](#).

Votre contact sur ce sujet
diana-oana.bumboiu@renault.com



01

ASPECTS VISUELS DE MARQUE

- **Comment utiliser les éléments de marque**
- **Intégration de l'identité visuelle digitale de marque**

[Retour au sommaire](#)





– LOGOTYPE

- ° Exemples et règles d'application des logos / emblèmes dans tous les environnements digitaux.

[Retour au sommaire](#)



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE

—LOGOTYPE

EMBLÈME — UTILISATION DIGITAL

L'embleme Mobilize doit être utilisé principalement dans deux versions en couleur:

- blanc sur fond noir avec barre oblique orange.
- noir sur fond blanc avec la barre orange.



LOGOTYPE — UTILISATION DIGITAL

Le logotype Mobilize doit être utilisé principalement dans des versions bicolores:

- noir sur fond blanc avec la barre orange.
- blanc sur fond noir avec la barre orange.

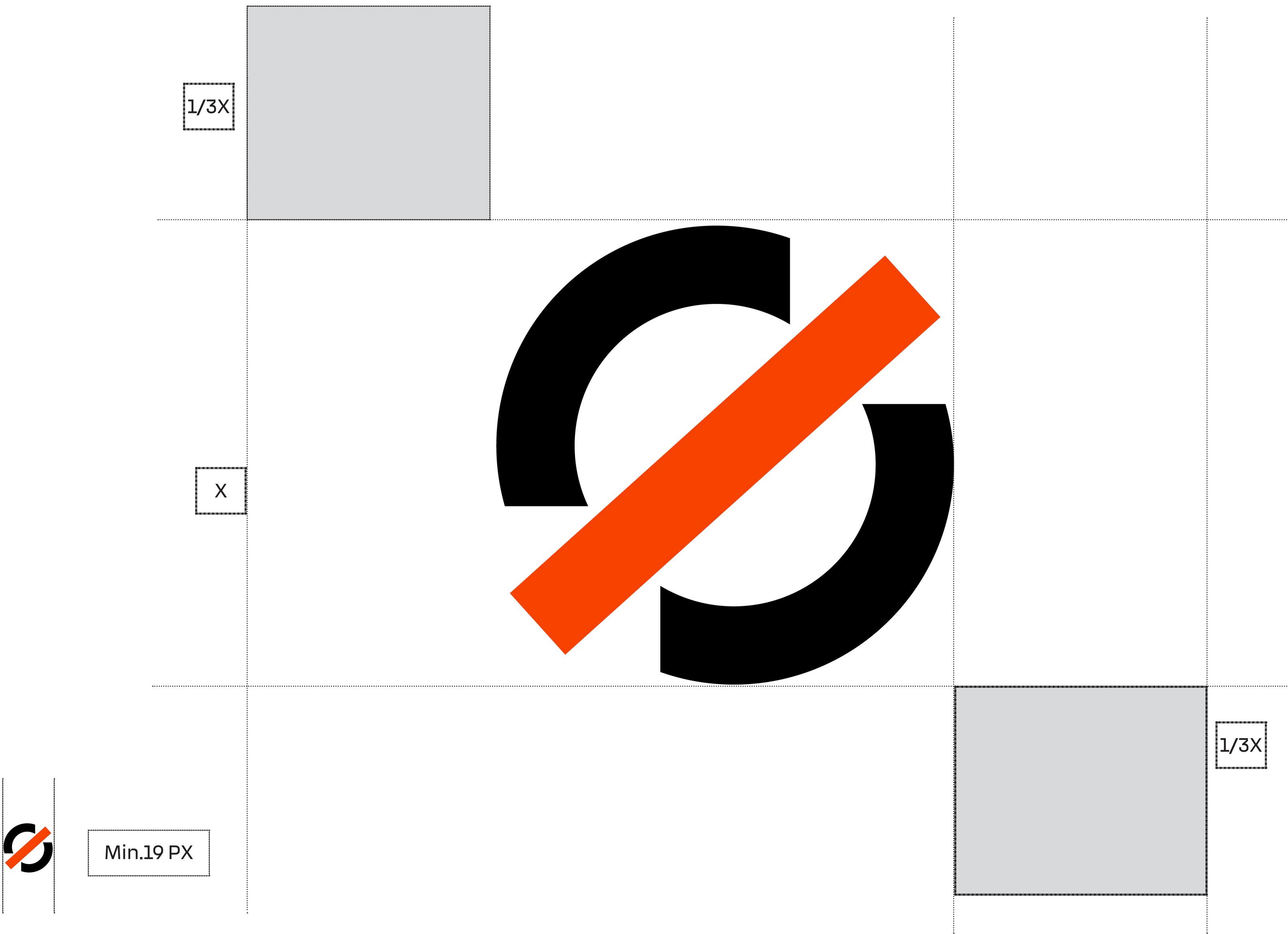


ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE —LOGOTYPE

EMBLÈME — PROTECTION & TAILLE MINIMALE

Pour conserver l'intégrité de l'emblème, il est nécessaire d'avoir une zone de protection minimale de **1/3 de l'emblème** autour de celui-ci.

Une taille minimale de **19px** a été définie pour assurer la lisibilité.

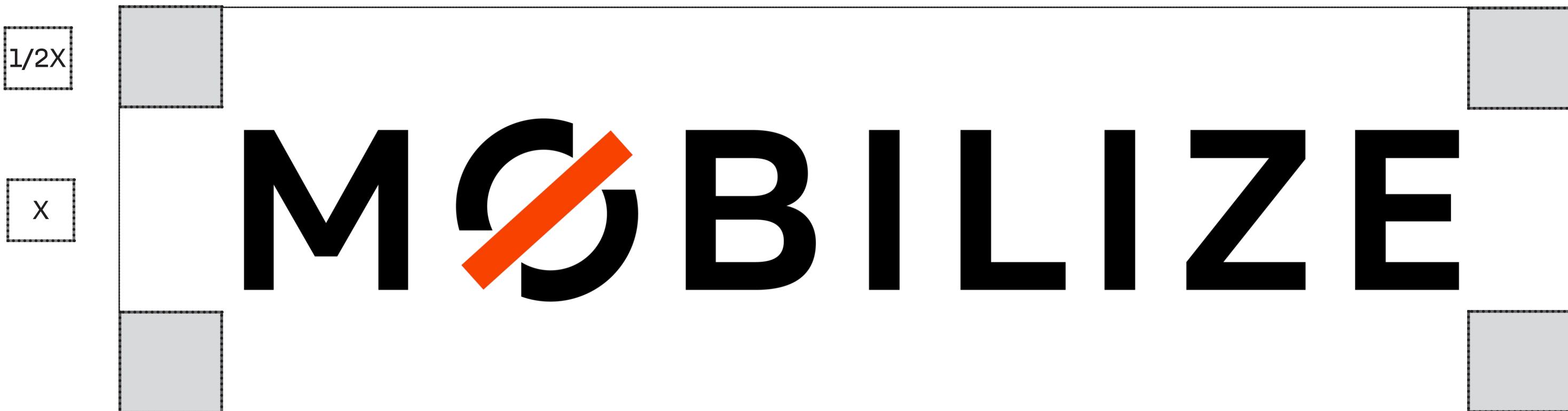


ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE —LOGOTYPE

LOGOTYPE — PROTECTION & TAILLE MINIMALE

Pour conserver l'intégrité du logo, il est nécessaire d'avoir une zone de protection minimale de **1/2 emblem** autour de celui-ci.

Une taille minimale de **75px** a été définie pour assurer la lisibilité.



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE —LOGOTYPE

Logotype — Logotype sur l'en-tête

Le logotype doit être utilisé pour la barre de navigation:

WEBSITE EN-TÊTE: Positionnez le logotype blanc sur le côté gauche du fond sombre.



— Exigences

- L'emblème sera utilisé uniquement dans le parcours utilisateur Mobilize.
- Gardez la zone de sécurité recommandée pour le logotype sur l'en-tête.
- Respecter la taille et la position du logotype dans la barre de navigation.
- Ne pas ajouter d'autres icônes, logos autour du logotype. Il doit être utilisé conformément aux spécifications techniques fournies.

ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE —LOGOTYPE

IL EST NÉCESSAIRE DE:

- Utilisez le mot-symbole comme logotype principal dans la barre de navigation.
- Utilisez l'emblème comme favicon.
- Avoir l'emblème / le logotype Mobilize de la même taille sur toute la page.
- Positionner correctement le logotype sur la barre de navigation.
- Respectez la taille minimale pour:
 - emblème: min. 19px
 - logotype: min. 75px.
- Respecter une zone d'exclusion autour de chaque emblème/logotype.
- Utilisez l'emblème/logotype sur le fond correspondant.

NE PAS:

- Changer la couleur de l'emblème/du logotype.
- Utiliser le logotype Mobilize Beyond Automotive.
- Créer un nouvel emblème/logotype à partir des logotypes présentés dans ce document.
- Mettre l'emblème et le logotype dans le même bloc.
- Changer la forme ou supprimer des morceaux de l'emblème/logotype.
- Altérer la lisibilité et la visibilité du logo.
- Placer le logo sur un fond surchargé.
- Créer une accumulation d'emblèmes.
- Recréer le logotype avec la police MBLZ et l'emblème.

1.2

– TYPOGRAPHIE

- Police officielle à utiliser.
- Exemples et règles pour les titres, corps de texte, listes et tailles

[Retour au sommaire](#)



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE — TYPOGRAPHIE

3 variations

- 3 nouvelles variations de polices à utiliser.
 - **MBLZ Title** police pour les titres
 - **MBLZ Bold** pour mettre en évidence quelque chose dans un texte ou pour des titres en petit format.
 - **MBLZ Text** pour les textes longs (principalement en minuscules).

MBLZ

MBLZ - TITLE

voici la nouvelle typographie

MBLZ - BOLD

MBLZ - TEXT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*()

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*()

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&*()

NOTA BENE

Pour le téléchargement et les mises à jour des polices, veuillez vous référer au [MOBILIZE BRANDHUB](#).



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE — TYPOGRAPHIE

La spécificité de cette police est sa compacité.

Les lettres et l'interlignage doivent être aussi étroits que possible, pour les lettres majuscules et minuscules.

— Recommandations

- Gardez un interligne serré pour le type de corps, en évitant le chevauchement des lettres' ascendantes et descendantes pour assurer une bonne lisibilité.

**TOUS LES TITRES H1 SONT
ALIGNÉS À GAUCHE EN
MAJUSCULES.**

**TOUS LES TITRES H2
SONT ALIGNÉS À GAUCHE
EN MAJUSCULES.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

BIG TITLE

HEADLINE

Body text : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Adipisci, alias asperiores autem blanditiis, dolor exercitationem illo impedit itaque nam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Adipisci, alias asperiores autem blanditiis, dolor exercitationem illo impedit itaque nam.

LABEL BUTTON

Legal text : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Adipisci, alias asperiores autem blanditiis, dolor exercitationem illo impedit itaque nam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Adipisci, alias asperiores autem blanditiis, dolor exercitationem illo impedit itaque nam.



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE — TYPOGRAPHIE

IL EST NÉCESSAIRE DE:

- Respecter les règles d'étiquetage et gardez la cohérence entre les tailles.
- Garder l'esprit d'interligne serré pour le corps du texte, en évitant le chevauchement des lettres' ascendantes et descendantes pour assurer une bonne lisibilité.
- Toujours utiliser MBLZ dans sa forme originale.
- Respectez les règles de mise en forme des paragraphes.

NE PAS:

- Modifier la police MBLZ et changer ou éditer la forme des lettres de la police MBLZ (aplatie, étirée, inclinée, etc).
- Aligner le texte a droite, le centrer ou le justifier ni augmenter ou réduire l'interligne au sein des paragraphes.
- Utiliser des espacements serrés ou lâches entre les caractères.
- Mélanger MBLZ avec les autres polices du groupe Renault ou l'utiliser en dehors de la page Mobilize.



– COULEURS

- Couleurs officielles à utiliser.
- Exemples et règles pour les types de couleurs.

[Retour au sommaire](#)



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE —COULEURS

— Couleurs primaires

Lorsque vous utilisez ces couleurs sur la partie Mobilize de votre site, gardez à l'esprit:

La palette de couleurs primaires se compose de 3 couleurs principales : orange emblématique, noir spatial et blanc vif (et leurs dégradés : tech greys).

— Proportions des couleurs

- Le noir est la couleur principale, soutenue par un simple blanc brillant.
- L'orange emblématique doit être utilisée avec parcimonie, pour rythmer votre communication et mettre en avant certaines fonctionnalités ou messages.
- Proportions à utiliser 99% du temps.



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE —COULEURS

IL EST NÉCESSAIRE DE:

- Utiliser uniquement des codes de couleurs sur lesquels Mobilize est d'accord.
- Suivre le schéma de couleurs pour chaque élément (texte, boutons, etc.).
- Respecter la proportion d'utilisation de couleur sur un site web.

NE PAS:

- Adapter le code couleur.
- Utiliser d'autres couleurs d'autres marques sur la même page (parcours utilisateur).
- Ajouter de nouvelles couleurs.
- Utiliser trop de couleurs sur la même page.

74

– VISUELS & GUI

- Icônes officielles et visuels de voiture à utiliser.
- Exemples de boutons et de liens & règles de la zone héros.

