



ALPINE

les showrooms des centres Alpine

Avril 2018

préambule

Ce document présente les grands principes d'identification et d'implantation des centres Alpine.

1.	présentation du concept	4
2.	les parcours clients	12
3.	les différents formats	23
4.	les composantes extérieures	33
5.	les composantes intérieures	41
6.	l'implantation du showroom	61
7.	les règles d'identification des façades des Box Alpine	70
8.	les règles d'identification des façades des centres Alpine en site multimarque	86
9.	les autres composantes	101
10.	le process de déploiement	110

Pour accéder directement à un chapitre cliquer sur le titre.



à quoi sert ce document ?

Une présentation des showrooms Alpine

Ce guide présente le showroom Alpine dans sa configuration standard puis les différentes configurations possibles adaptées selon la typologie des sites d'implémentation.

Les parcours-clients explicités

La maîtrise du parcours client est la base de l'organisation des centres Alpine. Le guide propose d'explorer les showrooms Alpine en vue subjective.

Les règles d'implantation

Le guide décrit les règles d'application des composantes des centres Alpine : parkings, identification des façades, aménagement des showrooms,...

Il définit un cadre général destiné à faciliter la mise en œuvre dans les réseaux et à répondre à la diversité des cas rencontrés.

1 présentation du concept

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les centres Alpine, un héritage revendiqué



Nés dans les Alpes, les valeurs et le savoir-faire d'Alpine ont su définir une relation particulière entre le conducteur, sa machine et l'environnement.

«J'ai choisi le nom d'Alpine car cet adjectif représente pour moi le plaisir de conduire sur les routes de montagne.» Jean Rédélé, fondateur d'Alpine.

Le showroom Alpine est la promesse d'une expérience physique et digitale d'une marque premium, sportive et moderne.

Le centre Alpine est le vecteur d'une culture répondant à l'attachement des clients à cette marque mythique.

Son aménagement est le reflet de histoire et de l'héritage de la marque Alpine créant ainsi une passerelle entre le passé et le présent tout en adoptant un langage visuel contemporain.

la façade du showroom Alpine



la découverte du showroom Alpine

vue depuis l'extérieur



la découverte du showroom Alpine

vue générale depuis l'entrée



la découverte du showroom Alpine vue générale depuis l'arrière



la découverte du showroom Alpine

le mur du fond et l'enseigne lumineuse



la découverte du showroom Alpine

l'exposition des véhicules



2

les parcours clients

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les parcours clients

Le centre Alpine crée des parcours extérieurs et intérieurs cohérents répondant aux différentes configurations de sites.

un parcours extérieur commun à tous les clients

L'enjeu est que tous les clients passent par le showroom, quels que soient leurs besoins.

Le showroom Alpine est l'élément central de chaque parcours.

des parcours intérieurs différenciés

Au sein du showroom, les clients ont des parcours spécifiques, accueillis et pris en charge par le Conseiller Alpine qui est l'élément-clé du dispositif.

le parcours extérieur
tous clients

le parcours intérieur
client Vente

le parcours intérieur
client Livraison

le parcours intérieur
client Après-Vente



Pour accéder directement à un parcours, cliquer sur le titre.

le parcours extérieur : tous clients

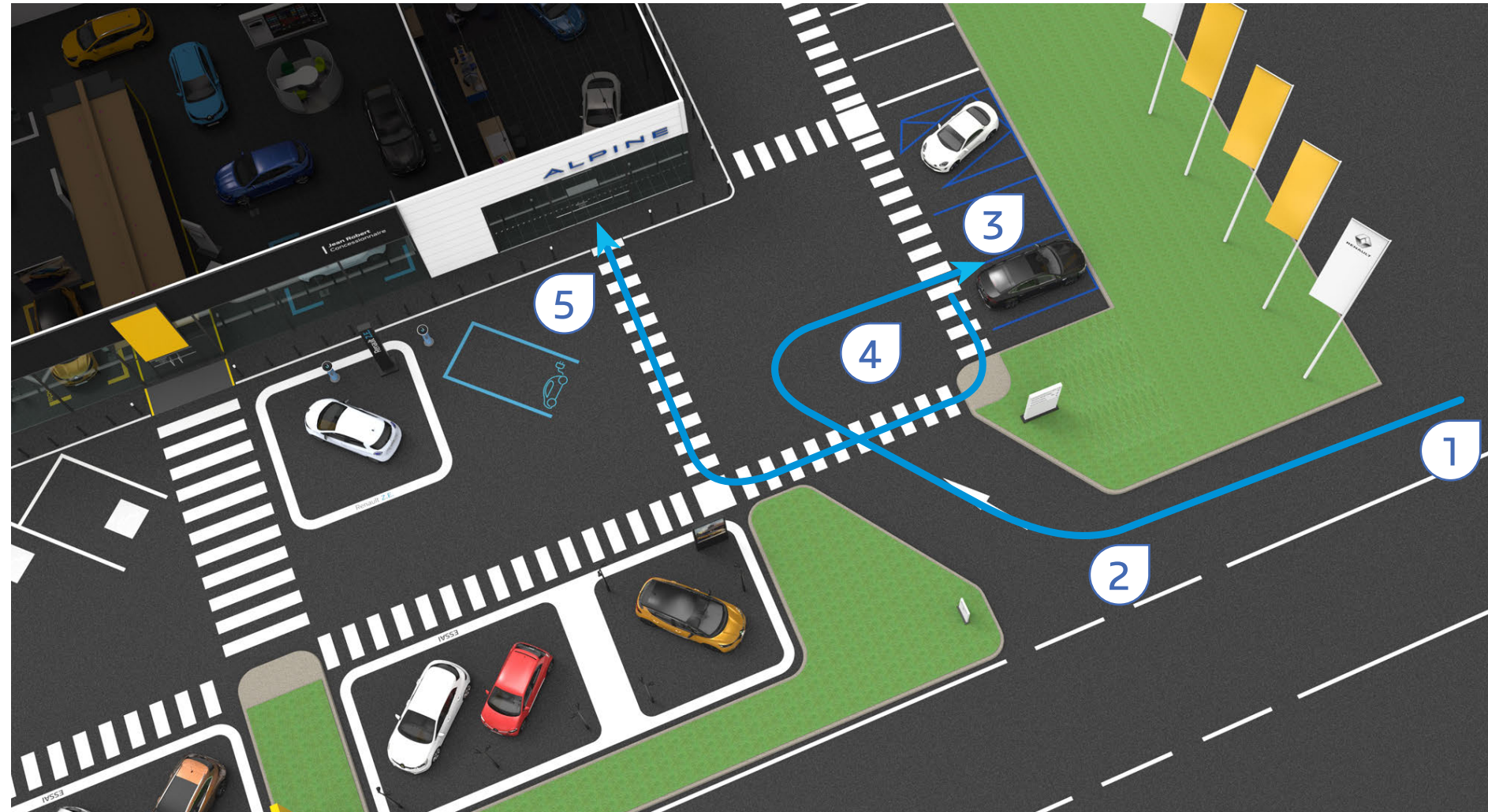
les étapes

Les signatures Alpine présentes sur les façades du showroom identifient le site.

Dès les abords, les clients Alpine repèrent la position du showroom et visualisent les places de parking dédiées.

Ils garent leur véhicule à côté de la zone Essai.

De là, à pied, ils se rendent à l'entrée du showroom en empruntant les passages protégés.



le parcours extérieur : tous clients

la vision du client



1

l'identification du site

Le client repère le site Alpine grâce à la signalétique présente sur les façades.



2

l'entrée du site

Aux abords du site, les clients sont guidés vers le showroom Alpine et le parking dédié attenant.



3

le parking client Alpine

Le parking réservé aux clients Alpine est clairement identifié.

Les places de parking dédiées sont implantées à proximité de la zone Essai.



4

la façade Alpine

Le lettrage lumineux Alpine est présent sur les façades du showroom.

Façade principale et façade latérale reçoivent un marquage de taille identique.



5

l'entrée du showroom

Le client est guidé vers l'entrée du showroom Alpine.

Les marquages adhésifs des vitrines renforcent la reconnaissance de la marque.

Pour revenir à la liste des parcours clients, cliquer sur le bouton.



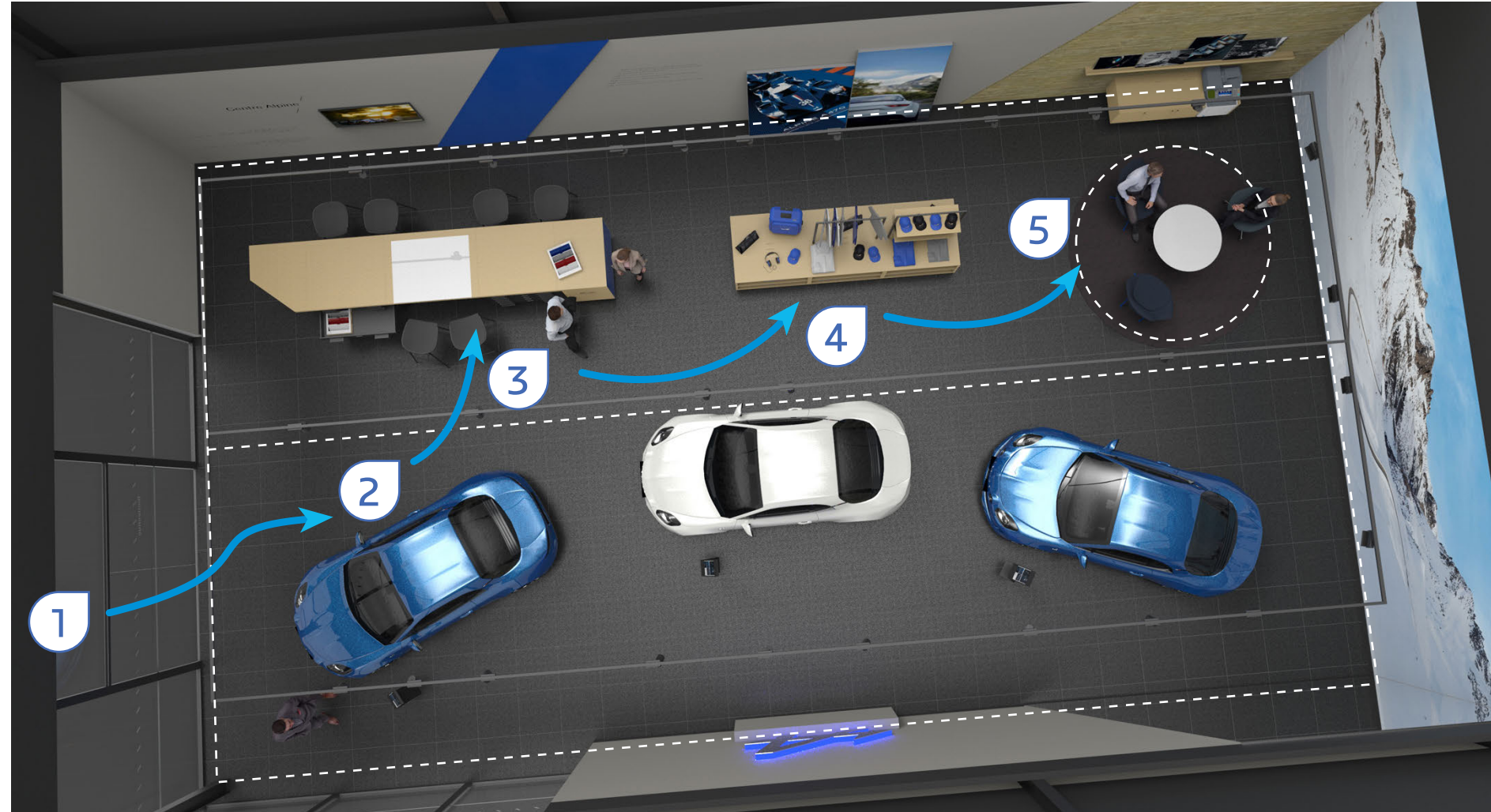
le parcours intérieur : client vente

les étapes

Le client vente entre dans le showroom découvrant les véhicules exposés à sa droite, la table de façonnage étant à sa gauche.

L'organisation claire du showroom facilite la lecture des différents espaces (de découverte) à disposition du client.

Celui-ci peut choisir de découvrir l'univers de la marque Alpine en toute autonomie ou de recevoir des informations sur les produits ou les services en s'adressant au conseiller Alpine.



le parcours intérieur : client vente

la vision du client



1

l'entrée du showroom

Dès l'extérieur, face à la porte d'entrée, le client aperçoit les véhicules exposés.



2

les véhicules exposés

Les véhicules sont disposés soigneusement en arc de cercle, valorisés par le visuel montagne en arrière-plan.



3

la table de façonnage

Sur la partie gauche du showroom s'offre à la vue du client, les premiers éléments visuels de la marque.

La table de façonnage abrite les échantillons couleurs et matières des véhicules. Un écran permet de visionner les résultats de la configuration.



4

le merchandising

Le merchandising témoigne de l'univers Alpine répondant à la notoriété de la marque et à la volonté d'en construire une image contemporaine.



5

l'espace bureau

L'espace bureau du conseiller accueille confortablement le client. Toutes les informations peuvent être facilement mises à disposition.