[Retour au sommaire](#)



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE — VISUELS & GUI

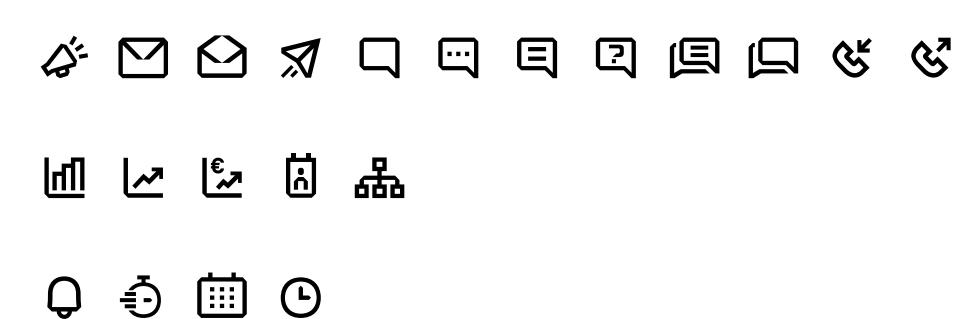
— Icônes et pictogrammes

La collection de pictogrammes Mobilize a été spécifiquement développée pour la marque Mobilize. Elle doit être utilisée pour divers matériaux numériques, architecturaux et événementiels. Veuillez vous assurer de toujours utiliser un élément approprié dans votre communication.

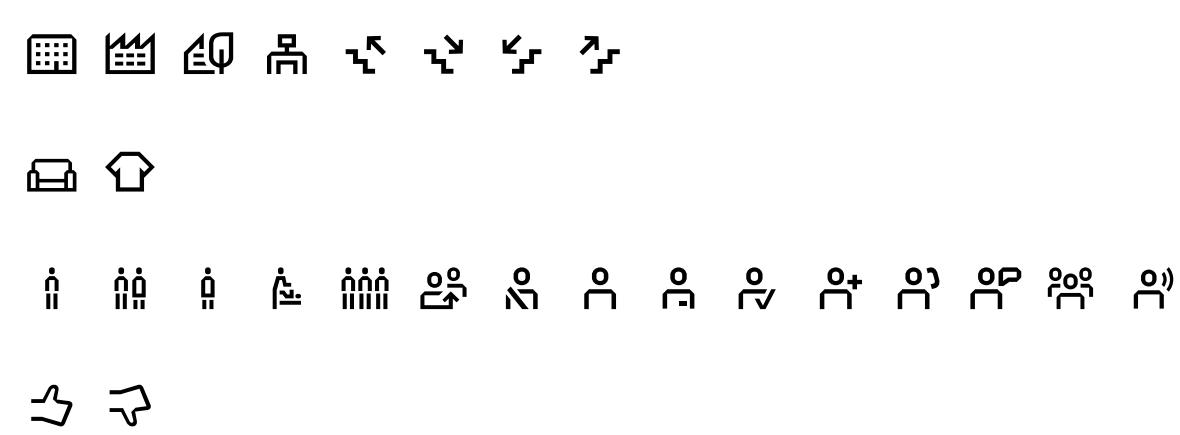
1 - ACTION / ARROWS



2 - COMMUNICATION / DATA / TIME



3 - BUILDINGS / PLACES / HUMAN



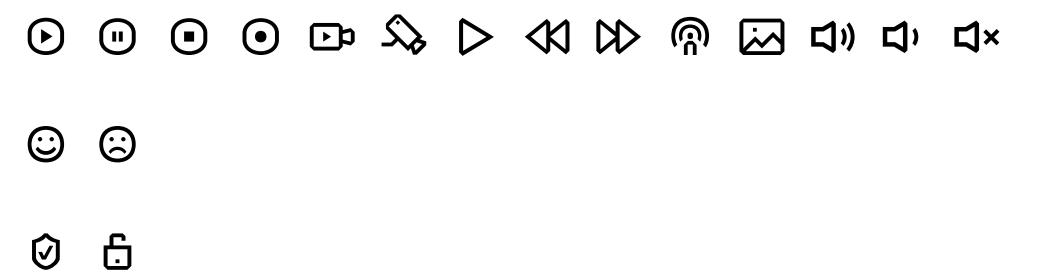
4 - AUTOMOBILE COMPONENTS / TRANSPORTATION / EV



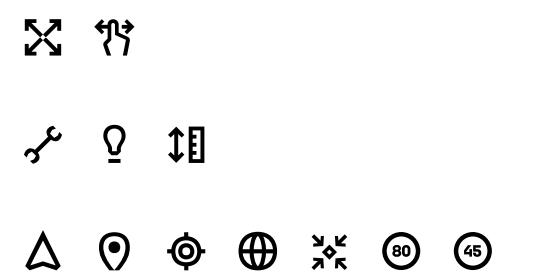
5 - CONNECTIVITY / DEVICES / SYSTEMS



6 - MEDIA / EMOTICONS / PRIVACY & SECURITY



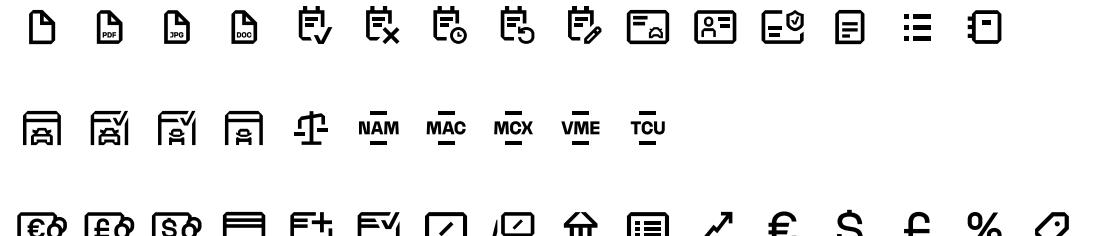
7 - GESTURES / TOOLS / NAVIGATIONS



8 - SOCIAL MEDIA



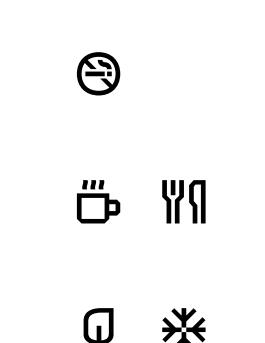
9 - DOCUMENTS / BUSINESS / FINANCE



10 - ACCESSIBILITY / DEVELOPMENT



11 - HEALTH / FOOD / NATURE



NOTA BENE

Pour la liste complète et les mises à jour, veuillez vous référer au [MOBILIZE BRANDHUB](#)

ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE — VISUELS & GUI

— Catégories de liens

Veuillez vous assurer de toujours utiliser le format Link approprié de manière cohérente et uniforme.

PRIMARY LINK →

PRIMARY LINK →

LINK OUT ↗

LINK OUT ↗

Bouton rempli

Bouton rempli avec icône

BOUTON REMPLI

+ BOUTON REMPLI

Bouton esquisse

Bouton délimité avec icône

BOUTON ESQUISSE

+ BOUTON ESQUISSE

Bouton texte

Bouton de texte avec icône

BOUTON TEXTE

+ BOUTON TEXTE

Bouton tonal

Bouton tonal avec icône

BOUTON TONAL

+ BOUTON TONAL

— Catégories de boutons

Utilisez la forme et le format corrects des boutons suivants de manière cohérente et uniforme.

ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE — VISUELS & GUI

— Image de voiture

Il s'agit de la représentation visuelle recommandée des véhicules dans les nouvelles gammes de véhicules.



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE

— ÉDITION D'IMAGES

— Édition d'images pour la zone héro

Règles générales d'édition du format des ressources

La qualité des fichiers utilisés doit toujours être élevée, claire et nette.

Règles d'image

- Maximum de 4MB pour une bonne qualité visuelle.
- Enregistré pour le web avec une qualité minimale de 80 % (pas inférieure) au format .JPG uniquement.
- Toujours enregistrer dans le profil sRGB (plutôt que RGB).

Zones de sécurité pour les images héro

Toujours choisir des images HD, environ 4500px (.EPS ou HD, format de fichier.JPG).

La mise en page de la zone principale est réactive sur toute la largeur, donc le visuel doit être clair et net pour des résolutions d'écran plus grandes.

Sélectionnez des images où la voiture est centrée, afin de disposer de suffisamment d'arrière-plan pour remplir les zones de bannière situées en dehors de la zone de sécurité (délimitée par des repères).

Ne choisissez pas d'images avec un arrière-plan insuffisant autour de la voiture, car cela compliquera l'adaptation de la bannière aux dimensions requises hors zone de sécurité.



Ce type et cette taille sont recommandés pour les images héro

Utilisez ce type d'image pour éditer et adapter à chaque appareil en suivant les règles mentionnées.



Ce type et cette taille ne sont pas recommandés pour les images héro

Le focus est trop fermé, il n'y a pas d'espace autour du produit héro pour éditer et adapter sur plusieurs appareils

ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE

— ÉDITION D'IMAGES

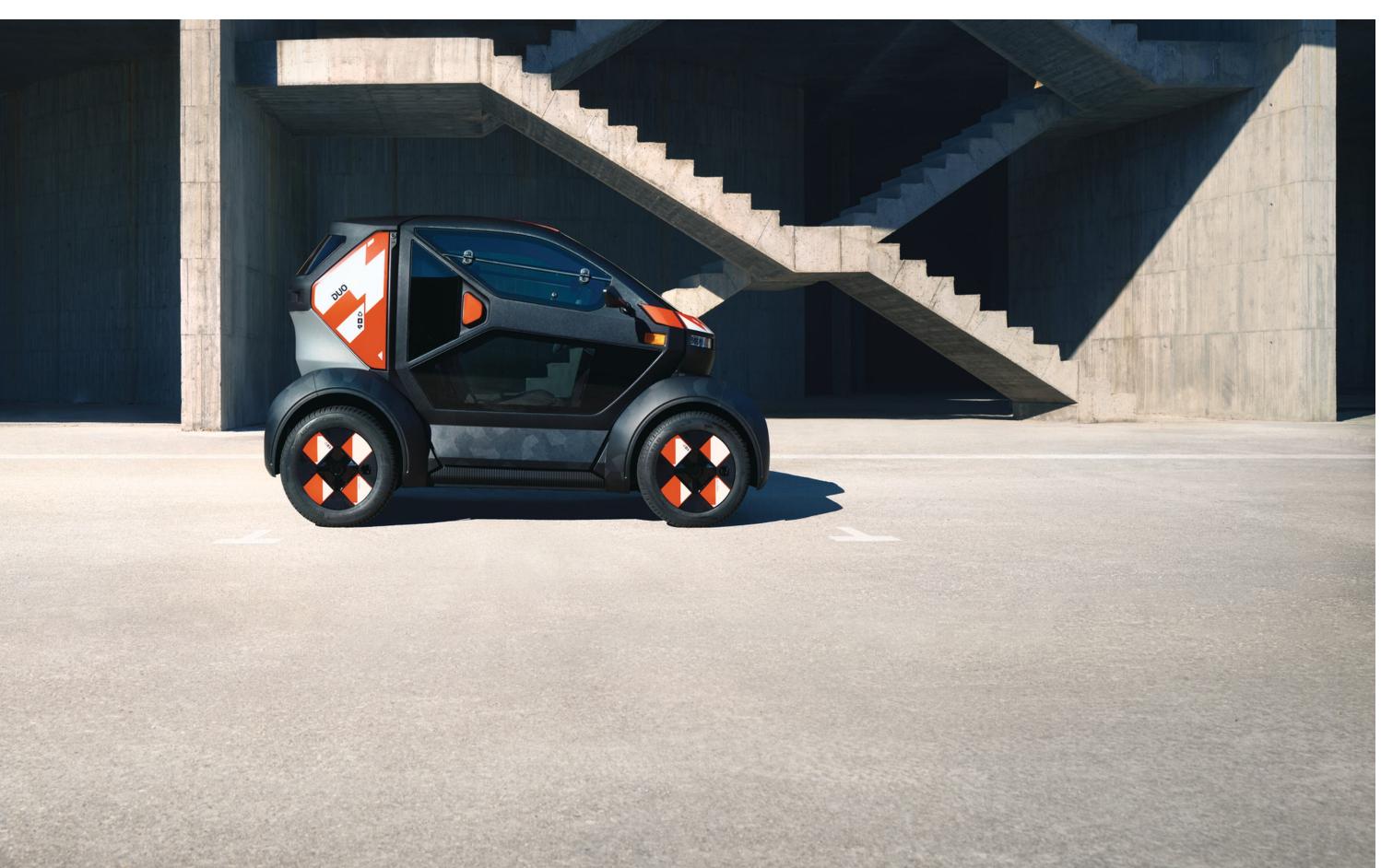
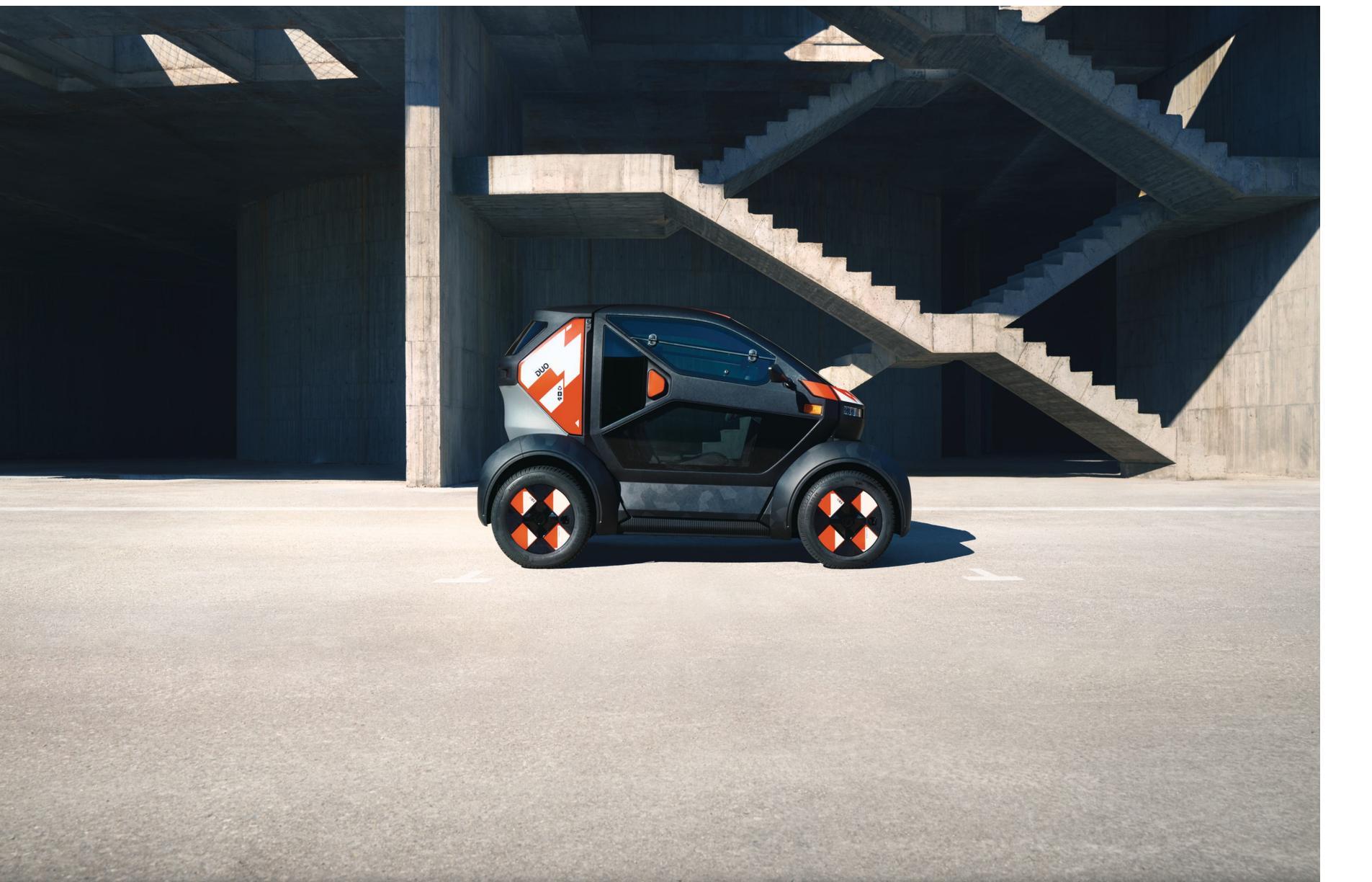
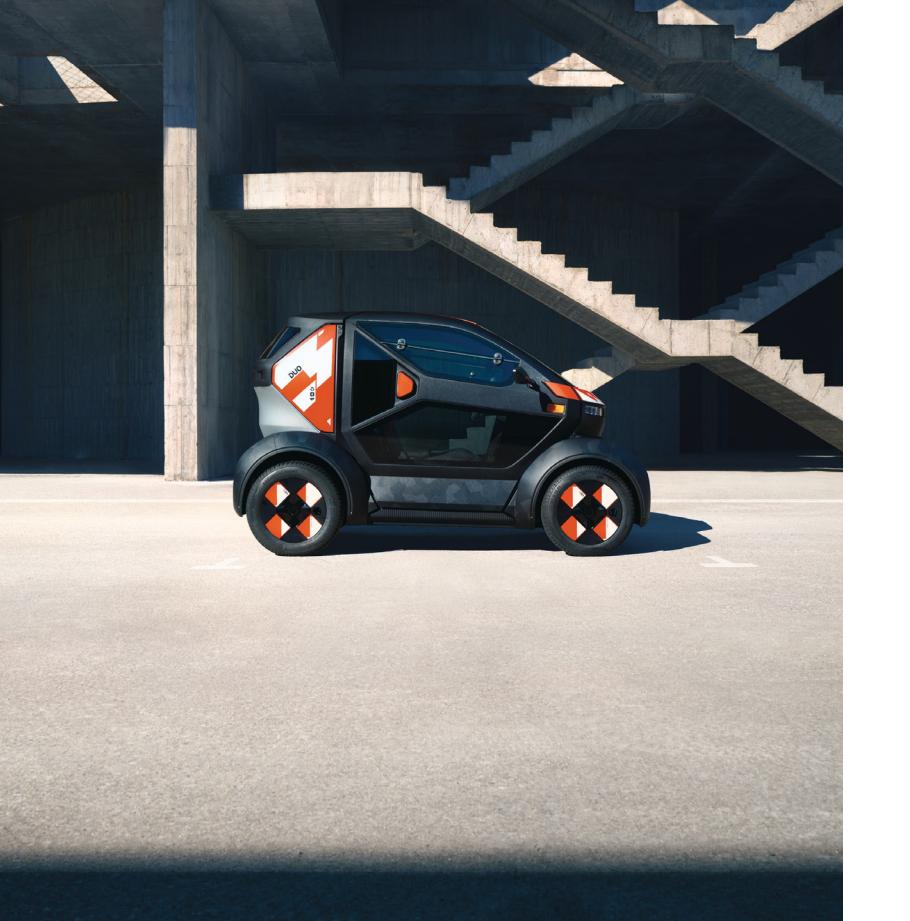
— Édition d'images pour la zone héro

Zones de sécurité pour les images héros

Ne choisissez pas d'images de 1280px ou similaires. Elles sont trop petites pour les bannières de grande taille (exemple : 2560 x 1440 px) et la qualité des visuels résultants sera très faible.

Règles des zones de sécurité:

- Gardez toutes les voitures dans la zone de sécurité sinon elles pourraient être coupées.
- N'utilisez pas de textes, d'icônes ou d'autres éléments visuels supplémentaires sur vos bannières.
- Tous les textes et mentions doivent être inclus dans la zone de texte ou sur la page du produit elle-même.



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE

— ÉDITION D'IMAGES

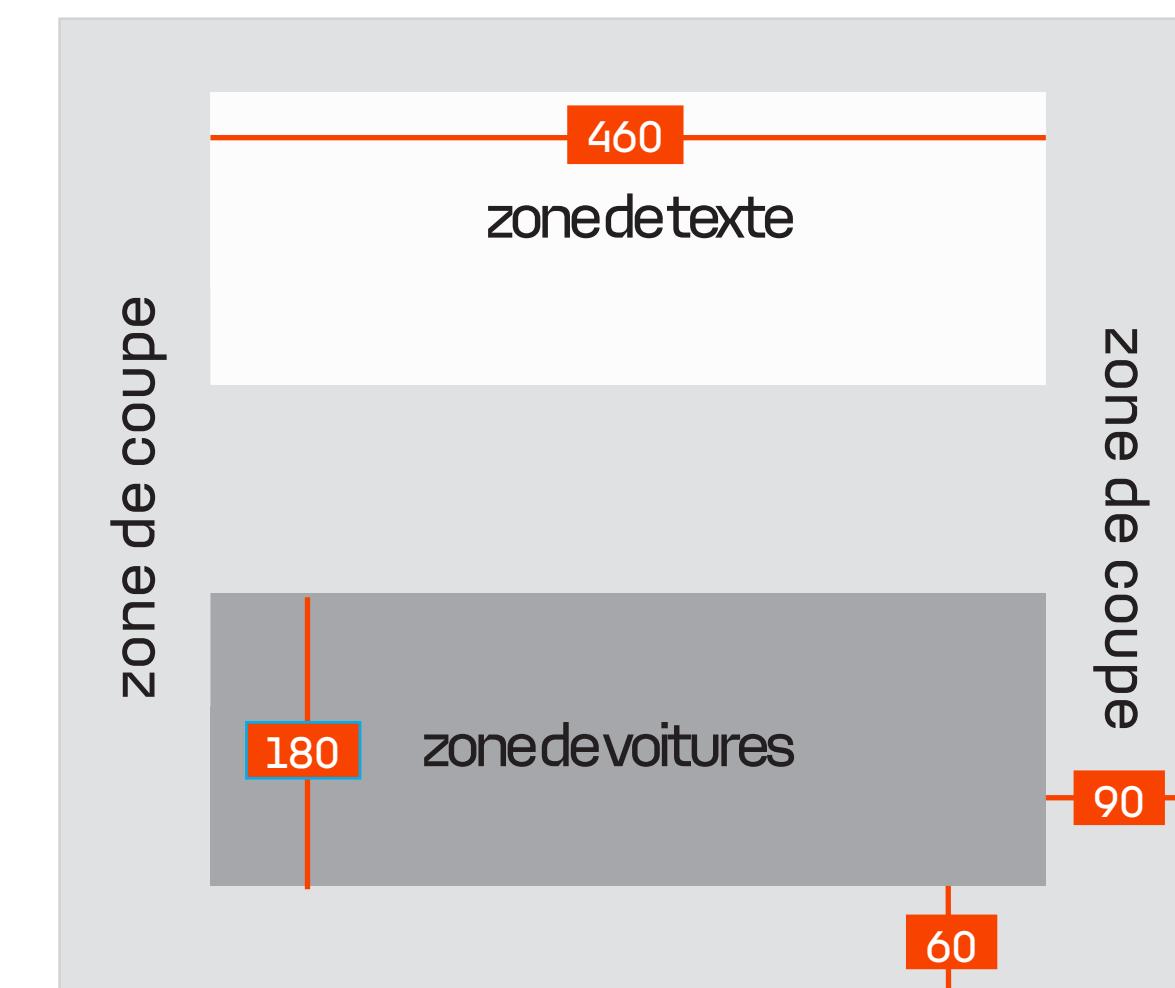
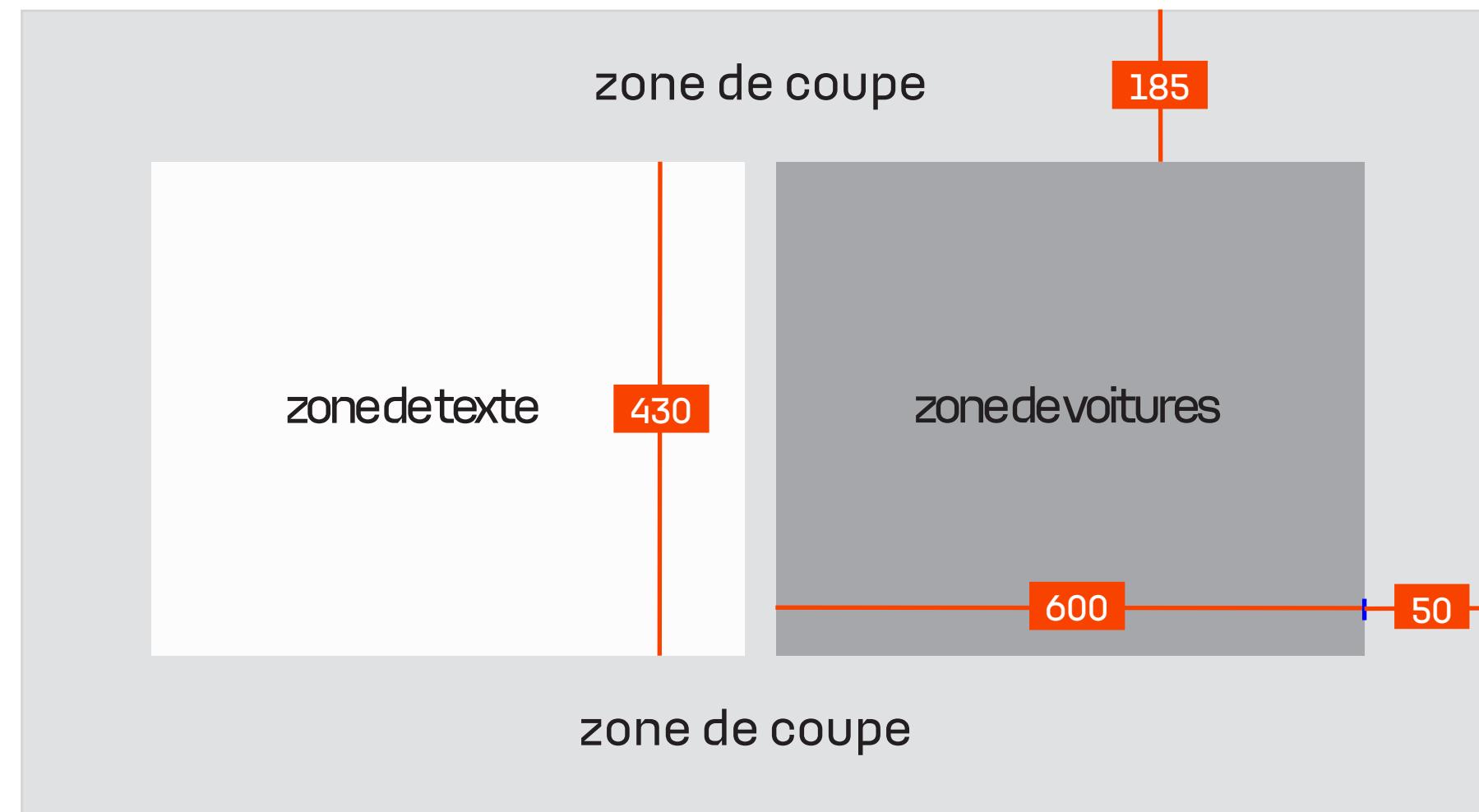
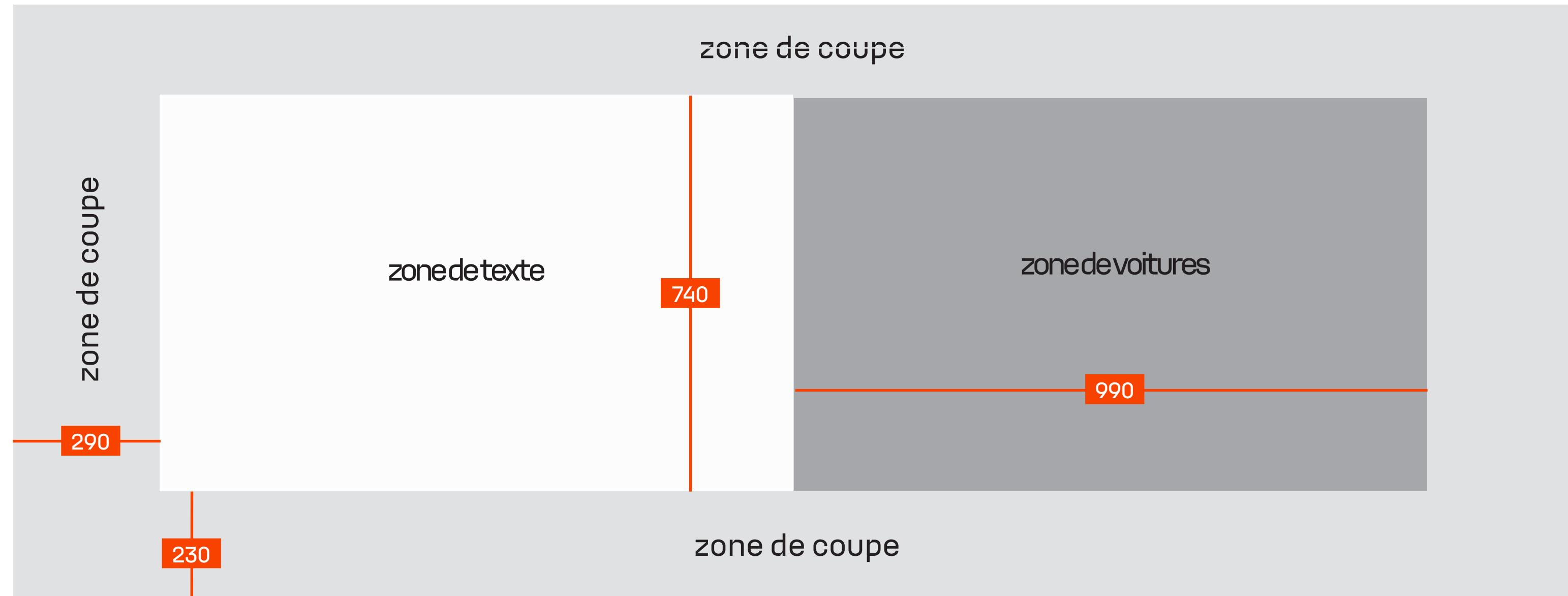
— Zone sûre pour la zone héro