Pour revenir à la liste des parcours clients, cliquer sur le bouton.



le parcours intérieur : client livraison

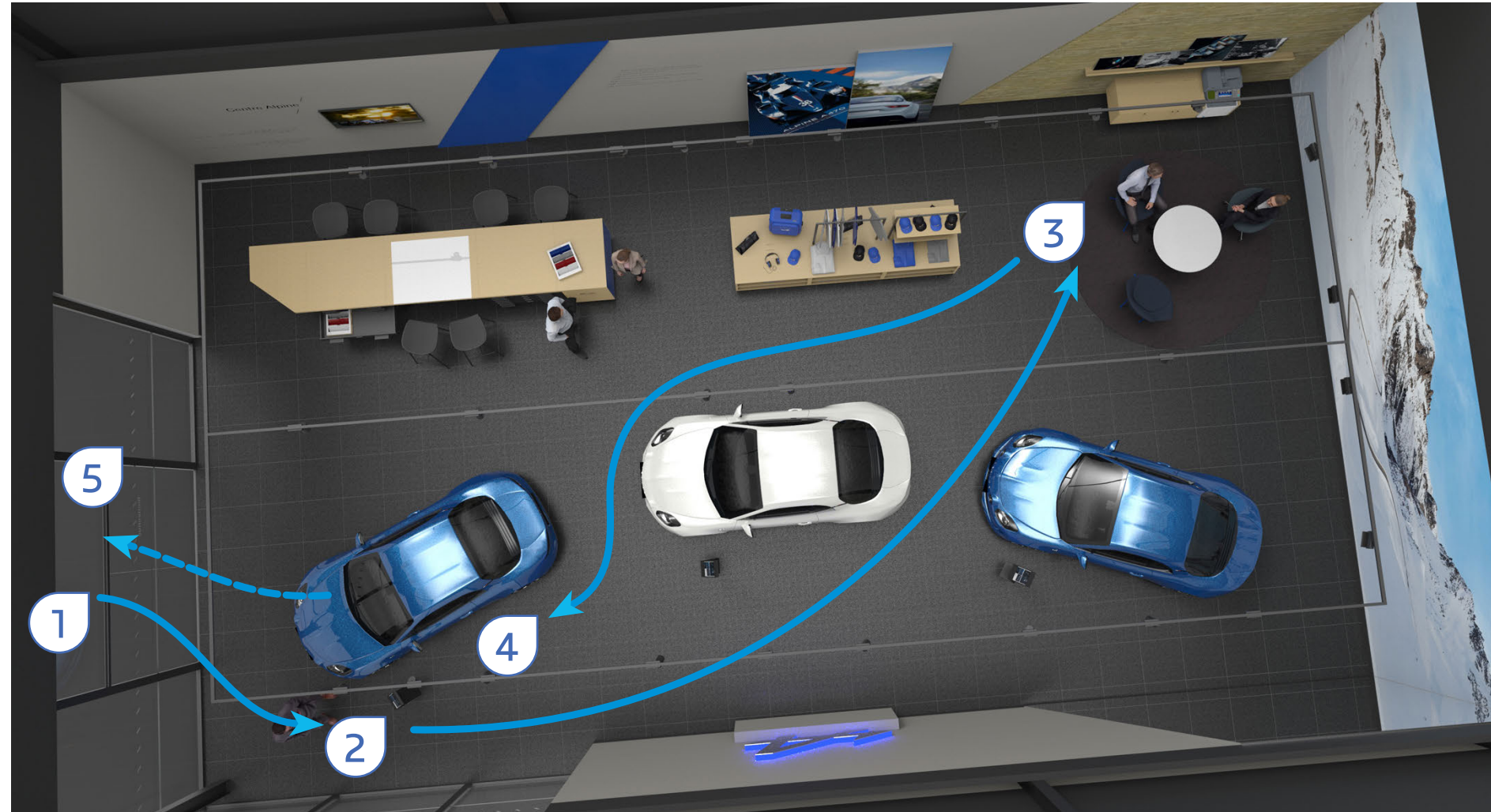
les étapes

La livraison du véhicule se fait **obligatoirement** dans le showroom, le véhicule à livrer étant placé face à l'entrée par laquelle arrive le client.

Le client passe devant son véhicule et se dirige vers l'espace bureau Alpine pour être accueilli par le conseiller Alpine.

Celui-ci lui remet les documents administratifs puis l'accompagne jusqu'à son véhicule pour la "mise en main".

Lorsque la mise en main est terminée, le client quitte le showroom au volant de sa nouvelle Alpine.



le parcours intérieur : client livraison

la vision du client



1

l'entrée du showroom

Le client aperçoit son véhicule dès l'entrée dans le showroom.



2

le véhicule du client

C'est un moment chargé d'émotion pour le client que la découverte de son nouveau véhicule.



3

les formalités administratives

Le client est accueilli par le conseiller Alpine qui procède aux formalités administratives et à la remise des documents du véhicule.



4

la mise en main

Le conseiller accompagne le client vers son véhicule. Ensemble, ils font le tour du véhicule avant que le conseiller n'invite le client à s'installer à bord.



5

la sortie du showroom

La mise en main terminée, le conseiller ouvre les portes du showroom permettant au client de rejoindre la route à bord de son véhicule.

Pour revenir à la liste des parcours clients, cliquer sur le bouton.



R

le parcours client Après-Vente les étapes

Le client se rend dans le centre Alpine pour l'entretien de son véhicule.

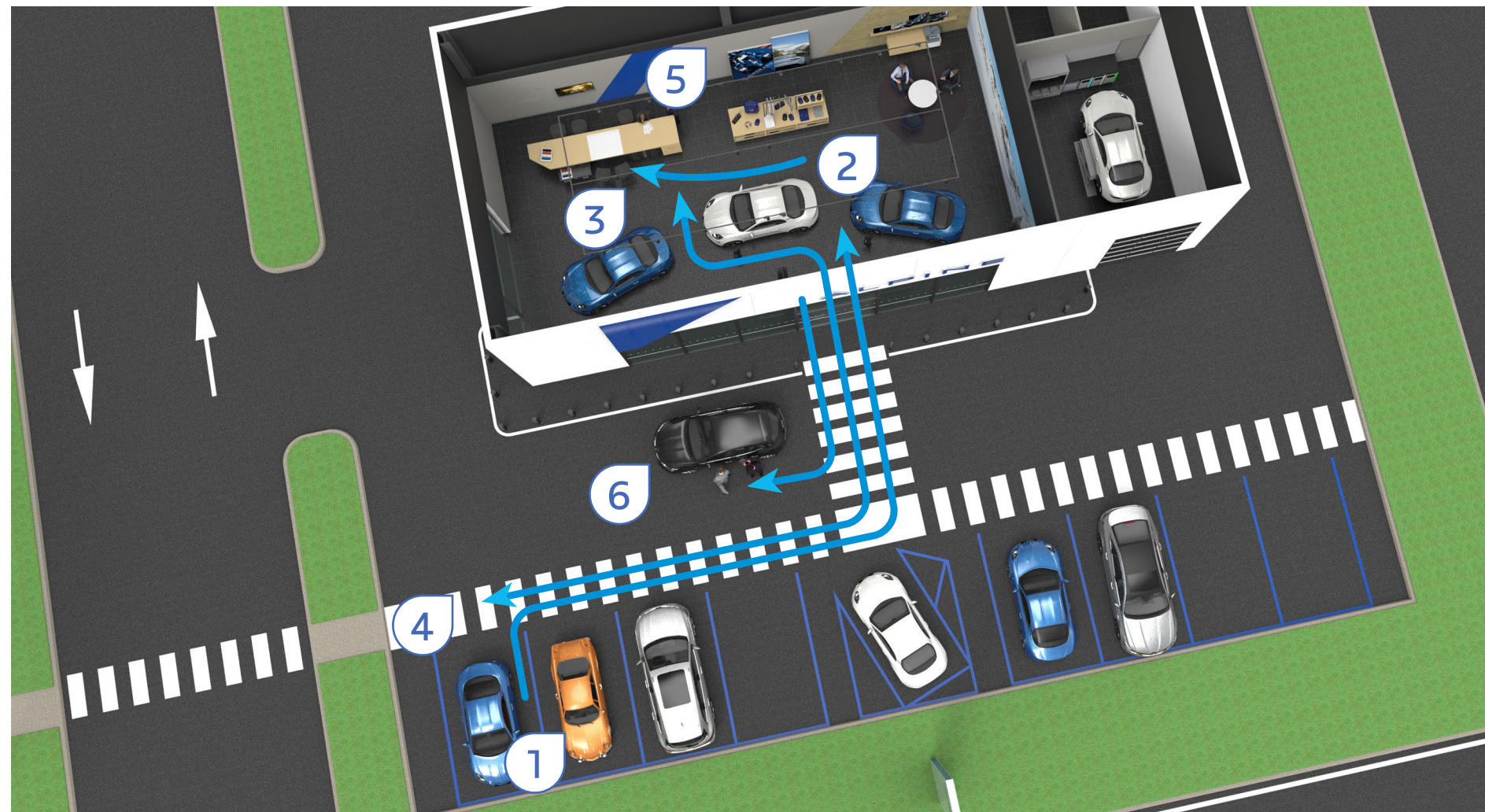
Il est accueilli par le conseiller qui l'invite à la table de façonnage pour préparer le dossier.

Le technicien Alpine est appelé.

Celui-ci rejoint la table de façonnage et propose au client d'effectuer un tour de véhicule.

Le technicien confirme le diagnostic afin que le conseiller puisse procéder aux formalités administratives et proposer une solution de mobilité au client.

Le conseiller Alpine raccompagne le client jusqu'au véhicule de courtoisie ou remplacement mis à sa disposition.



le parcours client Après-Vente

la vision du client - 1



1

l'entrée du showroom

Le client entre dans le showroom : il a pris rendez-vous pour effectuer l'entretien de son véhicule.

Le conseiller Alpine l'accueille.



2

l'accueil par le conseiller

S'agissant de l'Après-Vente du véhicule, le conseiller invite le client à se rendre à la table de façonnage où il lui propose un café.

Le conseiller Alpine appelle le technicien Alpine.



3

L'arrivée du technicien Alpine

Le technicien les rejoint à la table de façonnage. Il est chargé d'expertiser les besoins d'entretien du véhicule.



4

le tour du véhicule

Le technicien invite le client à faire le tour du véhicule ensemble.



5

les formalités administratives

Client et technicien rejoignent le conseiller. Le technicien confirme le diagnostic.

Le conseiller formalise le devis pour l'entretien du véhicule et le soumet à l'acceptation du client.

le parcours client Après-Vente

la vision du client - 2



6

la solution de mobilité

Le conseiller de vente propose une solution de mobilité au client.

Le client quitte le showroom, accompagné par le conseiller Alpine jusqu'au véhicule mis à disposition devant le showroom.



la restitution du véhicule

L'entretien achevé, le client est prévenu que son véhicule est prêt.

Il se rend au centre Alpine où il est accueilli par le conseiller qui lui remet les clés de son véhicule.

Pour revenir à la liste des parcours clients,
cliquer sur le bouton.



3

les différents formats

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les différents formats

des sites intégrés à la Box Alpine...

2 formats sont proposés :

- le **format A**,
correspondant à un showroom intégré
dans un site Renault ou multimarque.
- le **format B**,
correspondant à un showroom
indépendant.

- 1 format A.
le showroom Alpine intégré à un site Renault
- 2 format A.
le showroom Alpine intégré à un site
multimarque
- 3 format B.
le showroom Alpine en centre-ville
- 4 format B.
la box Alpine

1	2
3	4



le showroom Alpine intégré dans un site Renault la façade principale



le showroom Alpine intégré dans un site Renault

l'entrée sur le site



le showroom Alpine intégré dans un site Renault

l'entrée du showroom



le showroom Alpine intégré dans un site multimarque
la façade principale



le showroom Alpine intégré dans un site multimarque

l'entrée sur le site



le showroom Alpine en centre-ville

la façade type



la Box Alpine

la façade principale



la Box Alpine

la façade latérale



4

les composantes extérieures

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



Box Alpine

les composantes

- 1 Totem (ou enseigne en site urbain)
- 2 Zone d'Essai
- 3 Voile
- 4 Enseigne de façade
- 5 Marquages des vitrines



le totem et l'enseigne

les éléments d'identification

A quoi ça sert ?

Le totem identifie le showroom Alpine.

Comment et où les implanter ?

Le totem est implanté, de préférence, dans l'axe de l'entrée du showroom.

Détails techniques

Dimensions : h.6500 x l.1400 x ép.200 mm.

Face en aluminium laqué gris métallisé.

Emblème Alpine en PMMA Blue & White rétroéclairé.

Fournisseur

Rousseau



l'enseigne en drapeau

les éléments d'identification

A quoi ça sert ?

L'enseigne en drapeau est réservée aux sites urbains.

Comment et où l'implanter ?

L'enseigne se positionne, de préférence, sur le côté gauche de la façade du showroom.

Détails techniques

Dimensions : l.800 x h.550 x ép.100 mm.
Face en aluminium laqué gris métallisé.
Emblème Alpine en PMMA Blue & White rétroéclairé.

Fournisseur

Rousseau



la zone d'Essai

A quoi ça sert ?

Cette zone extérieure présente un véhicule à l'essai devant la façade principale du site.

Comment et où l'implanter ?

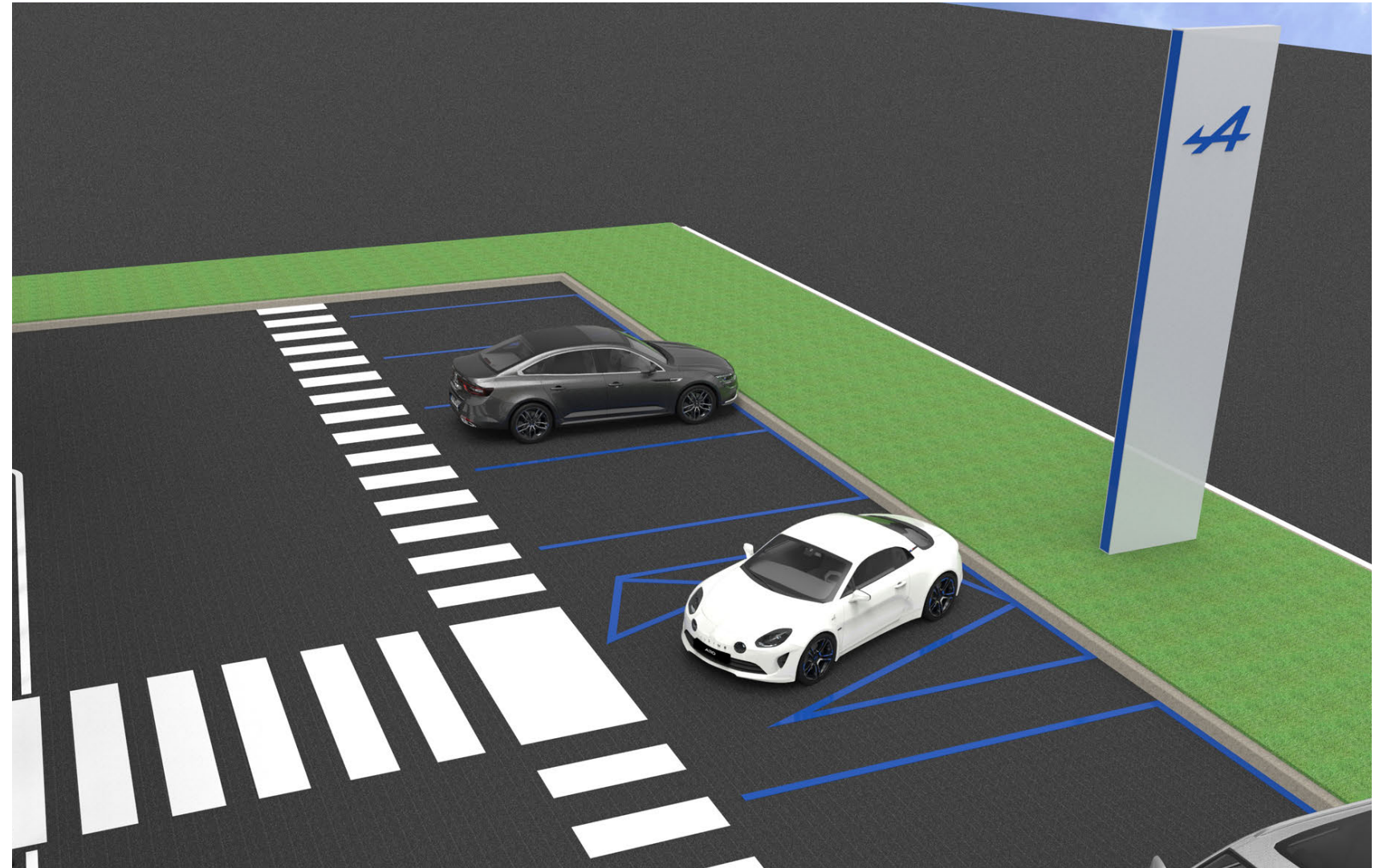
Cette zone s'implante de préférence dans l'axe de la porte d'entrée.
Elle est matérialisée par un marquage au sol de couleur bleue.

Détails techniques

Marquage au sol en peinture epoxy bi-composante.

Réalisation

Entreprise locale sous commandite du concessionnaire.



la voile

A quoi ça sert ?

Cet élément participe à l'identification du showroom Alpine.

Elle est réservée exclusivement aux Box Alpine.

Comment et où l'implanter ?

La voile s'implante en façade principale. Elle est alignée sur le bord gauche de la vitrine.

Détails techniques

3 modèles :

- h.3000 x l.3200 x ép.40 mm
- h.4000 x l.4267 x ép.40 mm
- h.6000 x l.6400 x ép.40 mm

Toile imprimée montée sur un cadre en profilés aluminium.

Fournisseur

Rousseau



l'enseigne de façade

A quoi ça sert ?

Le mot Alpine signe les façades du showroom.

Comment et où l'implanter ?

Le mot Alpine est aligné sur la partie droite de la vitrine.

Un second mot Alpine peut être implanté en façade latérale (même dépourvue de vitrine).

Détails techniques

4 modèles :

> h.360 x l.4000 x ép.75 mm

> h.500 x l.5555 x ép.75 mm

> h.800 x l.8888 x ép.75 mm

> h.1000 x l.11110 x ép. 75 mm

Lettres-boîtiers rétroéclairés en PMMA Blue & White. Chants en aluminium laqué gris métallisé.

Fournisseur

Rousseau



les marquages de vitrine

A quoi ça sert ?

Les marquages de vitrine répondent à une contrainte légale mettant en évidence les parties vitrées des façades des showrooms.

Comment et où les implanter ?

Ces marquages sont apposés sur toutes les parties vitrées du showroom, portes et dormants.

Détails techniques

Adhésif blanc mat découpé collé à l'intérieur du showroom.

Réalisation

Entreprise locale sous commandite du concessionnaire.



5

les composantes intérieures

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.

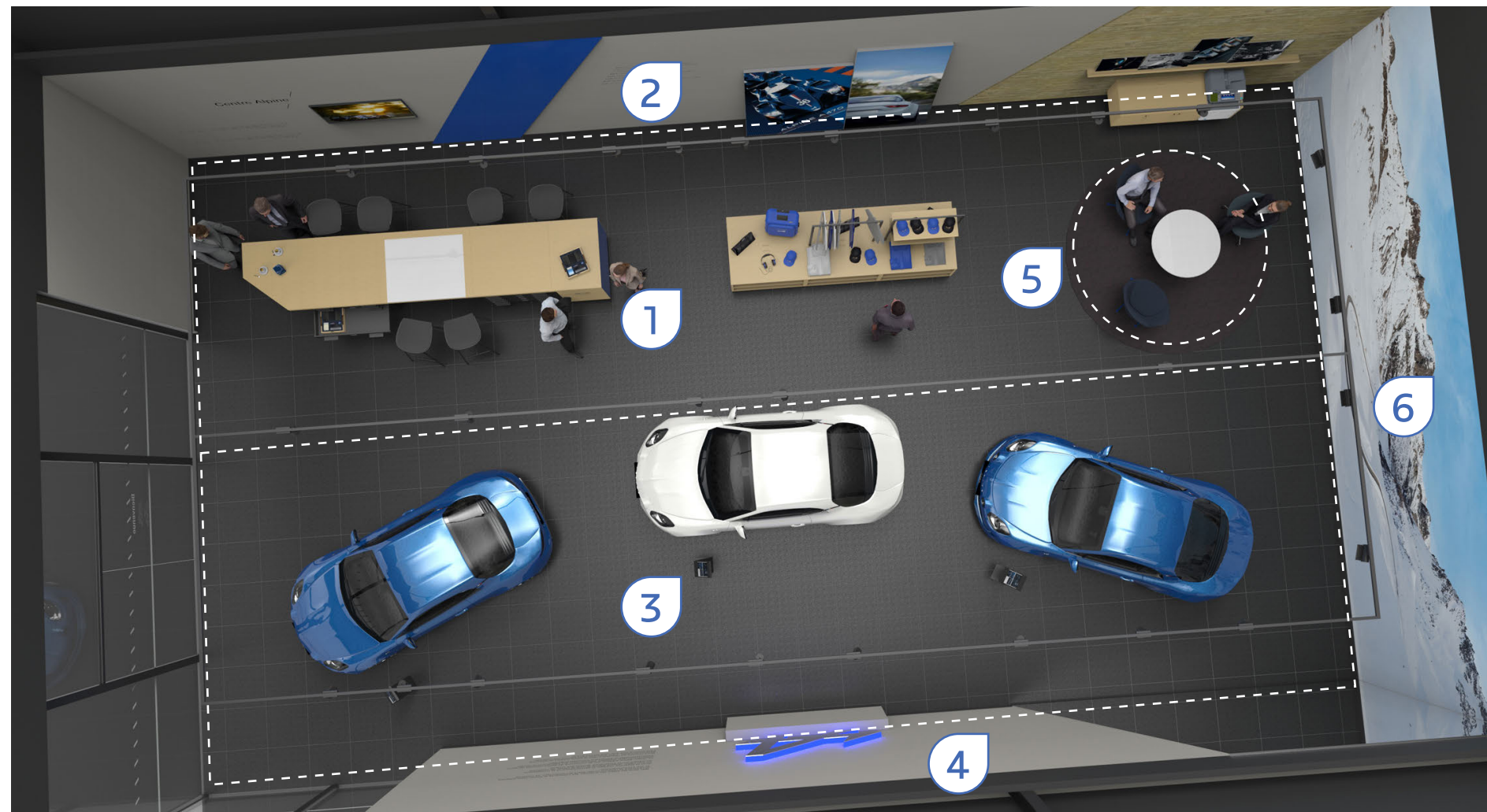


le showroom Alpine

organisation générale

les composantes

- 1 Zone Client
- 2 Mur de la zone Client
- 3 Zone Produits
- 4 Mur de la zone Produits
- 5 Espace Bureau du conseiller
- 6 Visuel montagne



le mur de la zone Client

les configurations

configuration standard

Lorsque le client entre dans le showroom, il trouve à sa gauche, la zone Client comprenant éléments muraux et mobiliers disposés selon un ordre précis.

configuration inversée

Lorsque la façade vitrée est située à gauche de l'entrée du showroom, il est possible d'implanter le mur de la zone Client en configuration inversée, disposée alors à droite de l'entrée.

Dans ce cas, le "slash" est toujours positionné dans le même sens, les autres éléments s'adaptant à la configuration.

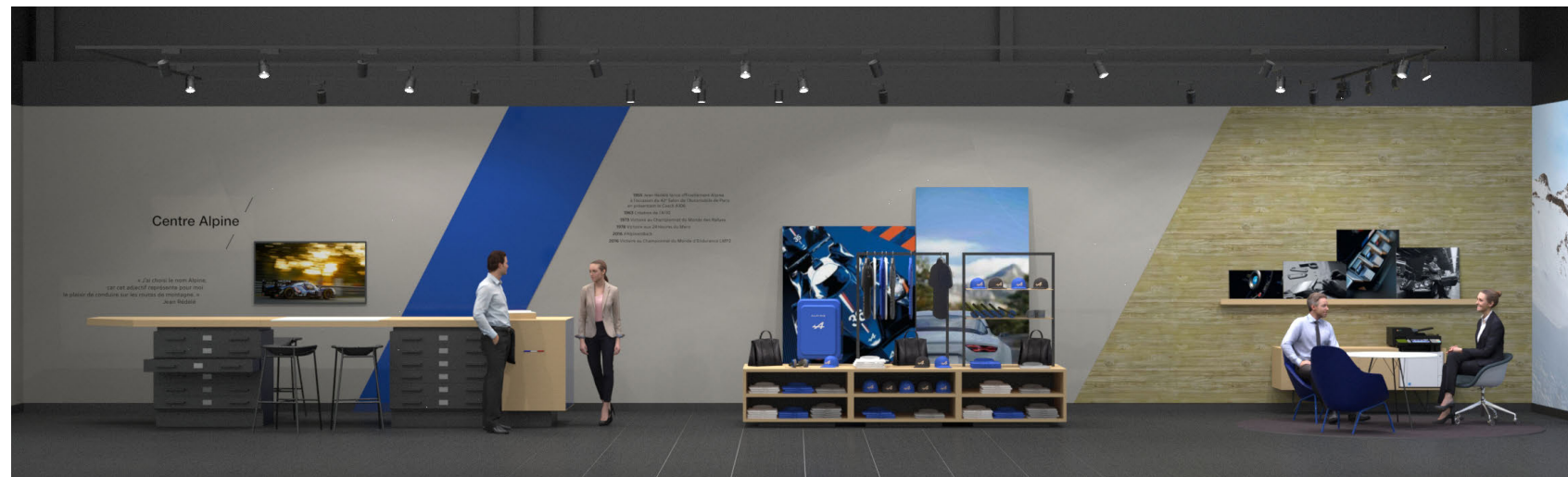
1 configuration standard

2 configuration inversée

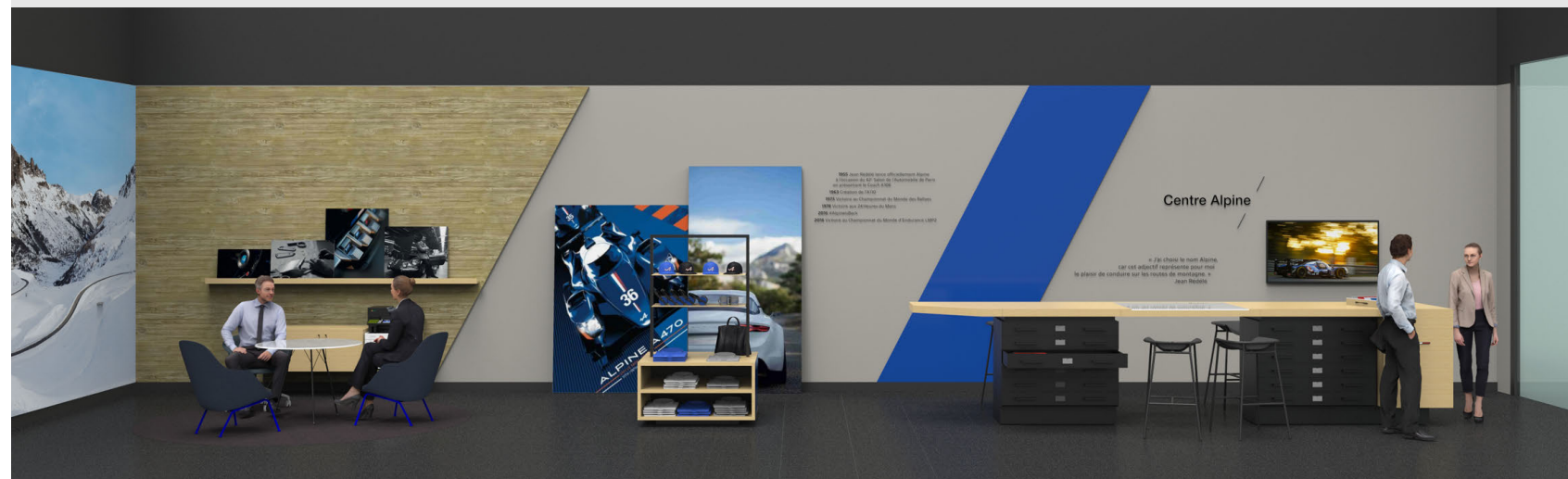
1

2

entrée
du
showroom



entrée
du
showroom



le mur de la zone Produits les configurations

configuration standard

Lorsque le client entre dans le showroom, il trouve à sa droite, la zone Produits comprenant éléments muraux et véhicules dont l'avant est orienté vers l'entrée.

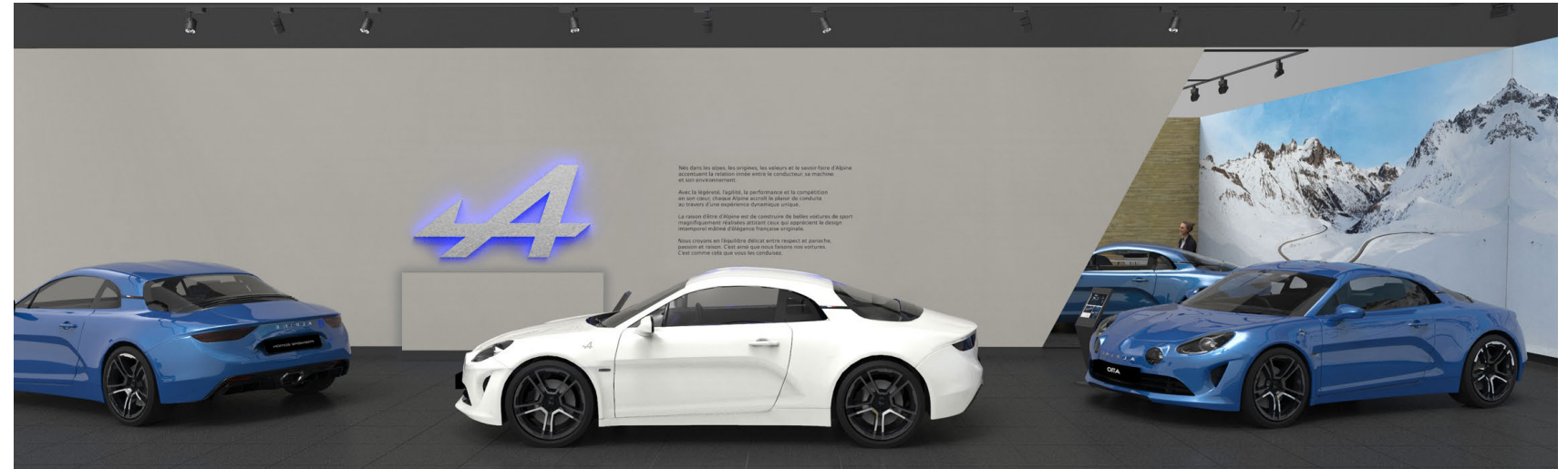


configuration inversée

Lorsque la façade vitrée est située à gauche de l'entrée du showroom, le mur de la zone Produits est implanté en configuration inversée. L'avant des véhicules exposés demeure orienté vers l'entrée.