La zone de sécurité pour la voiture peut être inversée avec la zone de texte tant que la proportion est conservée.

Ordinateur 2560 x1200 px

Tablette 1340 x 800 px

Mobile 640 x600 px



ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE

— ASPECTS VISUELS DE LA MARQUE

IL EST NÉCESSAIRE DE:

- Toujours utiliser des visuels officiels Mobilize ou approuvés par Mobilize et suivre les normes visuelles. Utiliser l'emblème comme favicon.
- Dans la présentation de la gamme, garder la cohérence dans les visuels du véhicule (utilisez le même angle pour toutes les images de voiture).
- Garder l'ombre et le reflet sur le sol.
- Assurer-vous que les fenêtres soient transparentes afin que le fond puisse être vu.
- Insérer l'information légale adaptée au visuel utilisé (description des équipements/ version, consommation).
- Utiliser les couleurs correctes des arrière-plans et profiter de l'espace blanc.

NE PAS:

- Ajouter d'objets, d'éléments, de calques, de logos ou d'emplèmes (des exceptions peuvent être faites avec la coordination de l'équipe marketing locale) lors de la phase d'édition de toute image.
- Utiliser des icônes et des visuels qui ne font pas partie de Mobilize.
- Mélanger les visuels, emblèmes, logos dans une petite zone.
- Lors de l'édition d'images, ne pas utiliser d'autres couleurs en dehors des couleurs officielles Mobilize - ne mélangez pas les polices, les couleurs du concessionnaire avec l'image Mobilize.

02

URL

- **Lignes directrices de l'URL et du favicon**

[Retour au sommaire](#)



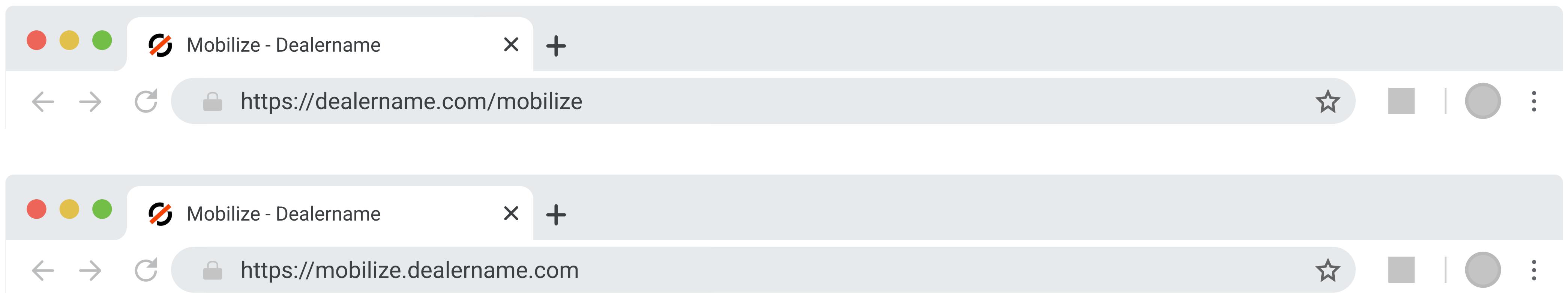
URL

— URL & FAVICON

L'URL du concessionnaire est le moyen le plus simple d'accéder à l'environnement des marques du Groupe Renault. Le nom de domaine ne doit pas suggérer un site officiel de la marque Groupe Renault. L'objectif est de différencier clairement le site du concessionnaire du site de la marque.

Site web favicon

Utilisez le favicon noir sur fond blanc avec la barre oblique orange. Vous devez avoir un split entre favicon et nom Mobilize, car c'est un élément visuel. La favicon est un élément de marque, unique à chaque marque et pour le parcours utilisateur sur votre site web. Son rôle est d'aider les visiteurs à identifier plus facilement votre site web lorsqu'ils ont plusieurs onglets ouverts. Il est interdit de modifier/réajuster les favicons sur le parcours utilisateur - la favicon du concessionnaire doit être ajoutée uniquement sur une page neutre. Le favicon est la porte d'entrée, à côté de l'URL, vers l'univers de la marque. Ainsi, le favicon doit respecter les standards présentés dans ce guide.



URL du site web

Afin d'assurer un parcours utilisateur fluide et une distinction claire : utilisez le nom de la marque et le nom du revendeur. Il est encouragé de créer des sous-domaines comme suit : mobilize.dealernname.com ou dealernname.com/mobilize.

Il n'est pas conseillé d'avoir un sous-domaine composé uniquement du nom du concessionnaire (dealernname.com).

Le site doit avoir ses certifications de sécurité à jour, ainsi que les autres sujets liés à la confidentialité. Lors du choix d'un nouveau domaine web, veuillez garder à l'esprit les principes suivants : restez simple et évitez d'utiliser des noms longs ; utilisez un « - » pour séparer les mots s'il est trop long.

- par exemple: mobilize.dealernname.com (évitez d'ajouter le nom de la marque à la fin du domaine).

03

ASPECTS GÉNÉRAUX DE MARQUE

- **Présenter les éléments requis sur la page d'accueil**

[Retour au sommaire](#)



3.1

– ENVIRONNEMENT MOBILIZE

- Règles UX pour l'environnement multimarque ou Groupe Renault

[Retour au sommaire](#)



ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE —ENVIRONNEMENT MOBILIZE

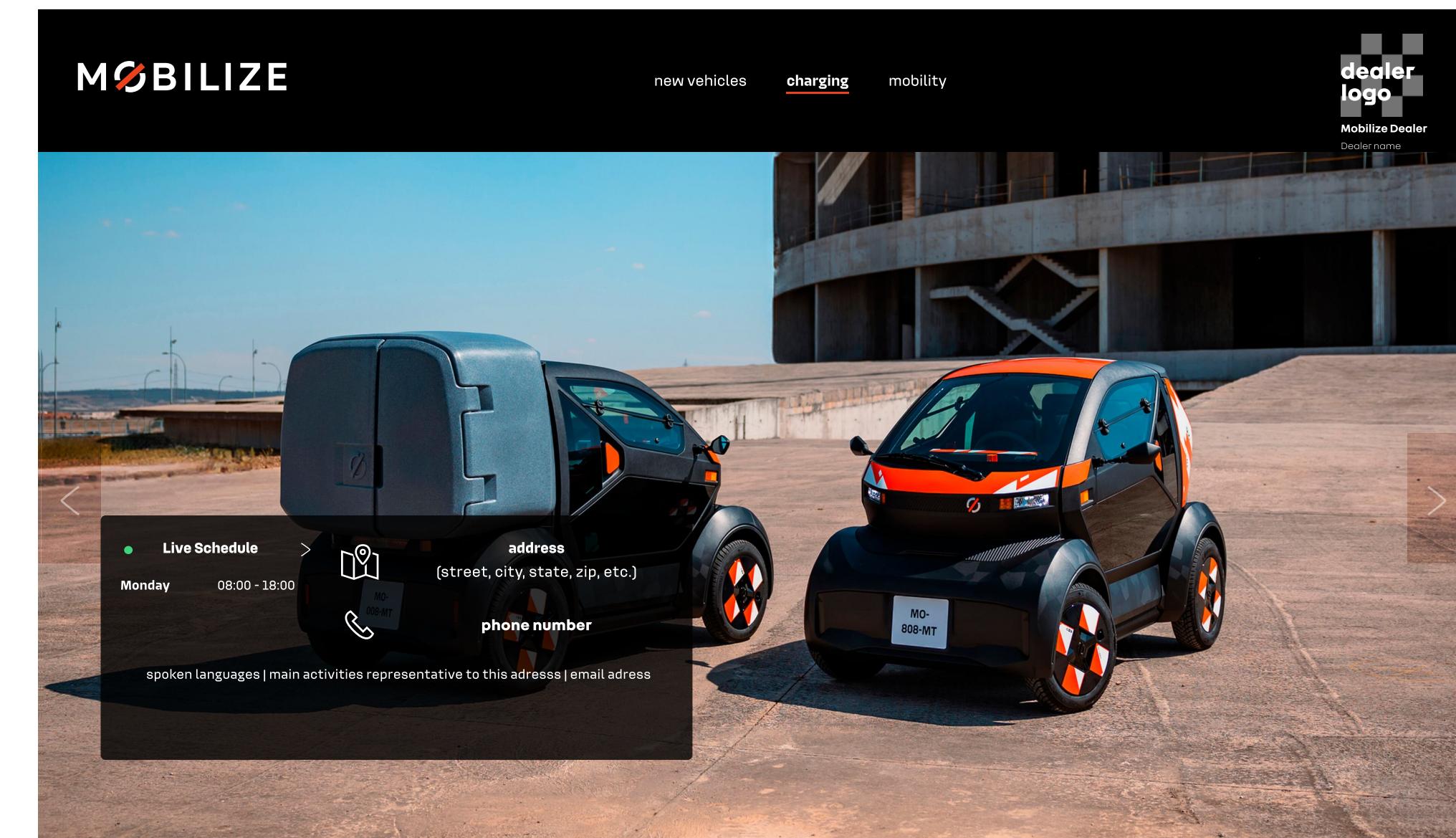
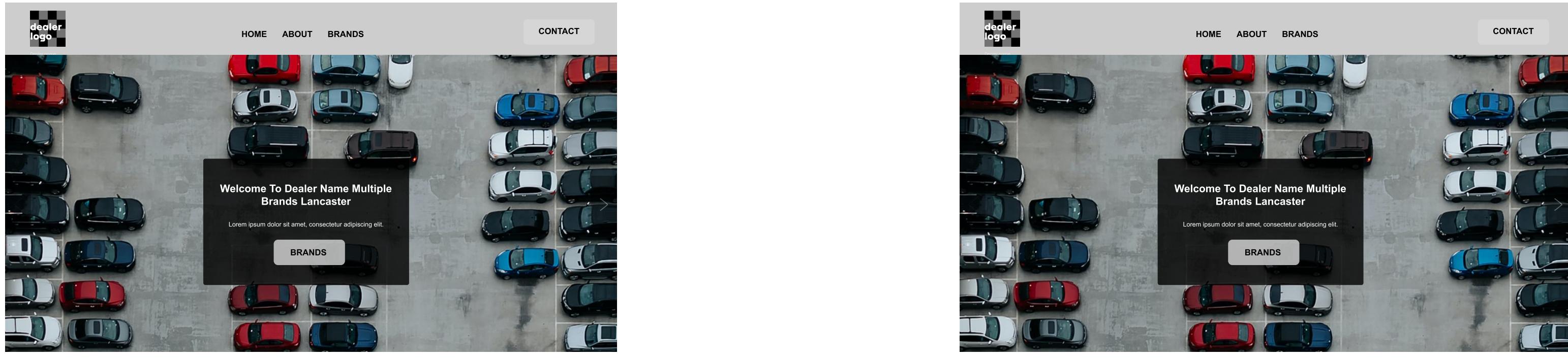
— Parcours utilisateur Multimarque / Groupe Renault

Il est préférable de créer une simple « page neutre » qui supporte la présentation des logos de toutes les marques.