- 1 configuration inversée
2 configuration standard

1
2



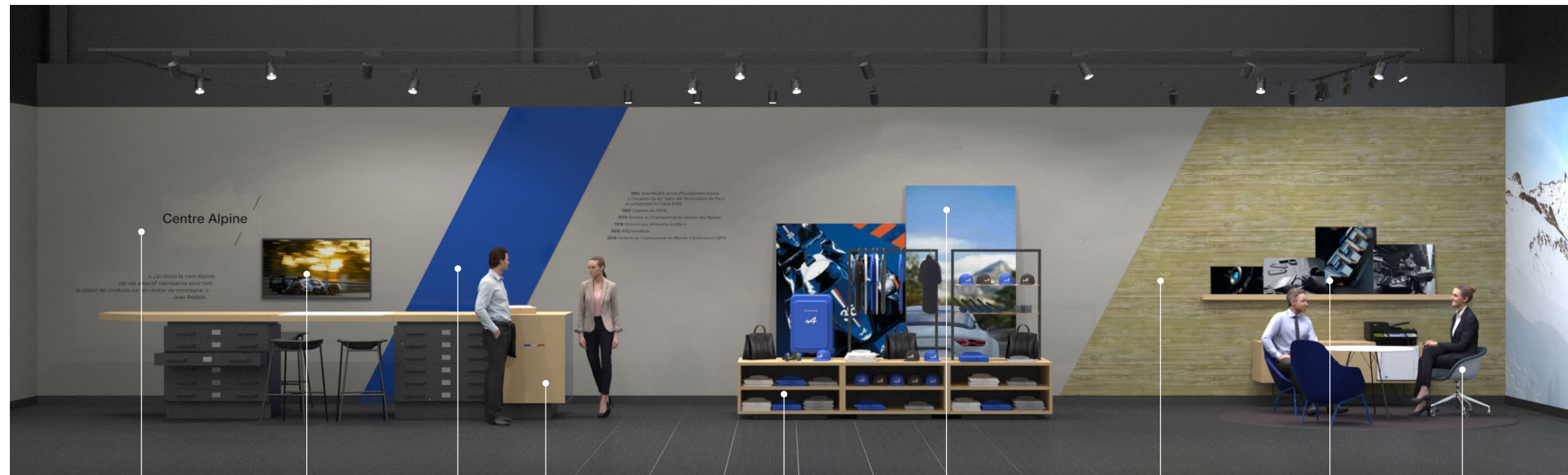
entrée
du
showroom



le mur de la zone Client configuration standard

les composantes

- 1 Prise de parole
- 2 Ecran du configurateur
- 3 Slash bleu
- 4 Table de façonnage
- 5 Présentoir du merchandising
- 6 Visuels Héritage
- 7 Habillage mural Plexwood
- 8 Visuels Bureau
- 9 Espace Bureau conseiller



1

2

3

4

5

6

7

8

9

les visuels Héritage

élément avec portant

A quoi ça sert ?

Ces visuels agrémentent le showroom tout en le partageant.

Comment et où les implanter ?

Ces supports de communication sont implantés dans la "zone Client" contre le mur latéral gauche à proximité du meuble merchandising.

Détails techniques

Visuels imprimés sur toile montée sur un cadre en profilés aluminium.

Fournisseur

Rousseau



le mobilier d'accueil

fauteuils et tabourets

A quoi ça sert ?

Ce mobilier sert à l'accueil du client.
Le fauteuil du vendeur se distingue du fauteuil du client par ses roulettes.
La table ronde sert à la finalisation de l'échange commercial.

Comment et où l'implanter ?

Les tabourets sont positionnés autour de la table de façonnage.
Les fauteuils sont disposés dans l'espace bureau autour de la table sur un tapis rond gris de diamètre 3,20 m.

Fournisseur

Rousseau

- 1 fauteuil Duna 02 Arper
- 2 fauteuil Dot Tacchini
- 3 tabouret Chairman Comodo
- 4 table Arper Meety

1

2

3

4



le meuble boutique

déclinaisons

A quoi ça sert ?

Ce mobilier permet de présenter le merchandising de la marque. Flexible, il se compose de différents modules pouvant se combiner.

Comment et où les implanter ?

Ce mobilier s'implante dans la zone clients du showroom entre la table de façonnage et l'espace bureau.

Fournisseur

Rousseau

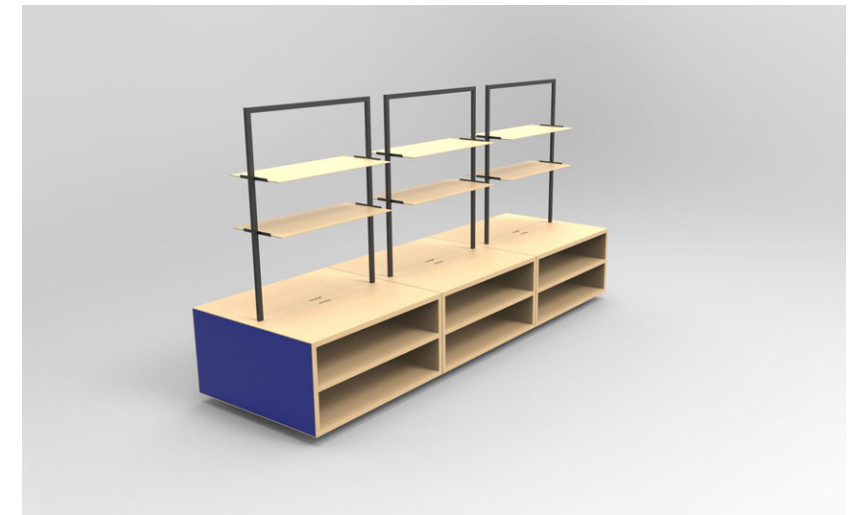
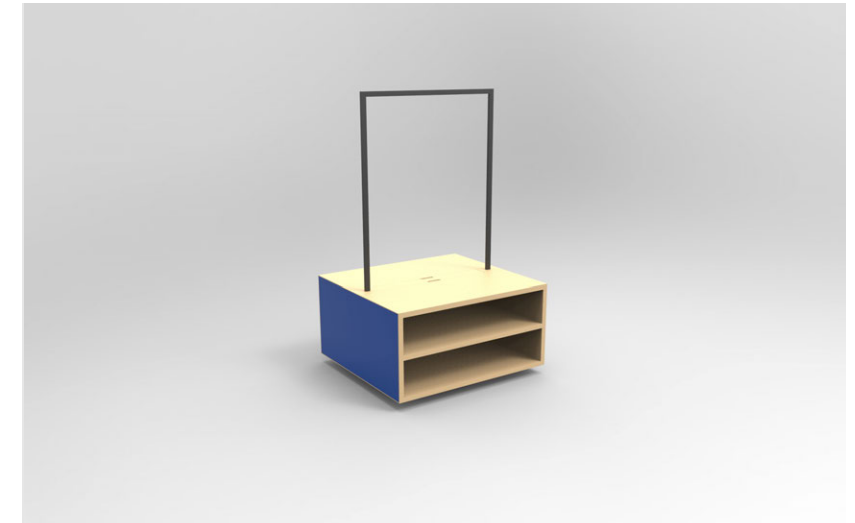
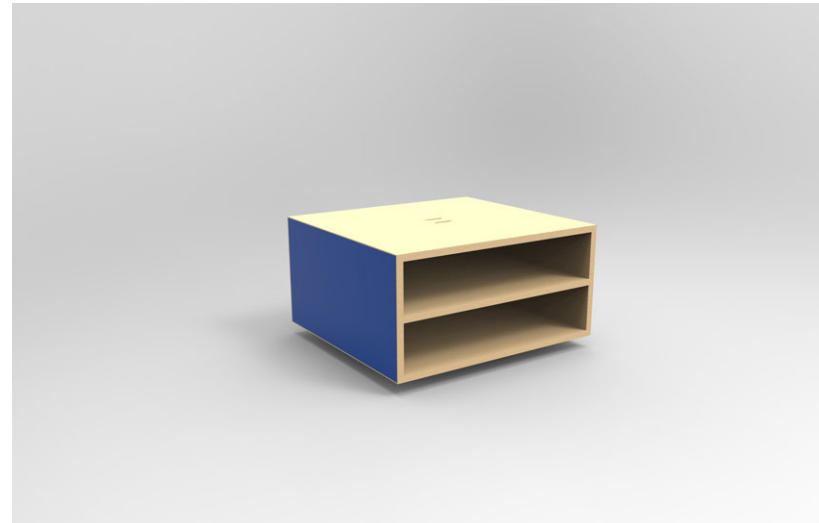
1 module de base

2 module avec portant métallique

3 module avec portant métallique et tablettes

4 combinaison de 3 modules

1	2
3	4



le meuble bureau avec imprimante

A quoi ça sert ?

Ce mobilier offre un espace de rangement au vendeur. Une imprimante y est intégrée.

Comment et où l'implanter ?

Ce mobilier s'intègre au mur Plexwood au niveau de l'espace bureau afin d'être facilement accessible par le conseiller.

Fournisseur

Rousseau



la table de façonnage

à un bloc tiroirs

A quoi ça sert ?

La table de façonnage est l'élément central de l'échange entre le client et le conseiller.

C'est également le lieu de la configuration du véhicule. Elle accueille les plateaux à échantillons présentant différentes versions du véhicule, valorisés par une présentation sur le plateau central en Corian blanc de la table.

Une partie du meuble permet également le rangement de la machine à café.

Comment et où l'implanter ?

La table de façonnage est implantée en regard aux véhicules exposés, le pan coupé étant orienté vers l'entrée du showroom.

Fournisseur

Rousseau



la table de façonnage

à deux blocs tiroirs

A quoi ça sert ?

2 versions de la table de façonnage existent :

- la version courte avec un bloc tiroirs, adaptée aux petites surfaces,
- la version longue comportant 2 blocs tiroirs, présentée ci-contre.

Fournisseur

Rousseau



le plateau échantillons matières

A quoi ça sert ?

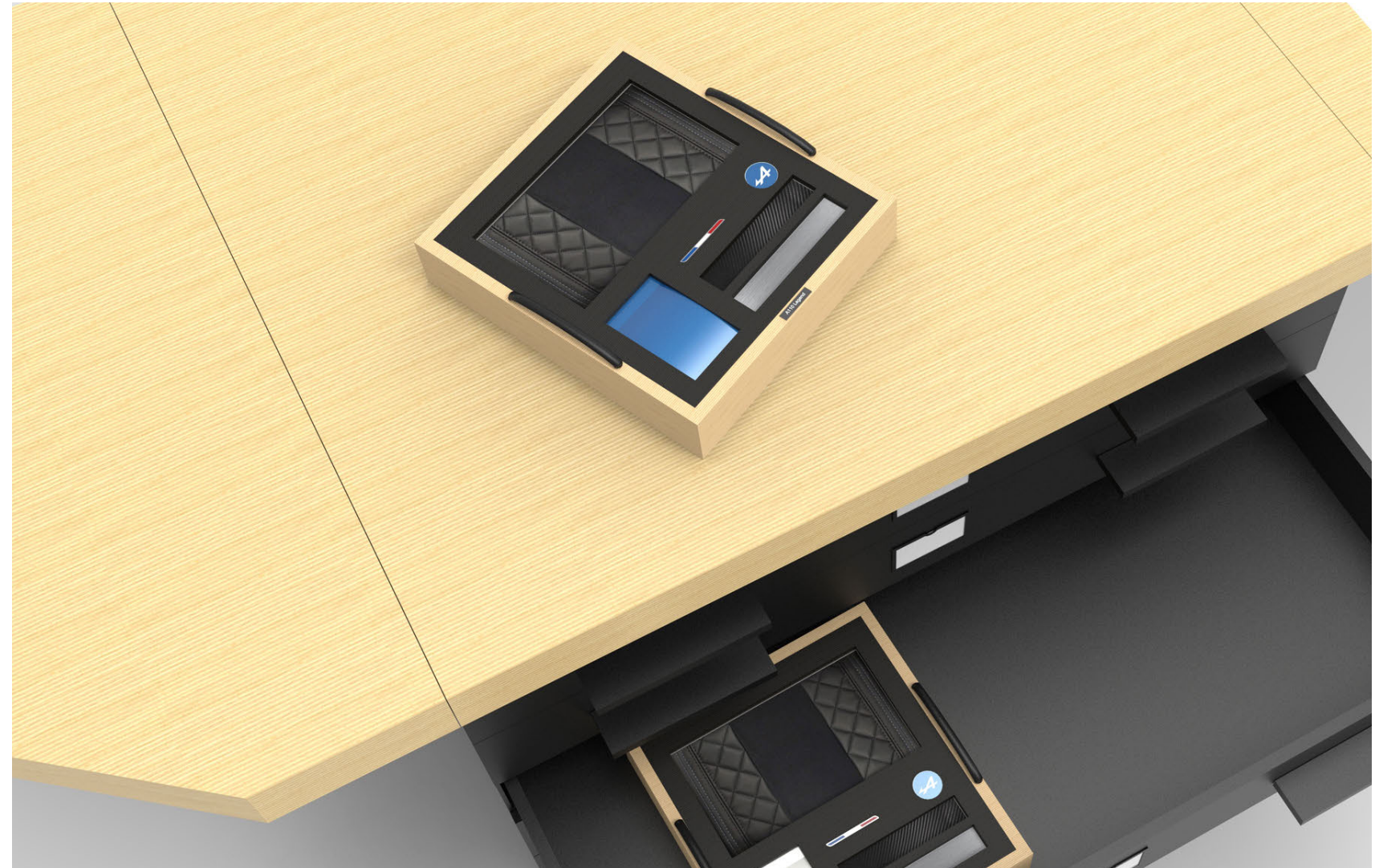
Les échantillons couleurs et matières mettent à disposition du client (à la vue et au toucher) les teintes de carrosserie et les finitions intérieures des différentes versions.

Comment et où les implanter ?

Les échantillons couleurs et matières sont soigneusement disposés sur les plateaux trouvant leur place dans les tiroirs de la table de façonnage.