Chaque logo serait le point d'entrée sur leur page d'accueil dédiée. Assurez-vous d'afficher les logos des marques du groupe Renault dans le bon ordre (Renault, Dacia, Alpine, Mobilize) lorsque le concessionnaire ne vend que des véhicules du groupe Renault ou qu'il a plusieurs autres marques affichées ensemble.

Les marques du groupe Renault doivent être affichées ensemble sans interruption dans leur ordre.

Assurez-vous que l'utilisateur puisse accéder à la page de la marque Mobilize via le logo Mobilize affiché sur la page d'accueil de votre groupe.



ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE — ENVIRONNEMENT MOBILIZE

— La page d'accueil Mobilize

Sur une page d'accueil, il est important d'afficher au moins 3 éléments:

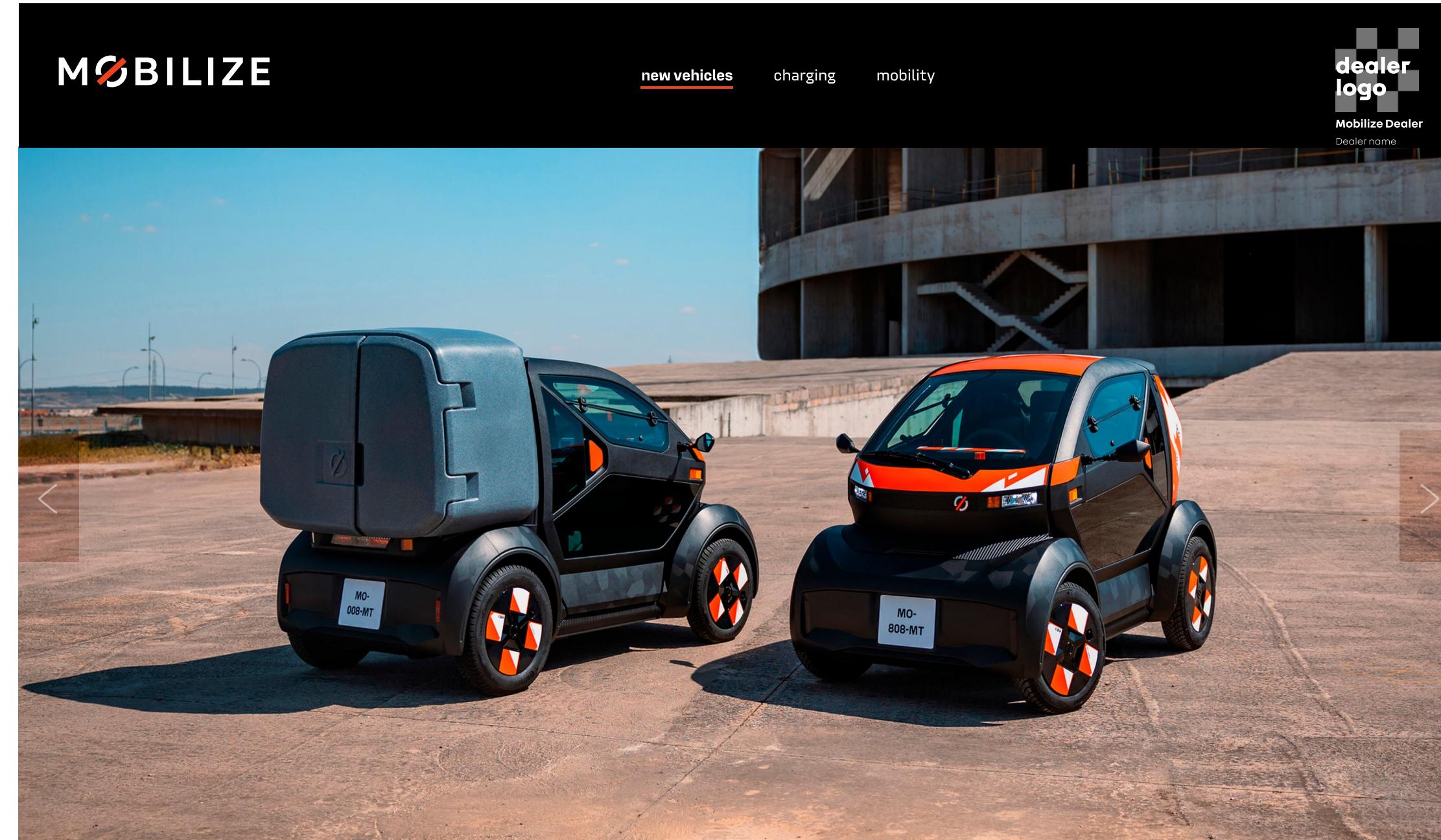
- Barre de navigation (fond noir).
- Image héro (curseur ou statique avec ou sans CTA).
- Gamme de véhicules neufs (image, nom de la voiture, prix et CTA).

Pour rendre l'expérience client plus fluide, vous devez avoir un environnement de marque dédié à Mobilize avec une barre de navigation spécifique.

Les clients qui recherchent des informations sur les produits et services y trouvent un accès plus facile.

— Mobilize concessionnaire sur les autres appareils

- Assurez-vous que le site web est construit en utilisant un design web réactif, pour que vous puissiez savoir si votre contenu s'adapte à différentes tailles d'écran.
- Si vous utilisez un système de gestion de contenu, vos modèles de conception sont susceptibles d'être adaptables sur n'importe quel appareil (mobile ou tablette).



Mobilize Duo

Starting from : XXXX€
grade name and details for the model starting price;
legal notice etc.

[DISCOVER](#)



Mobilize Bento

Starting from : XXXX€
grade name and details for the model starting price;
legal notice etc.

[DISCOVER](#)

ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE

— ENVIRONNEMENT MOBILIZE

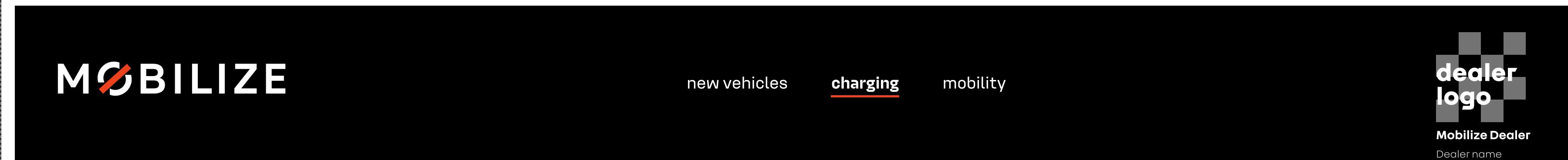
— Page d'accueil - navigation

LA BARRE DE NAVIGATION DOIT CONTENIR:

- Fond noir.
- Logotype Mobilize et logo du concessionnaire sur le côté opposé (si nécessaire).
- Le menu doit contenir un bouton de véhicules neufs (à minima).
- Il est facultatif d'avoir le CTA (vers le site web de l'entreprise, le configurateur 3D, etc.), les informations autoshare et la recharge en évidence dans la barre de navigation principale comme catégorie distincte.

Utilisez le logotype Mobilize dans la barre de navigation comme lien de redirection vers la page d'accueil Mobilize.

Vous avez peut-être la possibilité d'accéder à la page d'accueil globale du groupe concessionnaires (présentant le groupe et non d'autres marques) via le logo du concessionnaire en ouvrant un nouvel onglet.



nota bene

Vous pouvez trouver plus de détails sur les règles pour les nouveaux véhicules (images, nom de la voiture, prix et CTA) dans [chapitre 4](#).

Cette représentation visuelle est uniquement à des fins de démonstration. Vous pouvez utiliser la représentation visuelle comme exemple pour construire votre page d'accueil Mobilize. Veuillez vous assurer que tous les éléments de la marque sont utilisés correctement et conformément à la stratégie de marque du groupe Renault.

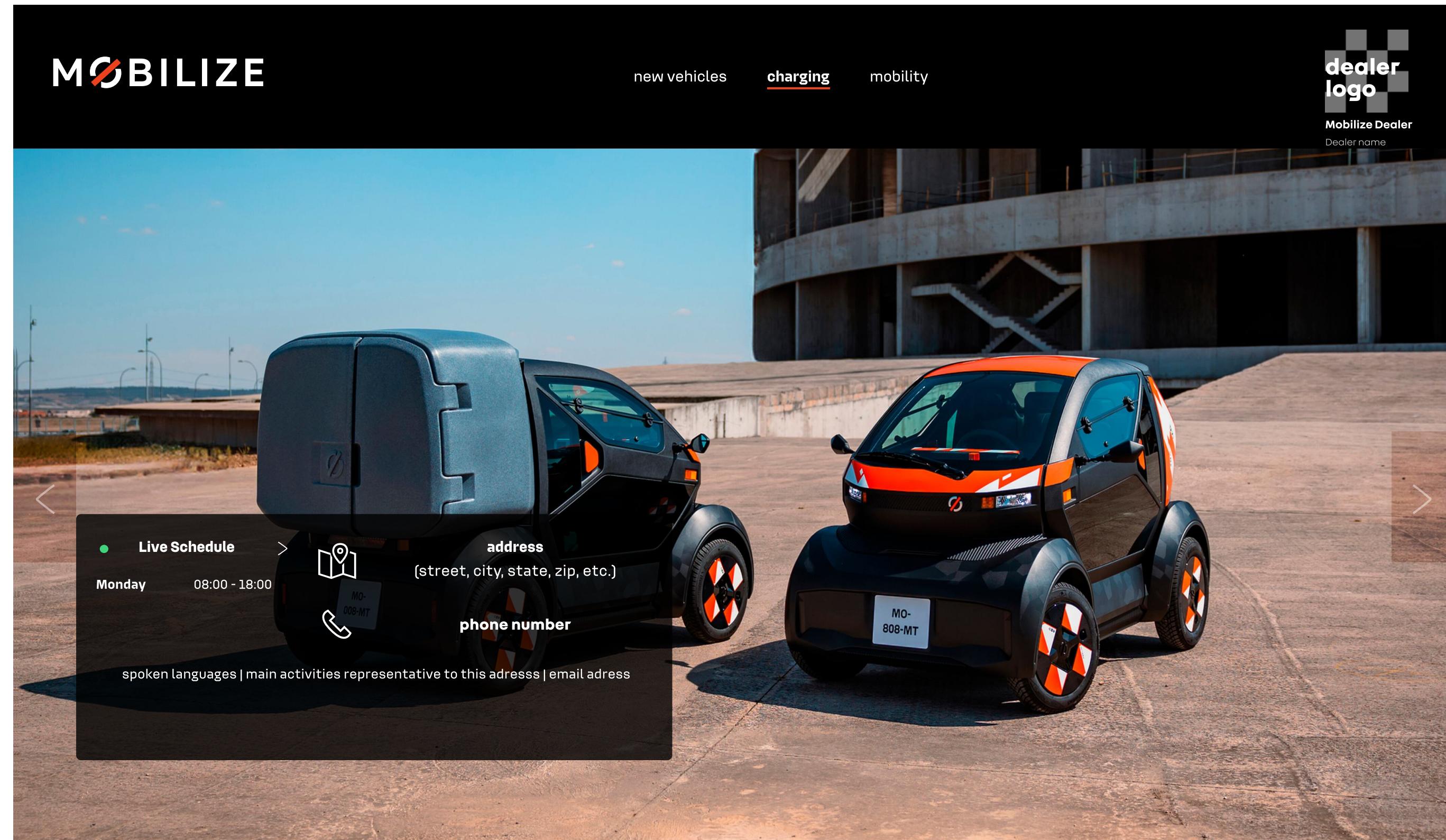
ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE —ENVIRONNEMENT MOBILIZE

— Image d'en-tête

Avoir une zone de texte superposée sur la première image comme carte « Bienvenue ». S'il y a un déroulement d'images - le message de bienvenue ne doit être visible que sur la première image. Il peut inclure des détails sur le concessionnaire (horaire, adresse, langue, etc.). Le format, la taille et le type d'image doivent être conformes aux directives de Mobilize. (Chapitre 1)

Évitez de surcharger la section image héros avec trop d'éléments.