Fournisseur

Survival



le présentoir prix

A quoi ça sert ?

Le présentoir intègre la fiche descriptive du véhicule avec la mention des options de configuration associées aux prix de vente.

Comment et où l'implanter ?

Le présentoir prix est toujours positionné proche de la roue avant gauche du véhicule (dans le cas d'une conduite à gauche). Il ne doit pas gêner l'ouverture de la porte.

Fournisseur

Rousseau



le mur de la zone Produits

variante avec mur plein

les composantes

- 1 Visuel montagne
- 2 Habillage mural en miroir
- 3 Mur gris
- 4 Enseigne lumineuse
- 5 Manifeste



1

2

3

4

5

mur miroir

A quoi ça sert ?

L'habillage en miroir du mur permet d'agrandir le showroom en poursuivant le reflet de la montagne sur le mur produits.

Comment et où l'implanter ?

Le miroir est installé sur le mur produits attenant au mur de fond.

Détails techniques

Habillage en verre clair d'épaisseur 6 mm d'une pièce, fixé par collage.

Fournisseur

Rousseau



enseigne intérieure lumineuse

A quoi ça sert ?

L'enseigne lumineuse Alpine signe le showroom.

Comment et où les implanter ?

Elle est implantée sur le mur gris à une distance de 1100 mm du sol.

Elle est associée à une console.

Détails techniques

Dimensions : 1950 x 950 mm.

Face en aluminium laqué gris RAL 9006.

Chants en PMMA bleu diffusant avec rétroéclairage par leds.

Fixation déportée du mur.

Fournisseur

Rousseau



manifeste

A quoi ça sert ?

Ce texte énonce le concept de la marque Alpine.

Comment et où l'implanter ?

Le texte est implanté en opposition au miroir sur la partie pleine du mur gris. Il est aligné sur le bas de l'enseigne intérieure à 1100 mm du sol.

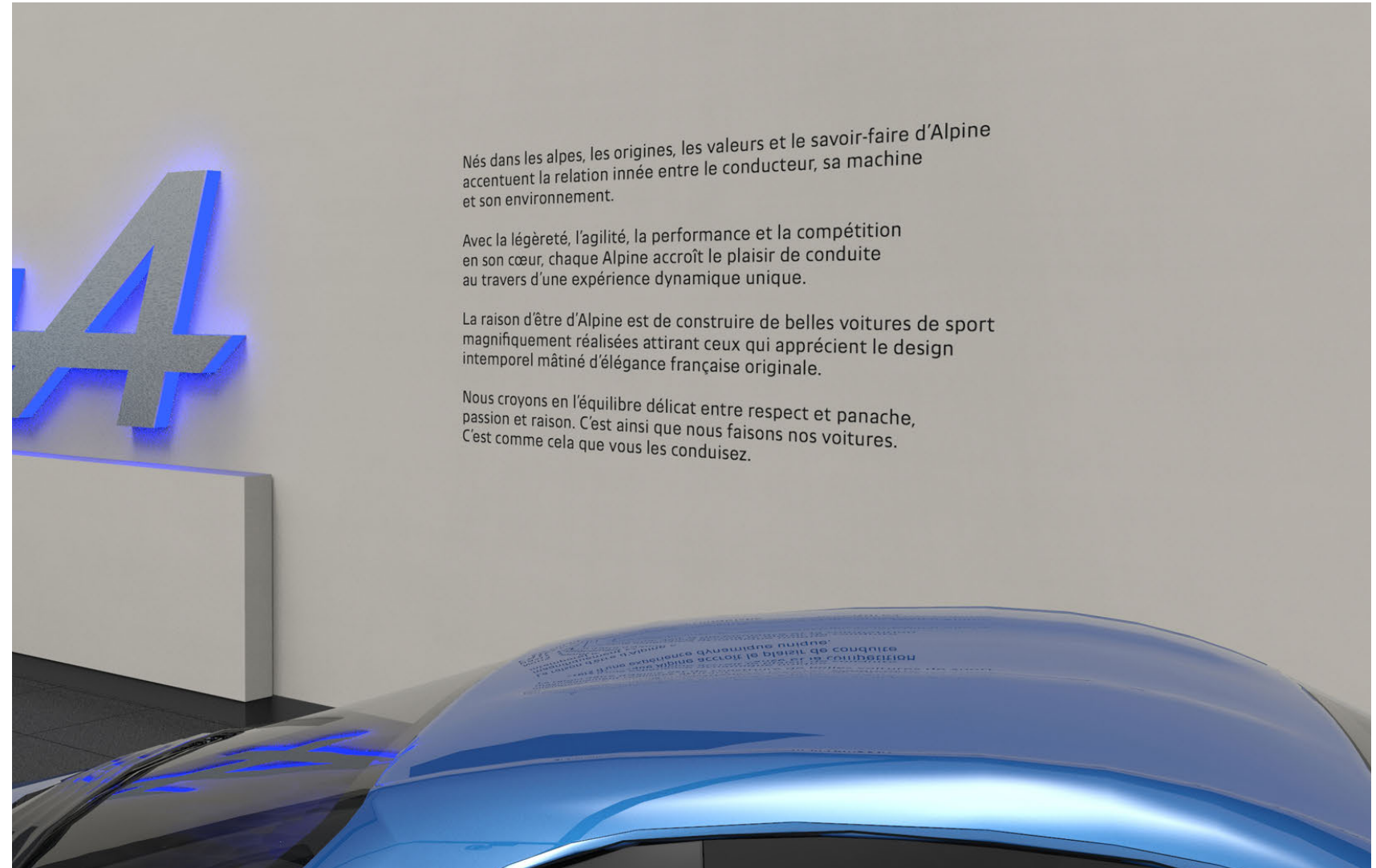
Lorsque le showroom comporte une partie vitrée en angle de façade, ce texte peut devenir optionnel.

Détails techniques

Lettres découpées en adhésif noir.

Fournisseur

Rousseau



le mur arrière

les composantes

1 Visuel montagne



1

visuel montagne

A quoi ça sert ?

Le visuel montagne anime le showroom par son impact et son pouvoir évocateur.

Comment et où l'implanter ?

Le visuel occupe l'intégralité du mur du fond à l'exception des éventuelles portes.

Détails techniques

Hauteur standard : 3000 mm

Mise à la longueur du mur.

Tissu polyester imprimé monté sur un cadre en profilé aluminium en finition anodisé naturel.

Fournisseur

Rousseau



l'éclairage

A quoi ça sert ?

L'éclairage met en valeur les véhicules exposés et les éléments de communication. Il contribue à créer une ambiance chaleureuse au showroom Alpine.

Comment l'implanter ?

L'éclairage se compose de spots orientables fixés et alimentés par des rails implantés au plafond du showroom.

Fournisseur

Rousseau



6

l'implantation du showroom

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les grands principes



Le mur de la zone clients

Ce mur concentre les visuels de la marque témoignant du passé et du futur quelle choisit de construire.

Le visuel montagne

Puissant appel visuel, ce visuel emblématique invite les clients à parcourir le showroom.

Le mur de la zone produits

L'enseigne Alpine signe le showroom tandis que le miroir agrandit l'espace.

La table de façonnage

Les échantillons matières et couleurs contenus dans les tiroirs associés à l'écran situé sur le mur permettent de configurer le véhicule aux goûts du client.

Le présentoir du merchandising

Porteurs des valeurs de la marque, une sélection de goodies répond au désir d'appropriation des clients.

L'espace bureau

L'ensemble des documents commerciaux et administratifs est mis à disposition du client dans un espace accueillant et plus isolé.

L'exposition des véhicules

Les véhicules sont orientés vers l'entrée mettant en exergue les carrosseries sous l'effet d'un éclairage parfaitement maîtrisé.

le mur de la zone clients

Comment ?

Ce mur comprend successivement :

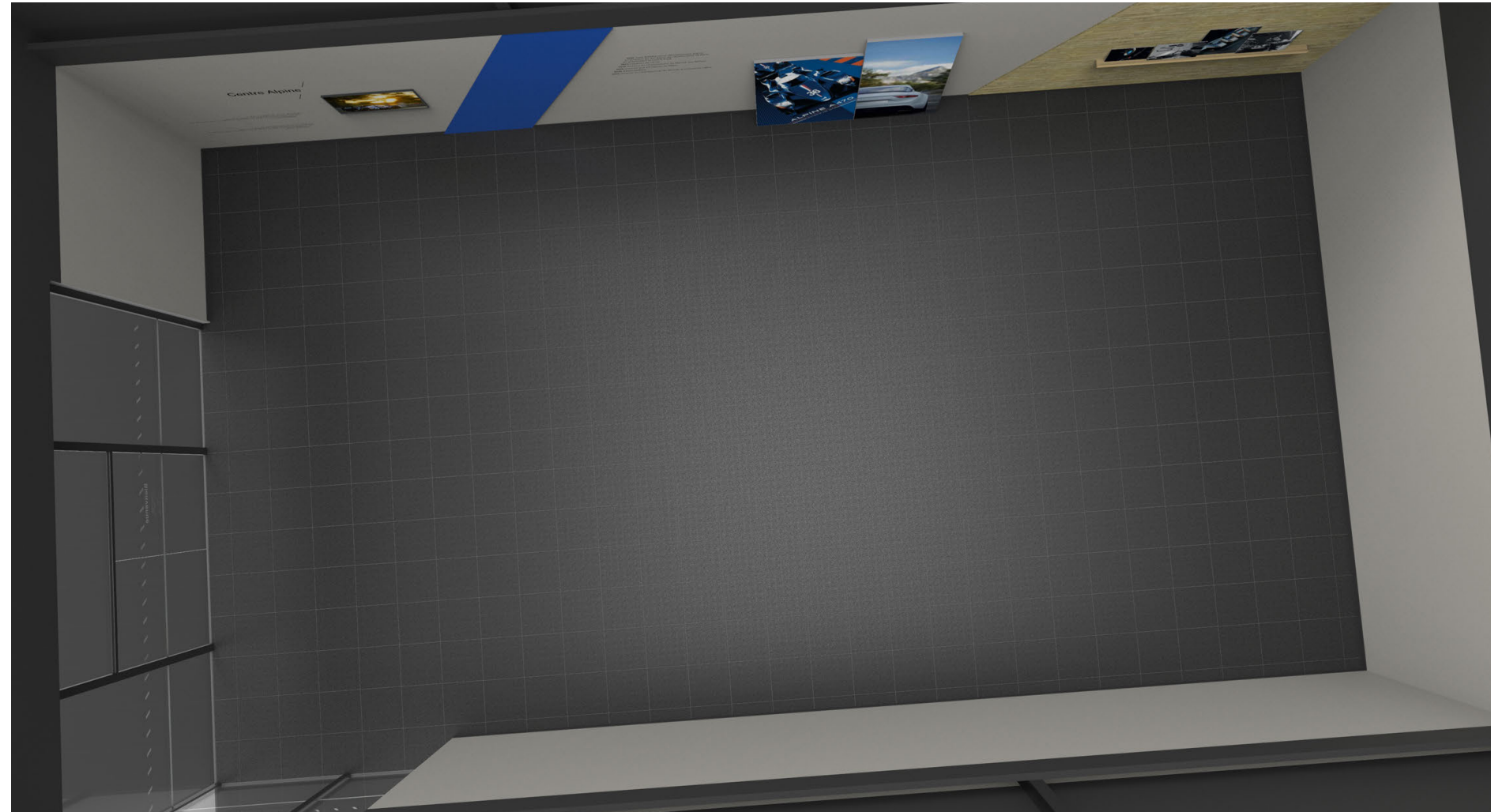
- l'écran de configuration,
- le "slash" bleu,
- les visuels héritage
- l'habillage de mur en Plexwood.

Où ?

Le mur de la zone clients est, de préférence, implanté à gauche de l'entrée du showroom.

A éviter !

Changer l'ordre des éléments composant ce mur.



le visuel montagne

Comment ?

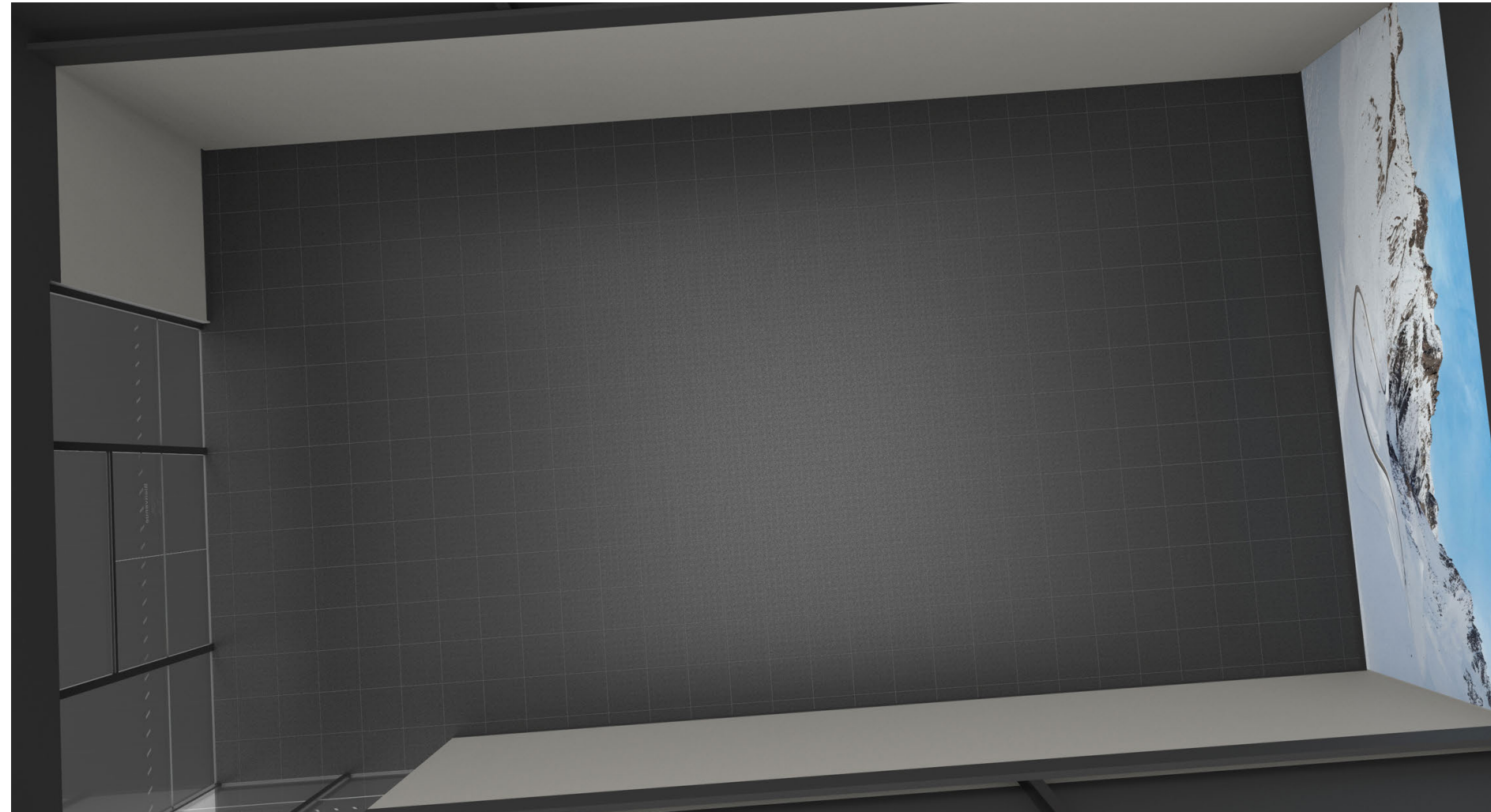
Ce mur est habillé avec le visuel emblématique de la marque couvrant la globalité de la surface.