Utiliser des images fournies par Mobilize ou celles qui respectent les directives d'identité visuelle du Groupe Renault.



ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE —ENVIRONNEMENT MOBILIZE

— Nouvelle gamme de véhicules

La gamme de véhicules neufs doit être uniquement composée des voitures de la marque Mobilize.

POUR LA GAMME, IL EST IMPORTANT D'AVOIR:

- Seulement les véhicules neufs Mobilize.
- Image, nom, prix et bouton d'appel à l'action vers les pages véhicules (corporate ou créées localement).
- L'affichage des voitures doit être conforme à la présentation des voitures sur le site web corporate local.
- Les images de voiture doivent être espacées et avoir la même taille et orientation pour des raisons de cohérence.

MOBILIZE RANGE



Mobilize Duo

Starting from : XXXX€
grade name and details for the model starting price; legal notice etc.

[DISCOVER](#)



Mobilize Bento

Starting from : XXXX€
grade name and details for the model starting price; legal notice etc.

[DISCOVER](#)

nota bene

Vous pouvez trouver plus de détails sur les règles pour les nouveaux véhicules (images, nom de la voiture, prix et CTA) dans [chapitre 4](#).

Cette représentation visuelle est uniquement à des fins de démonstration. Vous pouvez utiliser la représentation visuelle comme exemple pour construire votre page d'accueil Mobilize. Veuillez vous assurer que tous les éléments de la marque sont utilisés correctement et conformément à la stratégie de marque du groupe Renault.

3.2

–CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

- Rappel de confidentialité des données

[Retour au sommaire](#)



ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE

—CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

Conformément au Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne, ou à toute autre législation locale applicable en matière de protection des données, il est obligatoire d'informer toute personne concernée avant de collecter ses données personnelles.

Le concessionnaire est considéré comme responsable du traitement lorsqu'il collecte et traite les données personnelles d'un utilisateur via ses propres outils numériques (site web, DMS, etc.). À ce titre, il est seul responsable du respect de la législation locale sur la protection des données et doit pouvoir en répondre devant son autorité de contrôle compétente.

Par conséquent, il est fortement recommandé pour un concessionnaire de respecter les conditions préalables ci-dessous sur chaque site web géré sous sa seule responsabilité :

- Respecter l'obligation d'informer l'utilisateur sur le traitement de ses informations.
- Respecter l'obligation de recueillir un consentement pour la prospection commerciale.

Devoir d'informer l'utilisateur

Le Concessionnaire a pour obligation d'informer l'utilisateur dès la collecte de ses informations personnelles. Cette obligation est l'épine dorsale de toutes les lois sur la protection des données et implique le respect de 3 niveaux d'information sur tout site traitant des informations de l'utilisateur:

- Notices d'information succinctes: tous les formulaires numériques destinés à recueillir des informations personnelles de l'utilisateur (demande de contact, demande d'essai routier, demande d'information, plainte du client...) doivent inclure un court préavis:
 - En détaillant quelle entité traite les données, est-ce que l'entité traite les données en tant que Responsable du traitement des données, en tant que Co-responsable du traitement des données (en cas de responsabilité conjointe, obligation de nommer l'entité qui est le Co-responsable), quel est le but du traitement des données.
 - Rappeler à l'utilisateur ses droits concernant ses données, lui communiquer l'adresse e-mail du Délégué à la protection des données du Concessionnaire et l'informer de la possibilité de consulter la Politique de protection des données du Concessionnaire.
- Informations sur la politique de cookies: une bannière doit être affichée lorsqu'un utilisateur arrive pour la première fois sur le nom de domaine du Concessionnaire, quelle que soit la page sur laquelle il/elle arrive.
- Cette bannière doit être régulièrement affichée sur la base des recommandations des autorités locales (par exemple pour la France, tous les 6 mois). Cette bannière doit comporter un lien vers la liste des partenaires souhaitant utiliser les cookies pour mesurer l'audience et la performance du site, afficher des publicités et contenus personnalisés et/ou géolocalisés (si nécessaire) et permettre à l'utilisateur d'interagir avec le contenu du Concessionnaire via les réseaux sociaux.

ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE

—CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

- La «« Politique en matière de cookies »» doit être accessible via un bouton «Lire notre politique en matière de cookies» dans le pied de page du site web. Il redirigera l'utilisateur vers une page dédiée qui fournit des informations sur les cookies conformément au RGPD, à la directive sur la vie privée électronique (ou à d'autres lois locales sur la protection des données) et à d'autres exigences et directives de transparence applicables (« Politique relative aux cookies ») et leur permet d'ouvrir la plateforme de gestion du consentement pour gérer leurs choix.

La politique de cookies doit détailler les différents types de cookies utilisés sur le site web

- * Cookies techniques
- * Cookies sociaux
- * Cookies de publicité et de contenu personnalisés
- * Cookies analytiques, et permettent à l'utilisateur de comprendre quel type de cookies sont utilisés par les partenaires du concessionnaire.

- Informations sur la politique de confidentialité du concessionnaire: Il est obligatoire de donner à l'utilisateur du site toutes les informations sur la façon dont ses informations personnelles sont traitées par le concessionnaire. Par conséquent, chaque concessionnaire doit fournir l'accès à sa propre politique de confidentialité via un lien « Données personnelles » ou « Politique de confidentialité » située dans le pied de page du site web, qui redirigera l'utilisateur vers une page dédiée fournissant des informations claires et non ambiguës sur la façon dont le concessionnaire traite les informations relatives à la personne concernée.

La politique de confidentialité doit contenir toutes les informations nécessaires comme demandé par le RGPD, comme suit:

- Quelle entité traite les informations de l'utilisateur?
- Quelles informations sont traitées et dans quel but?
- Qui a accès aux données de l'utilisateur?
- Quels sont les droits de l'utilisateur concernant ses informations collectées?
- Comment le concessionnaire s'assure que les informations de l'utilisateur sont sécurisées?

NOTA BENE: le Concessionnaire agissant en tant que Responsable de traitement sur son propre site web, sa Politique de confidentialité doit être spécifique à son entité juridique.

ASPECTS GENERAUX DE LA MARQUE

—CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

Obligation de recueillir un consentement pour la prospection commerciale

Pour pouvoir effectuer de la prospection commerciale auprès de ses utilisateurs, un concessionnaire DOIT recueillir un consentement dédié sur son site internet; la base juridique "consentement" étant la seule considérée comme valide par la RGPD pour cibler des clients finaux ou des prospects dans le cadre de campagnes marketing.

Rappel: pour être considéré comme valide, le consentement recueilli par le concessionnaire sur son site web doit respecter les règles suivantes:

- La finalité du traitement des données doit être clairement présentée.
- Le consentement ne peut porter que sur une seule finalité à la fois.
- Le consentement doit être donné directement par l'utilisateur sur une base volontaire.
- L'utilisateur doit être libre de donner ou non son consentement.
- L'utilisateur doit également se voir proposer un moyen d'annuler son consentement lorsqu'il change d'avis.

Conformément aux règlement Européen sur la Protection de la Vie Privée, l'utilisateur doit également donner son consentement spécifique pour chaque canal de communication digital utilisé par le concessionnaire (e-mail/sms). Les concessionnaires des pays non membres de l'UE doivent vérifier auprès de leur délégué à la protection des données pour quel canal de communication un consentement spécifique est requis en vertu de la législation locale sur la protection des données.

NOTE: tous les concessionnaires ont également l'obligation de conserver une preuve du consentement donné par l'utilisateur et de la présenter à la demande de l'autorité locale chargée de la protection des données.

04

ACTIVITÉS

- **Gamme de véhicules neufs, services d'autopartage et activités liées à la recharge – type de contenu**

[Retour au sommaire](#)



4.1

– VÉHICULES NEUFS

- Page de configuration des véhicules neufs

[Retour au sommaire](#)



ACTIVITÉS

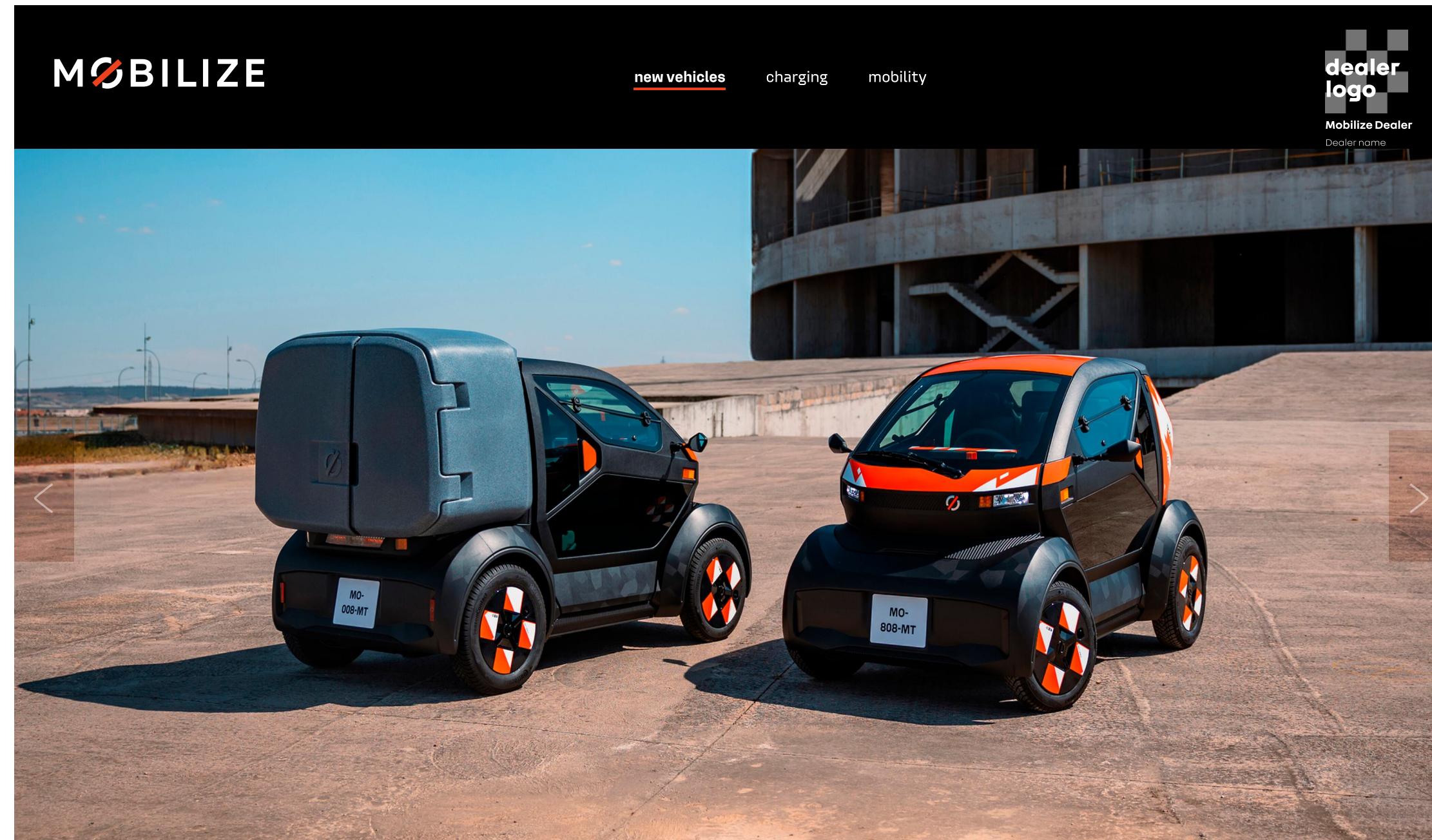
— VÉHICULES NEUFS DUO & BENTO PRESENTATION

— Règles pour la disposition générale du sélecteur de voiture:

Utilisez uniquement des voitures Mobilize - aucune multimarque (même les marques du groupe Renault) n'est autorisée à être exposée..

Assurez-vous de garder le nom à jour avec le site web Corporate Mobilize local:

- Utilisez le nom de la marque + le nom de la voiture
 - * Mobilize Duo
 - * Mobilize Bento



ACTIVITÉS

— VÉHICULES NEUFS DUO & BENTO PRESENTATION

— Détails sur la gamme de véhicules

- Fournir les informations nécessaires pour chaque véhicule (nom, prix, coordonnées légales si nécessaire).
- Afficher le prix de départ et le loyer mensuel facultatif conformément à l'accord MFS sur votre marché local.
- Si vous présentez des prix réduits, ne barrez pas l'ancien prix - mettez en évidence le nom de l'offre, le lien vers la réduction offerte et l'accord légal.
- Mentionner clairement que le concessionnaire est celui autorisé par la marque du groupe Renault à vendre le véhicule (le site ne vend pas de voitures).
- Link 1# CTA (Call To Action) « découvrir » à:
 - * La page véhicule du site web corporate local, s'il n'existe pas de page de présentation du véhicule Mobilize sur le site du concessionnaire.
 - * La page de présentation du véhicule Mobilize (facultatif) sur le site du concessionnaire.
- FACULTATIF : Lien 2# CTA (Call to Action) « détails » vers:
 - * Utilisez un deuxième CTA pour télécharger la brochure ou réserver un essai routier.
- Ne redirige pas les CTA vers d'autres véhicules (y compris les marques du Groupe Renault et non du Groupe)!