Où ?

Le visuel est, de préférence, implanté sur le mur du fond du showroom. Il peut être implanté sur le côté dans le cas d'un showroom de grande profondeur.

A éviter !

Interrompre le visuel par une porte ou tout autre élément qui en diminuerait l'impact.



le mur de la zone produits

Comment ?

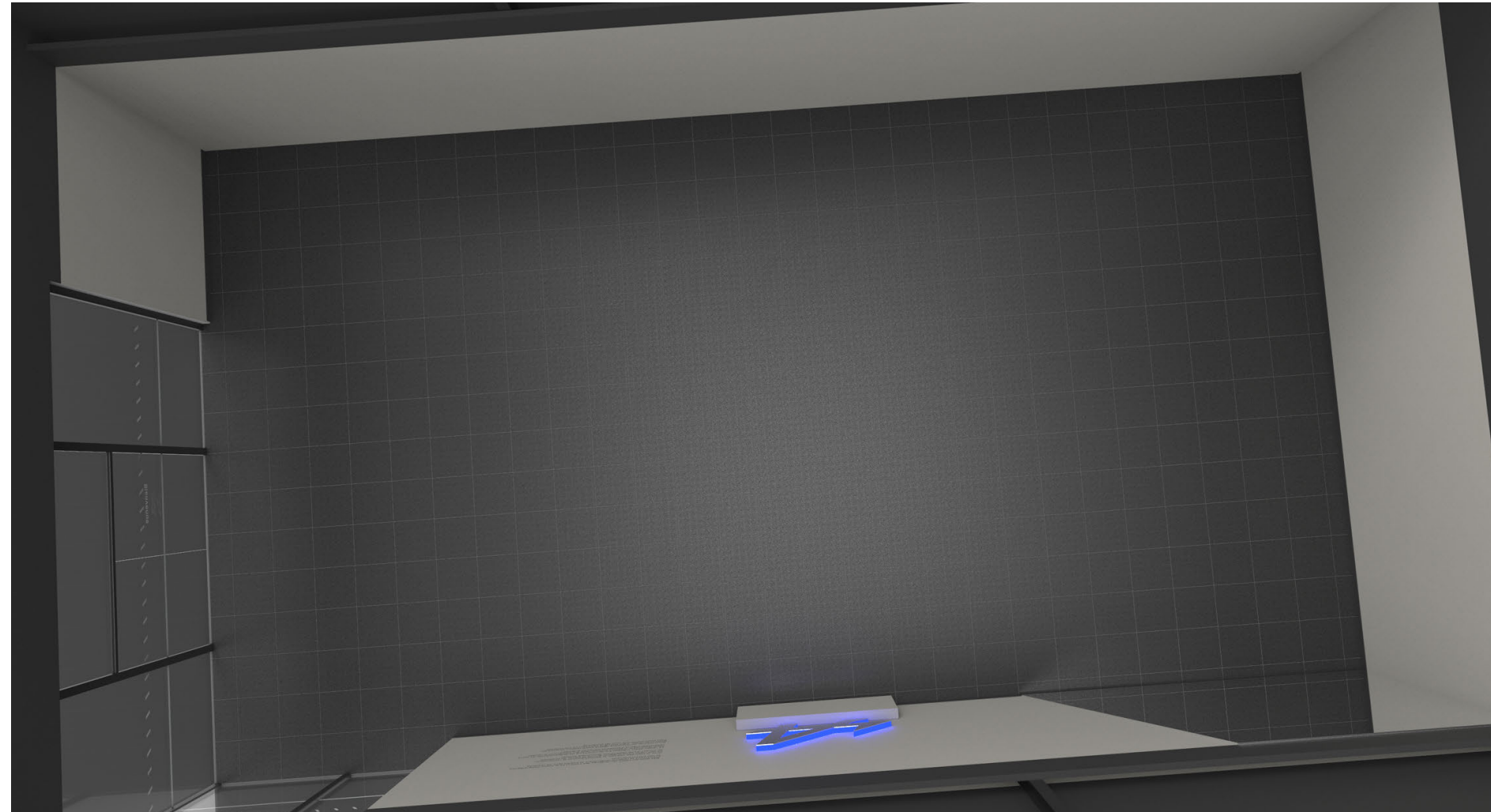
Ce mur comporte en son centre l'enseigne lumineuse intérieure associée au manifeste de marque Alpine.
En partie basse, une console évite tout contact malencontreux avec l'enseigne.

Où ?

Le mur de la zone produits est, de préférence, implanté à droite de l'entrée du showroom.

Interdit !

Changer l'orientation du biseau du miroir.



la table de façonnage

Comment ?

Ce mobilier est le lieu central d'échanges et de configuration des véhicules.

Où ?

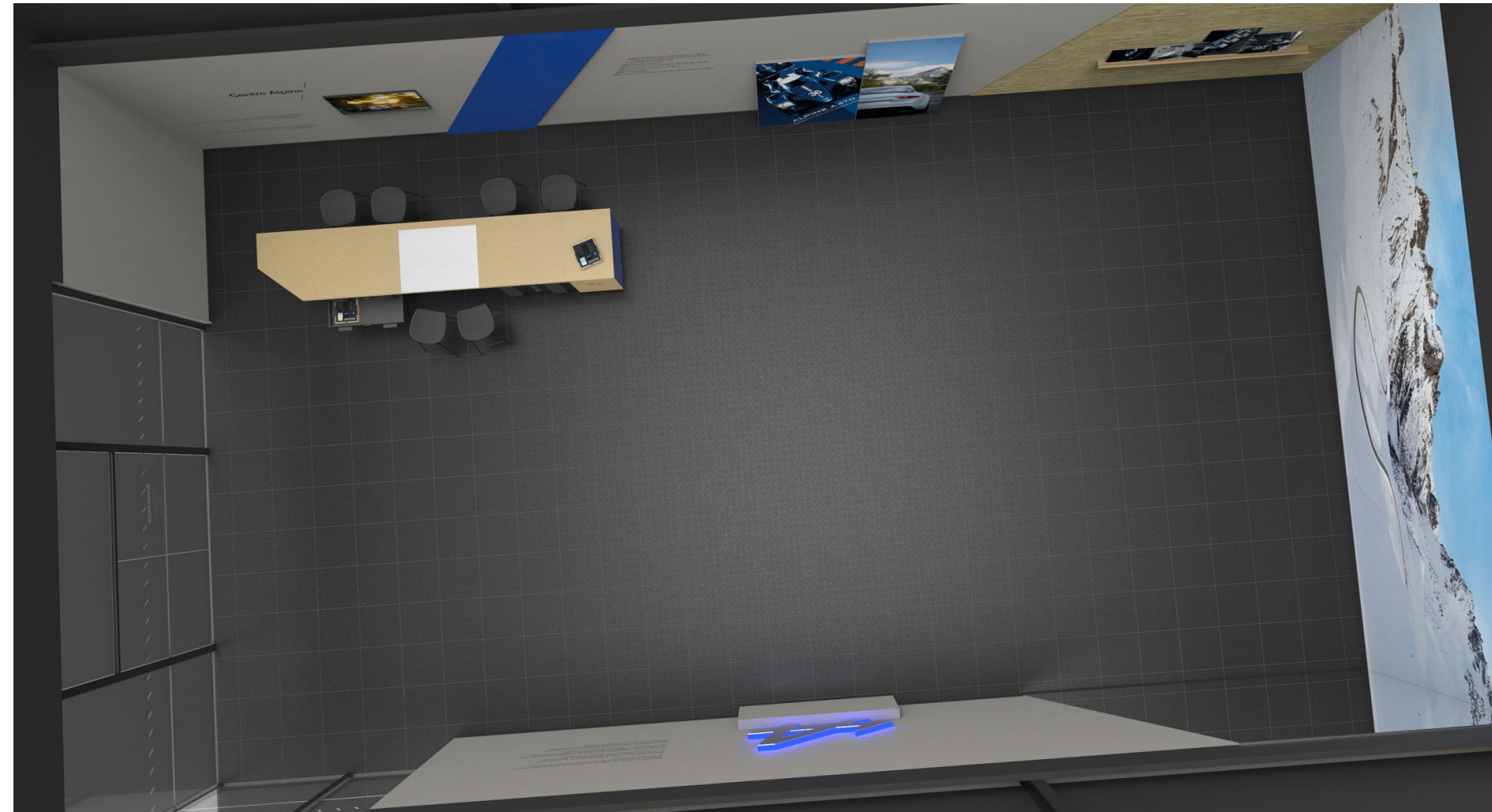
La table de façonnage est toujours implantée à gauche de l'entrée du showroom.

Elle est mise en regard du slash et de l'écran de configuration.

Interdits !

Changer l'orientation de la table de façonnage dont le biseau bleu est toujours dirigé vers la porte d'entrée.

Changer l'orientation du slash bleu.



le mobilier du merchandising

Comment ?

Ce mobilier de présentation est modulable afin de présenter et de mettre en valeur le merchandising de la marque.

1 à 3 éléments sont alignables en fonction de la taille du showroom.

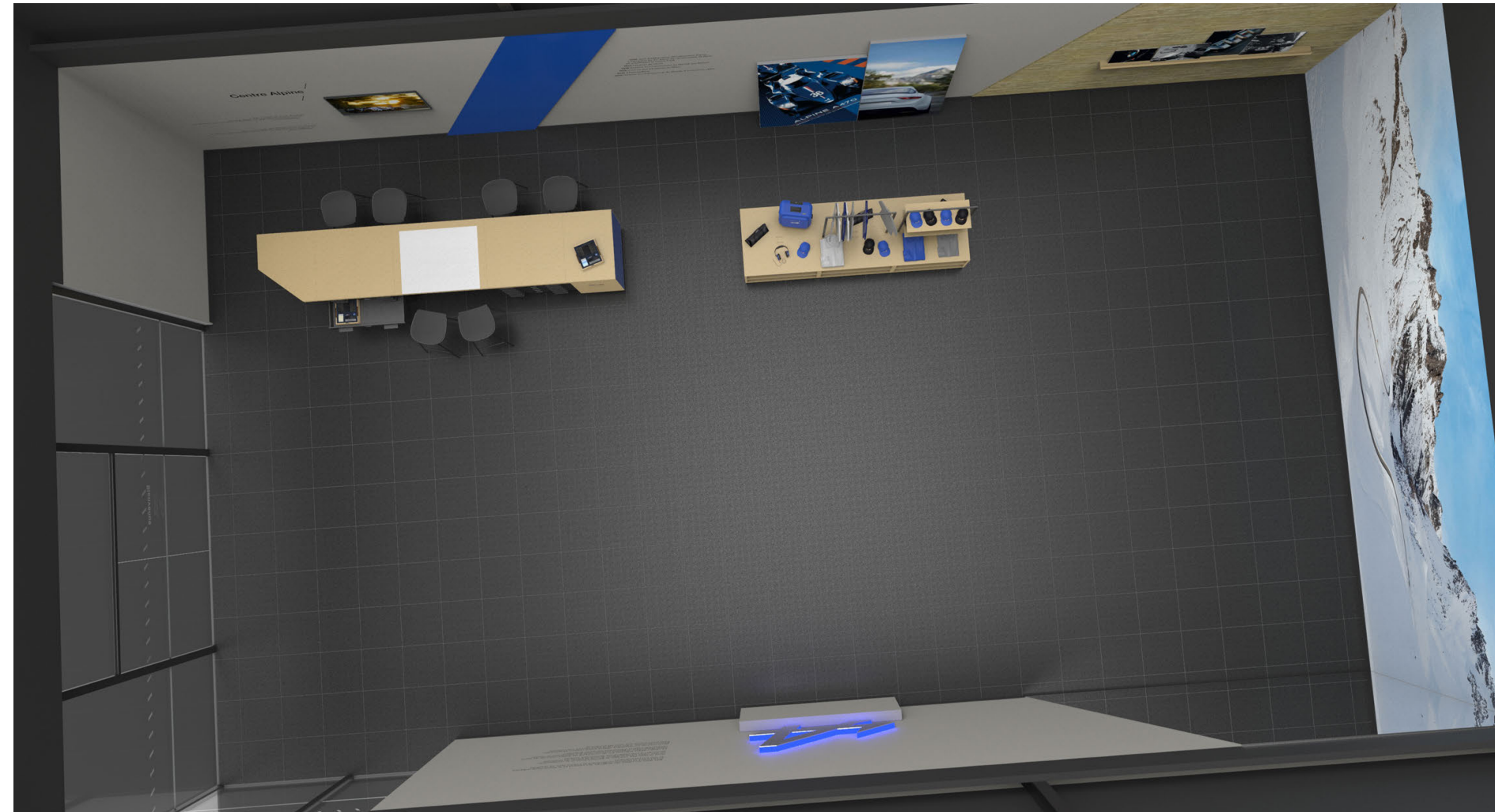
Où ?

Le mobilier est aligné avec la table de façonnage en regard des visuels héritage (qui sont centrés sur le mobilier).

Les visuels Héritage sont placés derrière ce mobilier.

A éviter !

Laisser vide ce mobilier ou oublier d'en renouveler périodiquement le contenu.
Désolidariser plusieurs éléments et les répartir dans le showroom.



l'espace bureau

Comment ?