Mobilize Duo

Starting from : XXXX€

grade name and details for the model starting price; legal notice etc.

DISCOVER

ACTIVITÉS

— VÉHICULES NEUFS

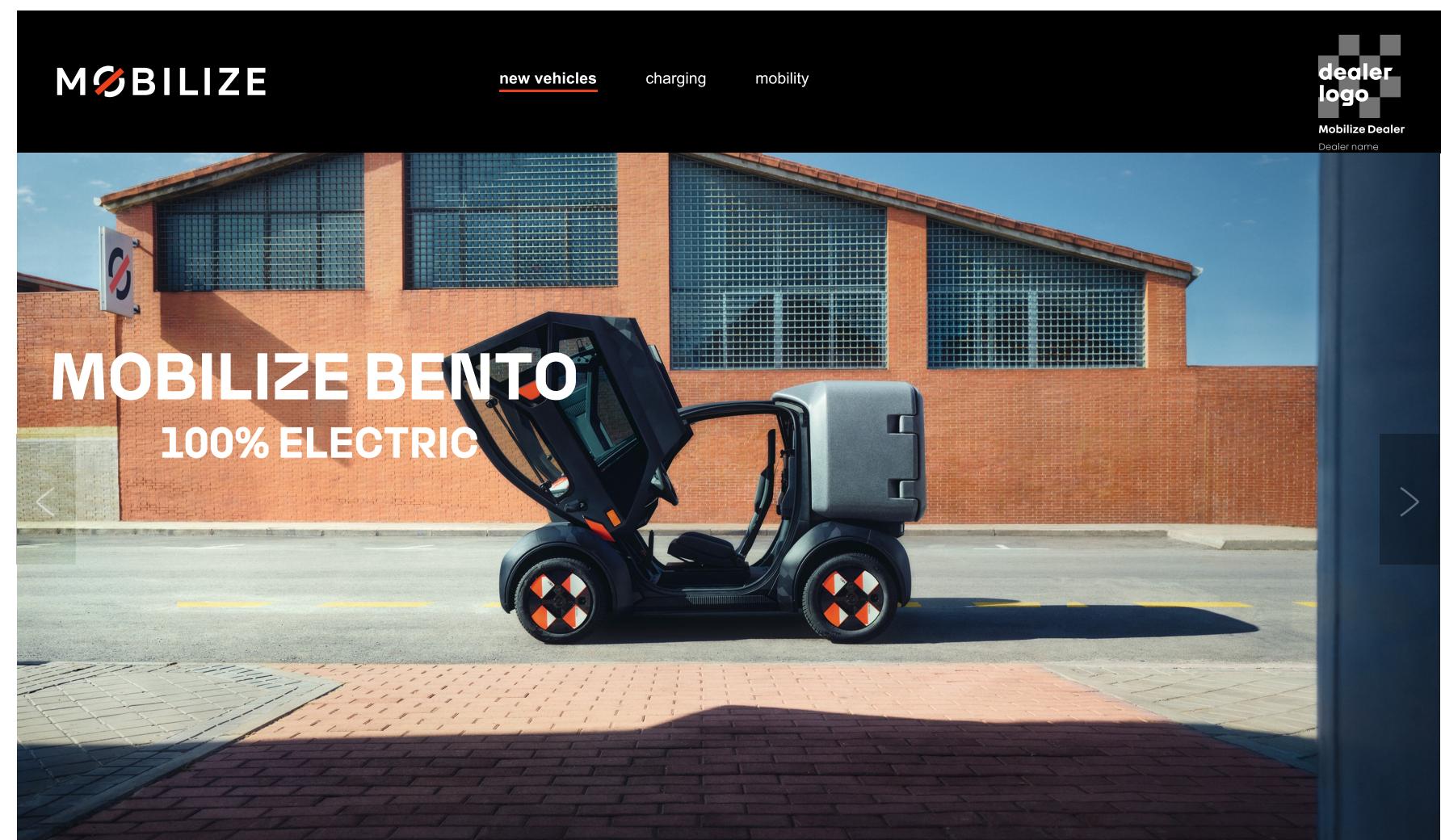
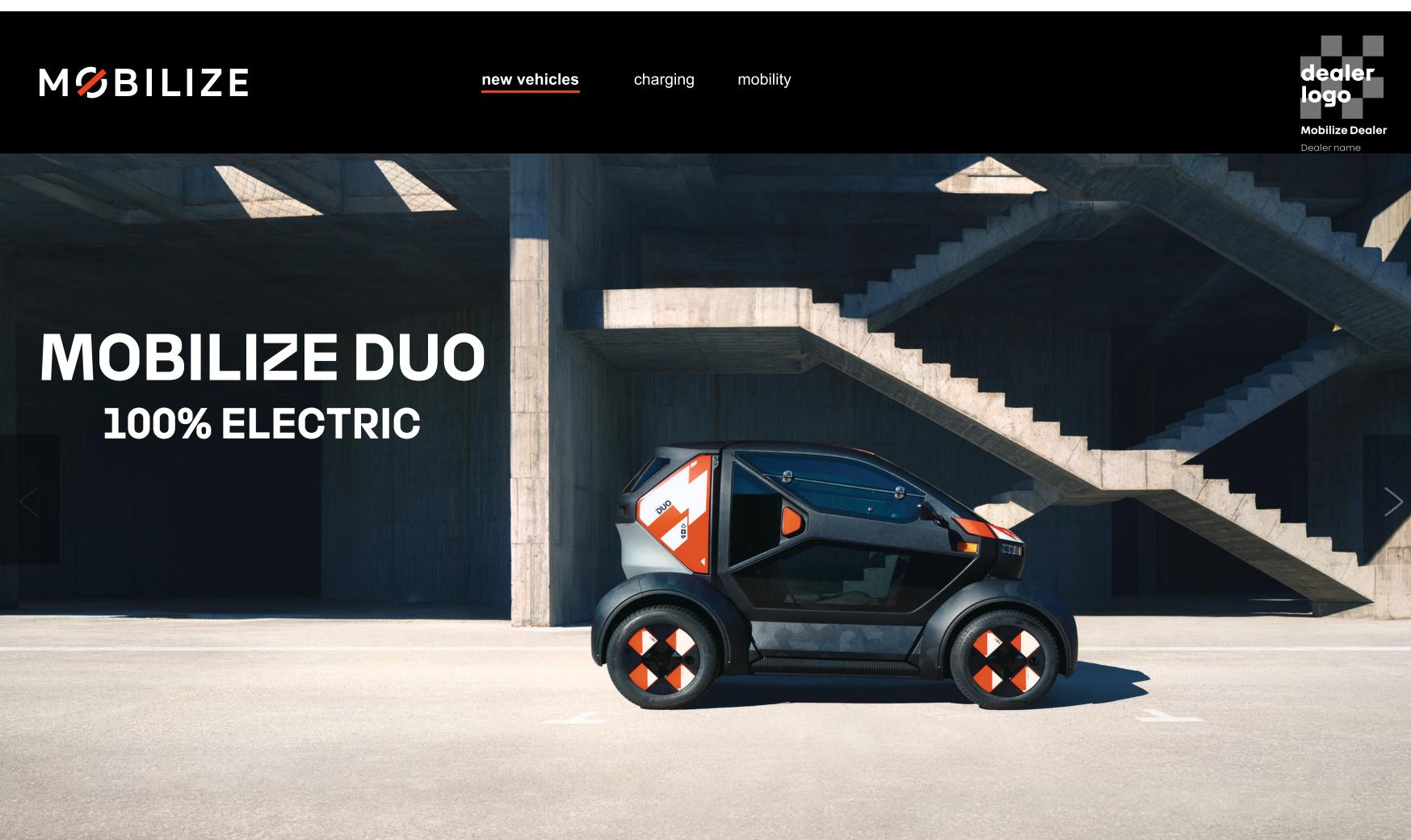
PAGE DE DÉTAILS DE LA VOITURE

— Page produit dédiée

- Depuis le sélecteur de voiture, via CTA, l'utilisateur doit atterrir sur une page dédiée aux détails du produit de la voiture.
 - Chaque véhicule présenté dans la gamme doit avoir une page de destination dédiée (soit un build sur la page du propriétaire, soit redirigé vers la page du site d'entreprise Mobilze).
 - Il est recommandé de rediriger les visiteurs vers la fonctionnalité centrale du site corporate local (configurateur 3D, comparateur de voiture, formulaires) pour créer un parcours utilisateur fluide.

— N'oubliez pas!

- L'image héro (la diapositive statique avec les CTAs) doit montrer le nom du modèle et une tagline marketing, ainsi qu'un CTA.
- Si le prix n'est pas affiché ici, un élément séparé doit inclure ces informations.
- Utilisez cette page pour ajouter Call To Action pour contacter par formulaires, réserver un essai routier.
- Ajouter un sous menu avec les pages dédiées.



4.2

– RECHARGER

- Page de configuration des activités de charge

[Retour au sommaire](#)



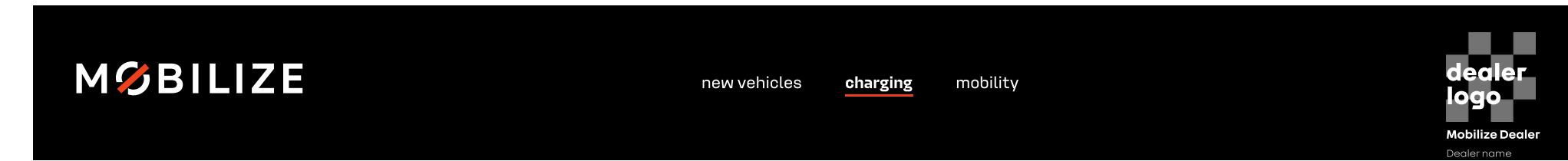
ACTIVITÉS — RECHARGER

— Services de recharge navigation

Utilisez le bouton de navigation « Recharge » pour afficher les services et offres de recharge.

- Vous pouvez utiliser différents CTA
 - * Recharge sur la route:
 - Pass de recharge
 - Recharge rapide
 - Préciser selon la disponibilité des offres dans le pays
 - * Recharger à la maison:
 - Powerbox
 - Solutions d'alimentation
 - Puissance - Charge bidirectionnelle V2G après Puissance
 - Echarge intelligente
 - Préciser selon la disponibilité des offres dans le pays

Il est recommandé de rediriger le visiteur vers la page dédiée à la recharge Mobilize sur le site corporate afin de garantir une expérience utilisateur optimale.



CHARGING SERVICES



charge at home

powerbox
power solutions
power
smart charge

[DISCOVER POWERBOX](#)



charge on the road

charge pass
fast charge

[DISCOVER CHARGE PASS](#)

4.3

– MOBILITÉ

- Page de configuration du covoiturage

[Retour au sommaire](#)



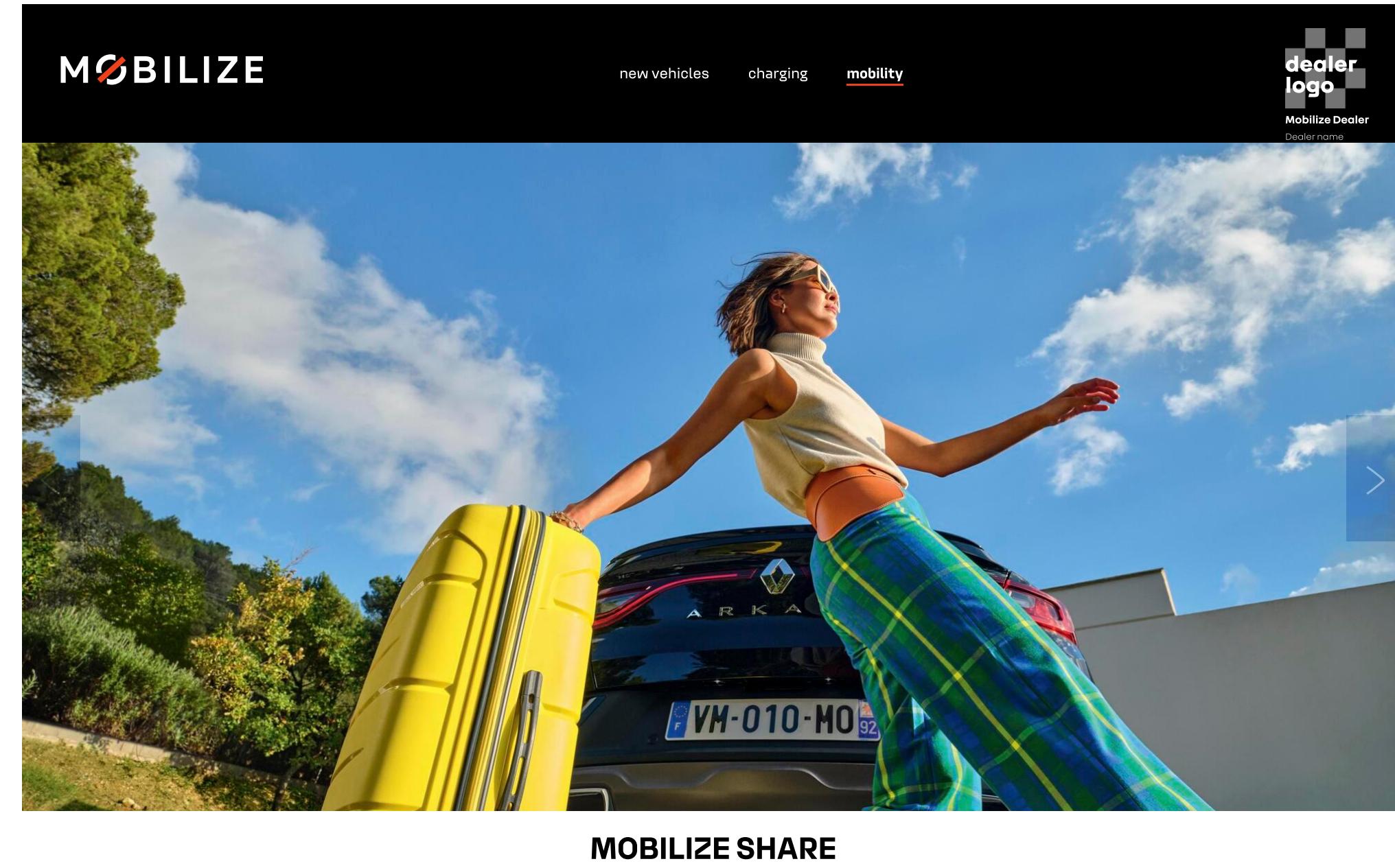
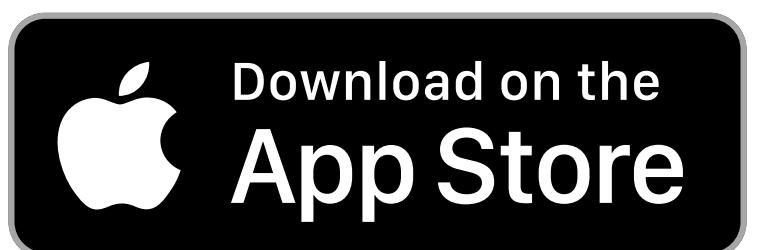
ACTIVITÉS — MOBILITÉ

— Navigation de mobilité

Utilisez le bouton de navigation « mobilité » pour afficher les services et offres de mobilité.

- Vous pouvez utiliser différents CTA
 - * pour prendre rendez-vous
 - * pour réserver des véhicules
 - * pour télécharger l'application Mobilize Share: via QRcode ou un appstore.
 - * pour trouver l'emplacement Mobilize le plus proche.

Il est recommandé de rediriger le visiteur vers la page dédiée à Mobilize mobilité sur le site corporate afin de garantir une expérience utilisateur optimale.



05

E-REPUTATION

- **Intégration de Duo & Bento sur le profil Google Business Profile (GBP)**

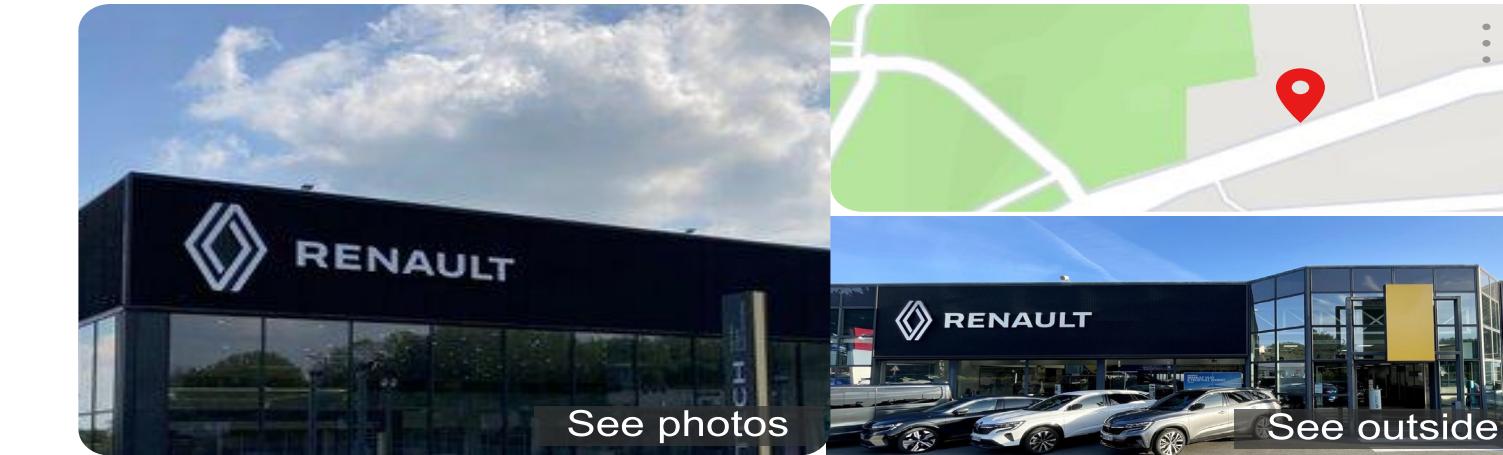
[Retour au sommaire](#)



E-REPUTATION —DUO & BENTO INTEGRATION

Pour les concessionnaires Renault qui commercialisent Duo & Bento, il est recommandé d'ajouter également la présentation de voiture Duo & Bento dans les zones utilisées pour la présentation des produits Renault.

- **Photos:** vous pouvez ajouter des photos de votre showroom où Duo et Bento sont affichés.
- **Produits:** affichage du véhicule Mobilize en plus de la gamme de véhicules neufs Renault.



Renault City Name

[Website](#) [Directions](#) [Save](#) [Call](#)

4.9  (1.2K)

Service options: In-store shopping · In-store pick-up · Delivery

Address: n° + street + City name

Hours: **Closed** · Opens 8:30 AM

Phone: +XX XX XX XX XX

Appointments: xxxxxxxxxx.fr

[Suggest an edit](#)

Questions & answers

[Ask a question](#)

[See all questions \(5\)](#)

Reviews

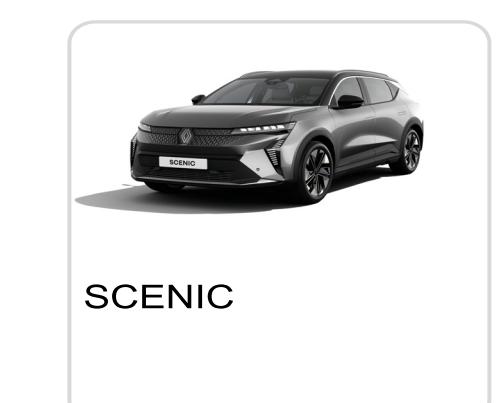
[Write a review](#) [Add a photo](#)

[1,258 Google reviews](#)

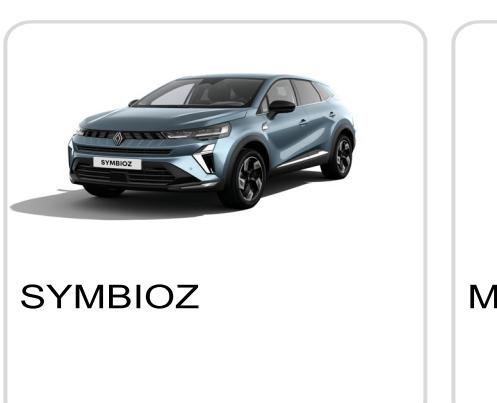
Contact

Appointments: lead form renault.dealernname.com/xxx

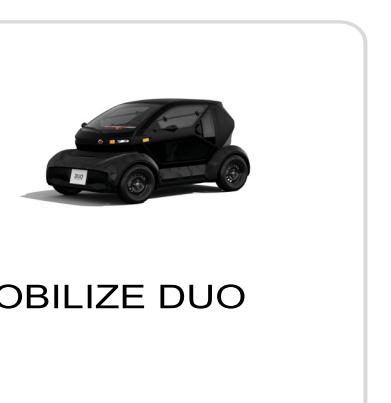
Products



SCENIC



SYMBIOZ



MOBILIZE DUO

06

RÉSEAUX SOCIAUX

[Retour au sommaire](#)



RÉSEAUX SOCIAUX

— RÈGLES VISUELLES ET DE COMMUNICATION

Règles pour la communication et l'interaction sur les médias sociaux:

- Vos publications concernant les produits et services Mobilize doivent être publiées sur votre compte de réseau social Renault et/ou Dacia
- Utilisez des visuels de la Médiathèque le plus souvent possible. Pour les services liés à l'énergie, vous pouvez utiliser les visuels Renault/Dacia/Alpine des voitures où sont intégrés la Mobilize PowerBox, le Mobilize Charge Pass, etc.
- Pour les produits et services autonomes tels que Mobilize Duo/Bento, Mobilize Fast Charge et Mobilize Share, vous pouvez également télécharger les visuels associés depuis Mobilize dans la médiathèque.
- Pour mettre en avant votre propre concession et vos événements, vous pouvez utiliser vos photos et vidéos tout en respectant les directives fournies. Pour plus de détails, contactez votre service marketing local du Groupe Renault.
- Veuillez utiliser les visuels tels quels. N'ajoutez pas de marque, d'effets, d'emojis ou de texte sur les images et vidéos.
- Respectez le calendrier d'édition fourni par l'entreprise/le pays.
- Utilisez uniquement des visuels qualitatifs et à jour. Importez-les dans la meilleure résolution.
- Demandez et coordonnez-vous avec le gestionnaire de réseau concernant les offres ou les campagnes.

RÉSEAUX SOCIAUX

— RÈGLES VISUELLES ET DE COMMUNICATION

IL EST NÉCESSAIRE DE:

- Utiliser les bonnes nomenclatures du véhicule et ses points forts dans votre post descriptions (par exemple Mobilize Duo 45 Neo)
- Utiliser le tag @Mobilize dans la publication pour identifier la marque (y compris dans les Stories)
- Instagram tag: @mobilize_[country]
- Tag Threads: @mobilize_[country]
- Facebook tag: @mobilize
- Linkedin Tag: @mobilize
- Tag TikTok: @mobilize
- Tag X: @wearemobilizers
- Utiliser le # fourni dans les descriptions de poste (#Mobilize, #RenaultGroup)

NE PAS:

- Changer les visuels mis à votre disposition de quelque manière que ce soit
- Surcommuniquer (1 à 2 posts par semaine maximum)
- Mixer Renault & Mobilize sur les postes
- Ajouter des éléments graphiques (texte, GIF, autocollants) à vos photos et vidéos
- Comparer Duo à Twizy ou à la concurrence (par exemple, Citroën AMI)
- Il est recommandé de ne pas publier sur LinkedIn le week-end. La publication pendant les samedis et dimanches entraîne une visibilité réduite du contenu, car il sera noyé par le flot d'activité de la semaine précédente ou passera inaperçu au cours du week-end. Il est donc préférable de publier dans la semaine pour maximiser l'impact de votre post.

RESSOURCES ET ANNEXES

[Retour au sommaire](#)



RESSOURCES ET ANNEXES

LIENS ET RESSOURCES

DESIGN SYSTEM: <https://www.brandhub.groupe.renault.com/brands/mobilize/digital-4/design-system>

CORE COMPONENTS: <https://www.brandhub.groupe.renault.com/brands/mobilize/digital-4/core-components>

FAVICON: <https://www.brandhub.groupe.renault.com/brands/mobilize/digital-4/favicons>

AVATARS: <https://www.brandhub.groupe.renault.com/brands/mobilize/digital-4/avatars>

APPS ICONS: <https://www.brandhub.groupe.renault.com/brands/mobilize/digital-4/apps-icons>

AVERTISSEMENTS ET UTILISATION

Outils utilisés : Adobe XD, Figma, Vectorsnator, MS, PowerPoint

Concevoir des ressources : Mobiliser BrandHub

La plupart des représentations visuelles sont uniquement à des fins de démonstration ; il n'est pas obligatoire de les reproduire avec une haute fidélité exacte en utilisant tous les éléments présentés (sauf ceux qui sont obligatoires ou très importants). L'objectif est d'avoir un design similaire autant que possible, de s'inspirer et d'utiliser tous les éléments de marque fournis correctement et conformément aux vues de la stratégie de marque (UI) du Groupe Renault et en conformité avec toutes les lois et réglementations internationales.

Il est obligatoire de respecter et de suivre tous les guides d'entreprise et formations à jour sur les sujets liés à la stratégie de marque/marketing fournis.

Tous les systèmes de conception utilisés sont la propriété du groupe Renault et ont été créés par : DCX ONE. Tous les éléments numériques de base doivent être utilisés conformément aux règles décrites dans les guides des normes numériques et/ou tout autre guide ou communication officiel du groupe Renault.