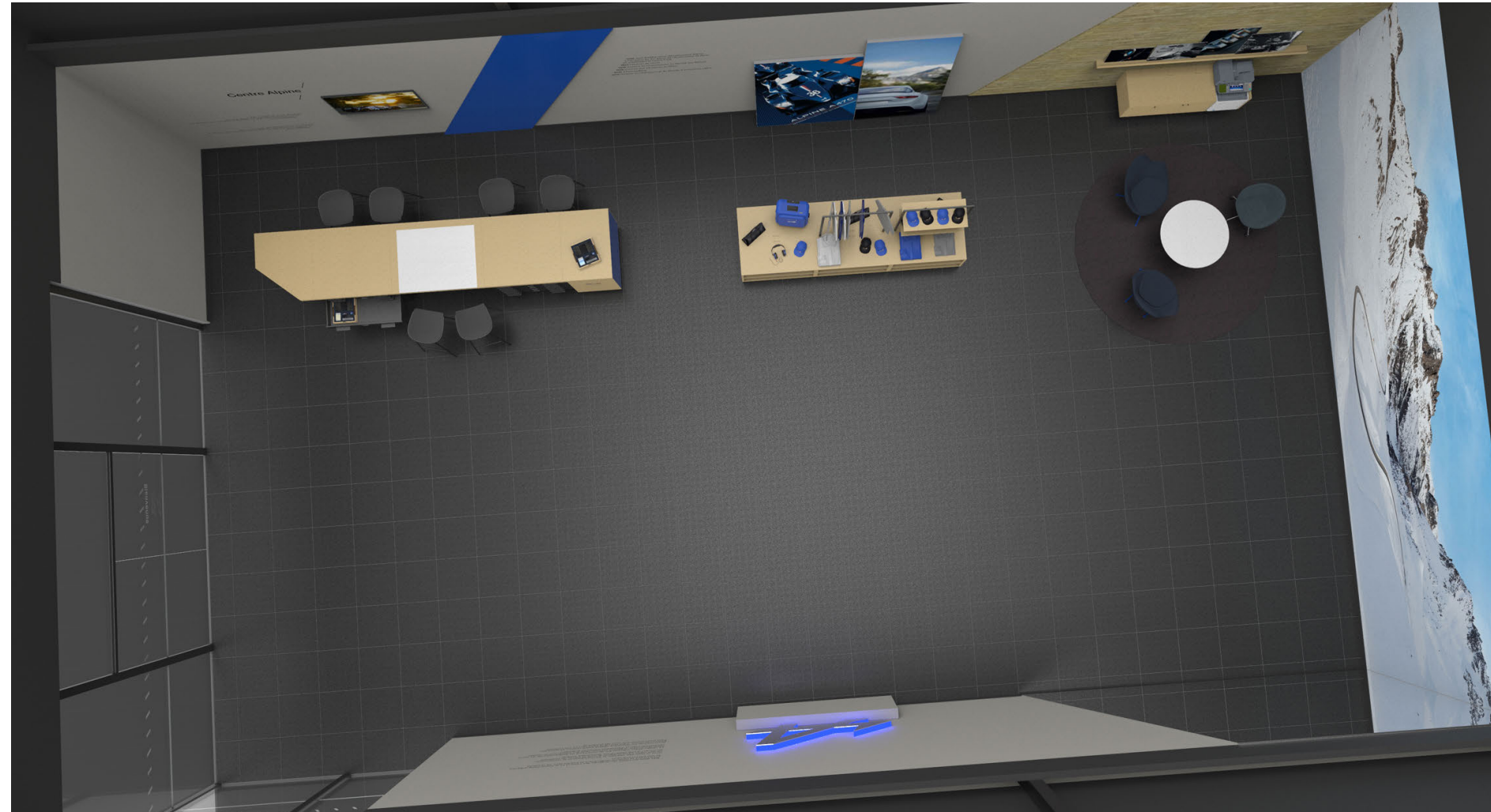
Cet espace concentre l'ensemble des supports d'information à disposition du client. Contre le mur, un mobilier spécifique intègre une imprimante.

Où ?

L'espace bureau est disposé en fond de showroom proche du visuel montagne.

A éviter !

Changer la disposition des fauteuils, le conseiller de vente devant faire face à la porte d'entrée pour accueillir les clients lors de leur arrivée dans le showroom.



les véhicules exposés

Comment ?

Les véhicules, au nombre de 2 ou de 3 selon la surface disponible, sont disposés en arc de cercle. Le visuel montagne figure en arrière des véhicules.

Où ?

Les véhicules sont toujours en avant plan du visuel montagne.

A éviter !

Disposer l'arrière des véhicules vers la porte d'entrée.



7

les règles d'identification des façades des Box Alpine

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les façades des Box Alpine

Particularité

Les façades des box Alpine permettent d'avoir une maîtrise accrue par rapport aux showrooms intégrés dans la mesure où il n'y a pas de cohabitation à gérer avec d'autres marques.

Une identification renforcée

Les façades des box Alpine voient leur impact visuel renforcé par :

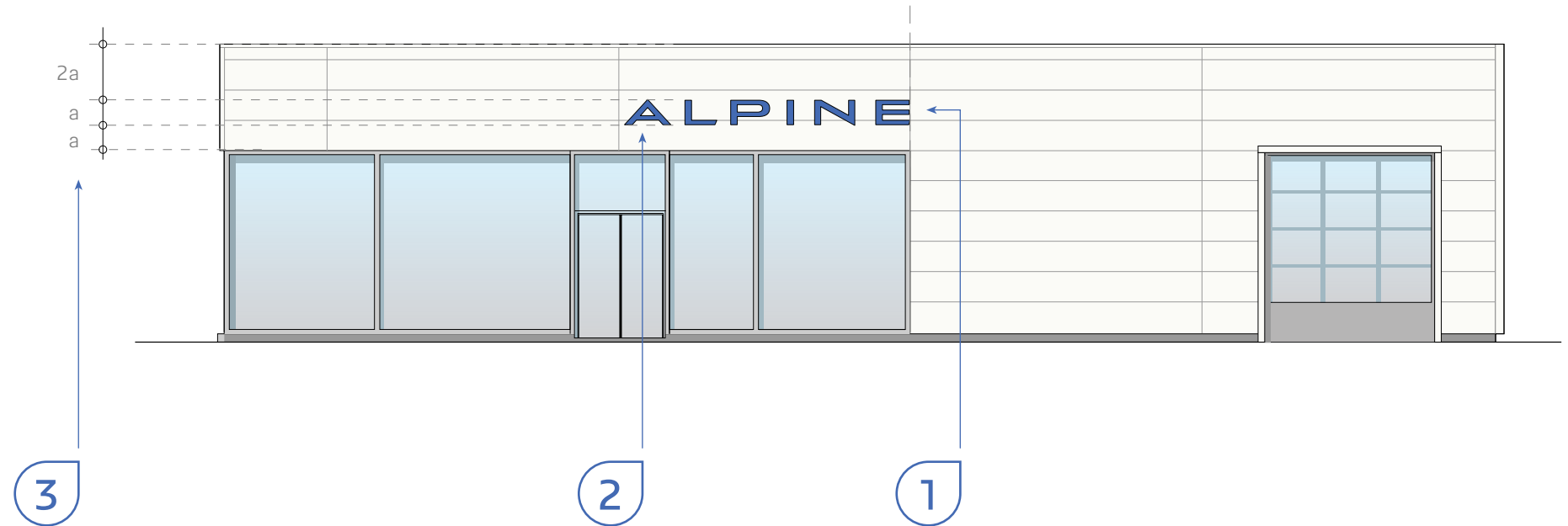
- des **signatures de façade aux dimensions plus généreuses,**
- la **présence des "voiles" bleues** implantées sur les façades principales de manière complémentaire aux signatures de façade.

implantation de la signature

les proportions

Règles à observer

- 1 La signature est alignée sur le bord droit de la vitrine en façade principale.
- 2 La signature est alignée en pied, positionnée à une distance égale à la hauteur du lettrage du bord supérieur de la vitrine.
- 3 La signature est réglée sur la base de $\frac{1}{4}$ de la hauteur de la façade avec une taille minimale de 360 mm.

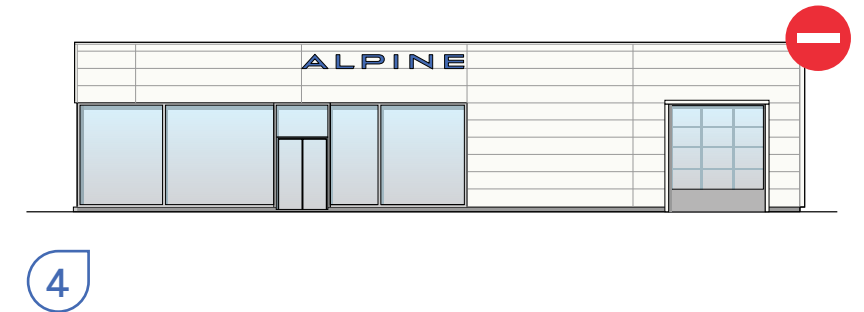
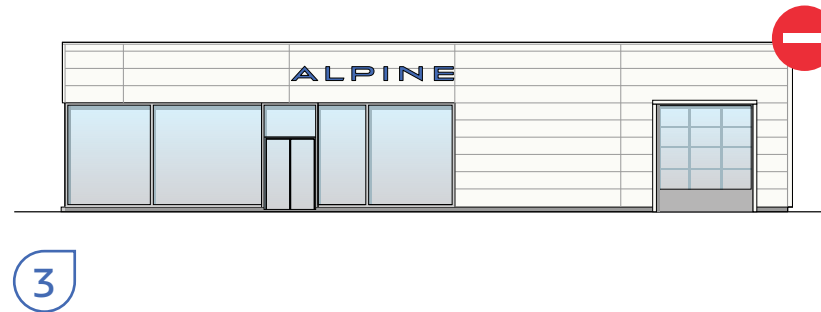
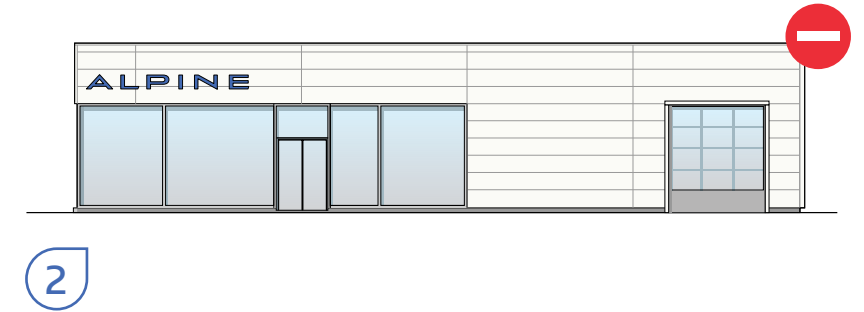
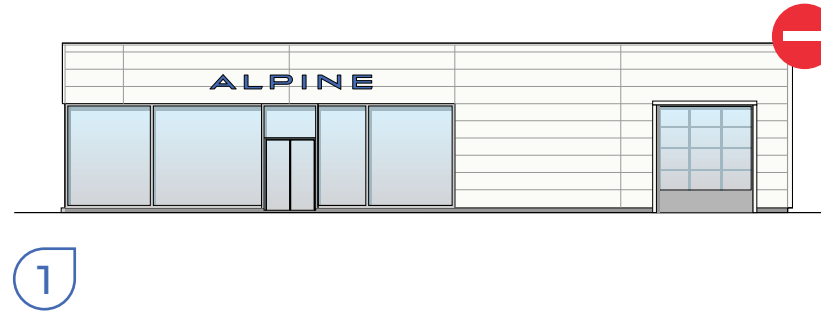


implantation de la signature

limites d'utilisation

A éviter

- 1 Centrer la signature sur l'entrée.
- 2 Aligner la signature sur le côté gauche de la façade principale.
- 3 Centrer horizontalement la signature sur le fronton.
- 4 Aligner la signature en tête.

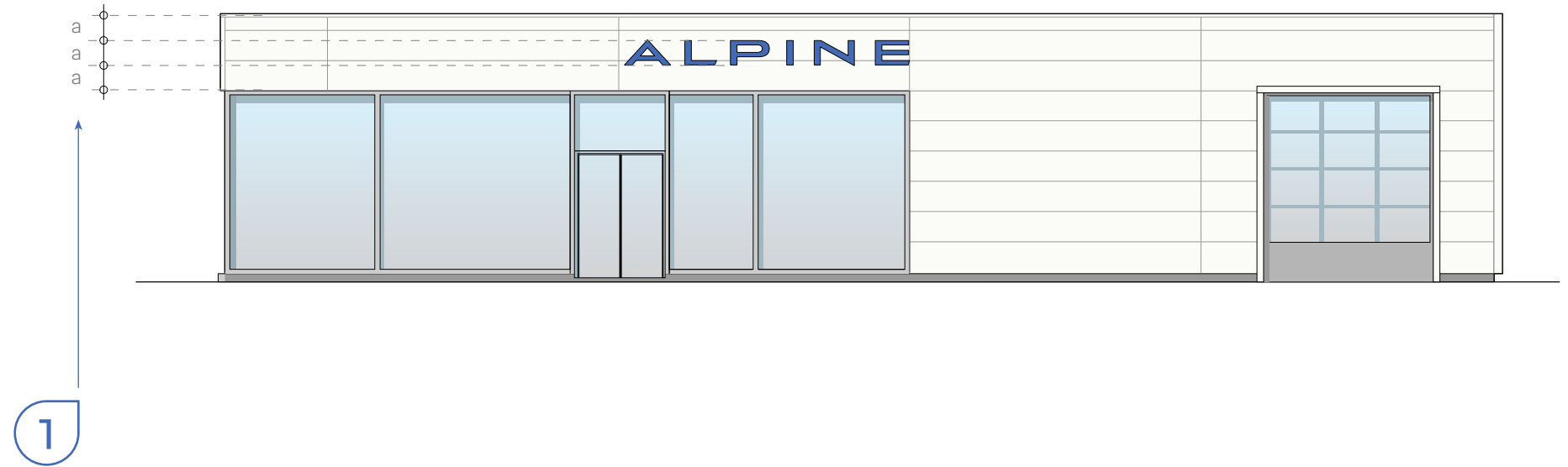


hauteur de la signature

les façades basses

Principe d'adaptation

- 1 La hauteur de blanc au-dessus du lettrage doit au moins être égale à celle du lettrage.



les façades des Box Alpine

hauteur de la signature

les façades hautes

Principe d'adaptation

- 1 La hauteur de blanc au-dessus de la signature ne doit pas excéder 3X celle du lettrage.

Remarques

La hauteur de la signature ne peut donc être inférieure à 1/5 ème de la hauteur du fronton.

La hauteur de la signature n'est pas liée au rythme de la façade.

4 hauteurs de lettres sont standardisées : 360, 500, 800 et 1000 mm. Le choix se fait selon la hauteur la plus proche de la cote théorique issue de l'application du tracé ci-contre.

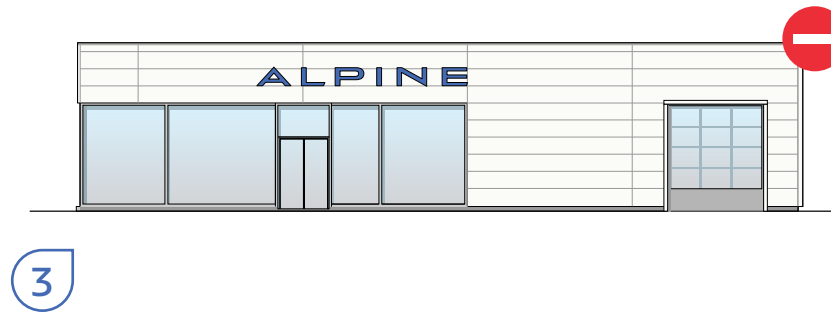
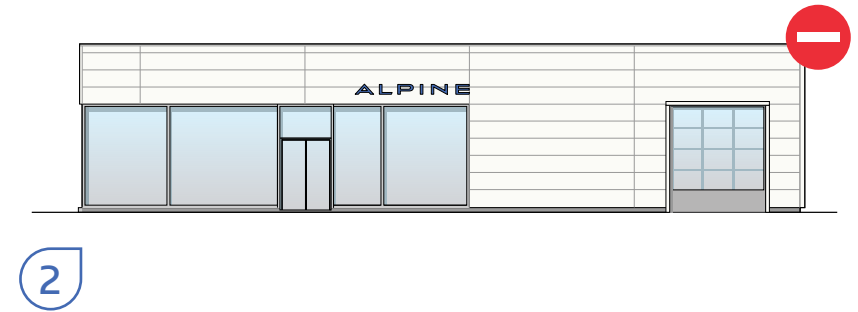
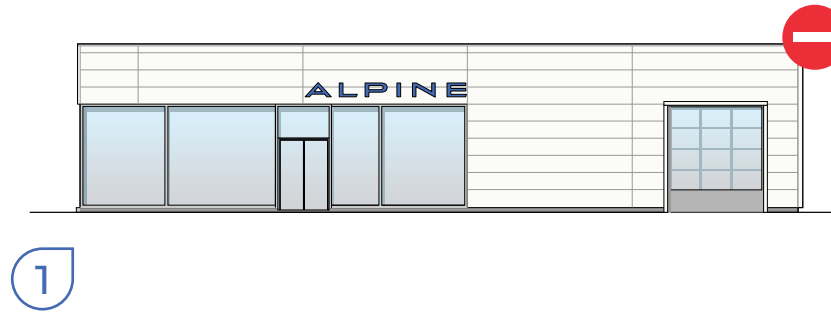


hauteur de la signature

limites d'utilisation

A éviter

- 1 La signature est trop proche de la vitrine. Elle est implantée à une distance inférieure à celle de la hauteur du lettrage.
- 2 La signature est trop petite. Elle est inférieure à 1/5 ème de la hauteur du fronton.
- 3 La signature est disproportionnée. Elle est supérieure à 1/3 de la hauteur du fronton.



les voiles

dimensions et positionnement

Utilisation des voiles

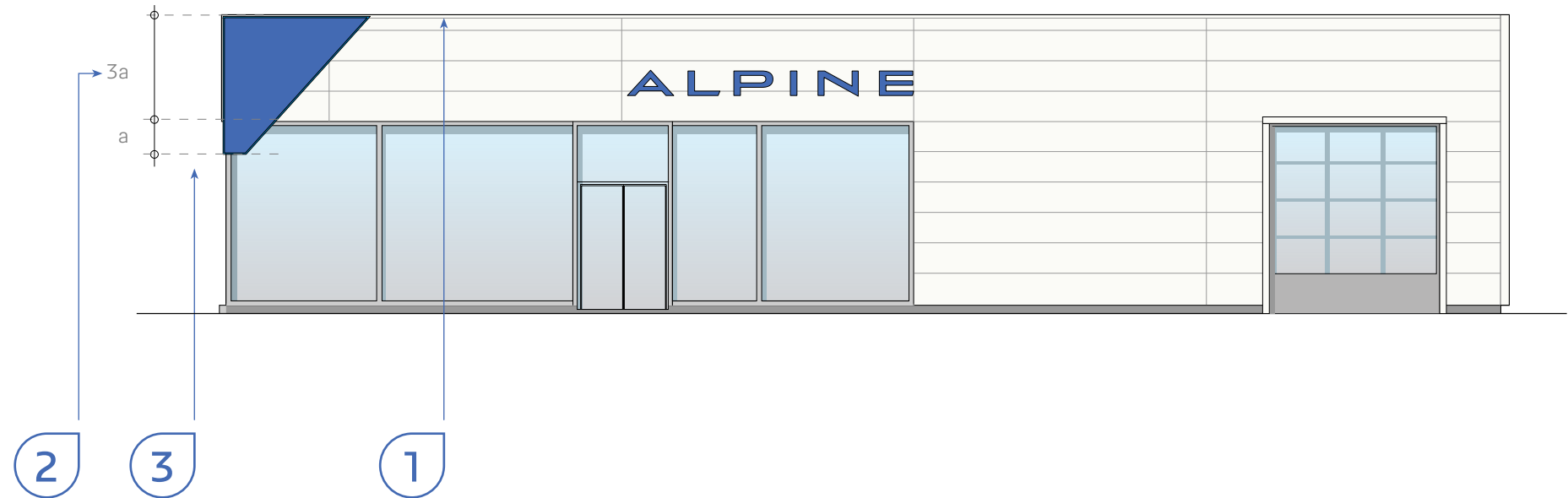
Les voiles ne sont implantées que sur les façades des Box Alpine.

Règles à observer

- 1 La voile est alignée sur le haut de la façade.
- 2 La hauteur de la voile est égale à $\frac{4}{3}$ de la hauteur du fronton.
- 3 La voile recouvre une partie de la vitrine égale à $\frac{1}{3}$ de la hauteur du fronton.

Remarque

L'adaptation de la hauteur de voile à chaque façade implique une fabrication unitaire des voiles.

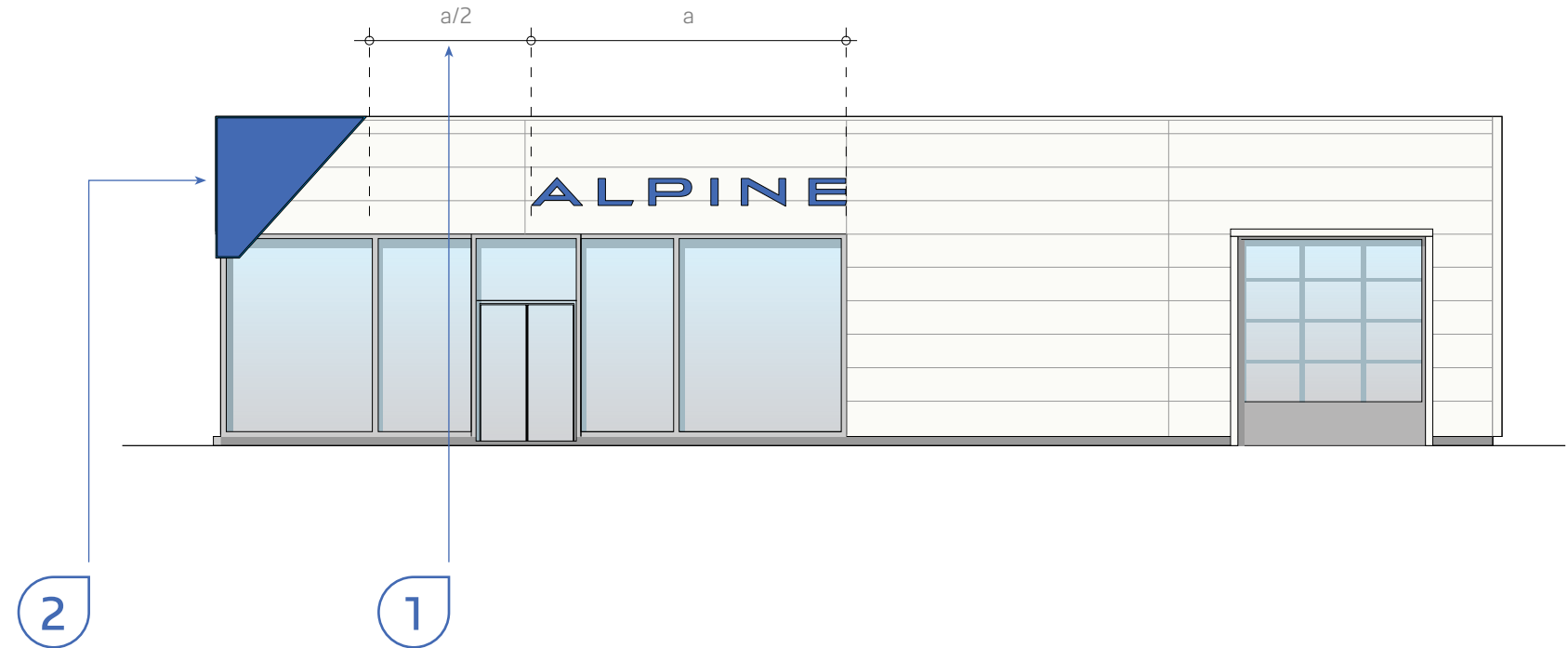


les voiles

le rapport avec la signature

Règles à observer

- 1 Une distance minimale égale à $1/2$ de la longueur du mot Alpine doit être respectée pour implanter la voile.
Lorsque cette distance ne peut être respectée, la voile est supprimée.
- 2 La voile est toujours alignée sur la gauche de la vitrine de la façade principale.

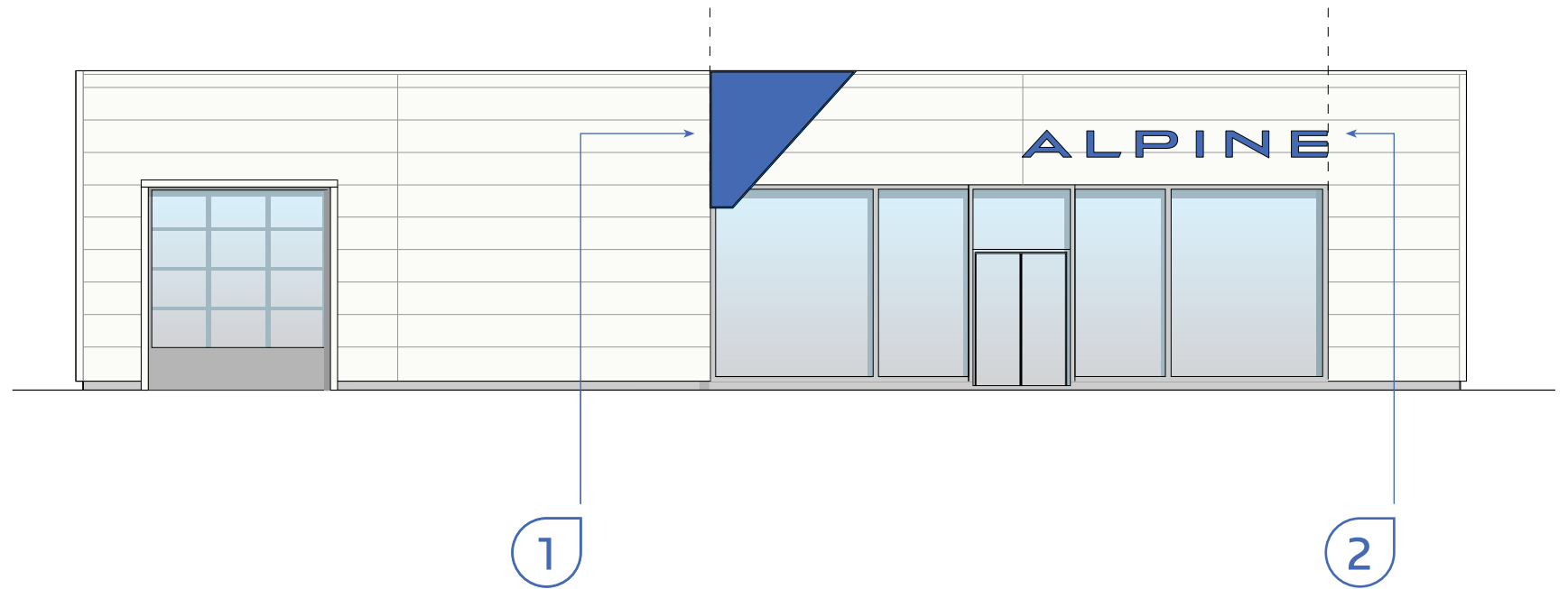


les voiles

positionnement des éléments

Règles à observer

- 1 La voile est toujours alignée sur la gauche de la vitrine.
- 2 La signature est toujours alignée sur la droite de la vitrine.

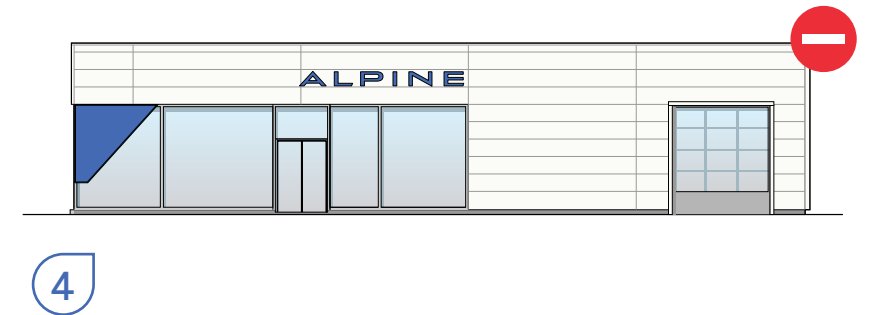
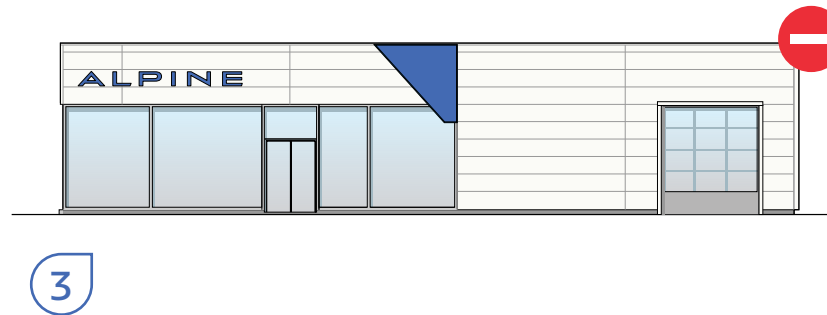
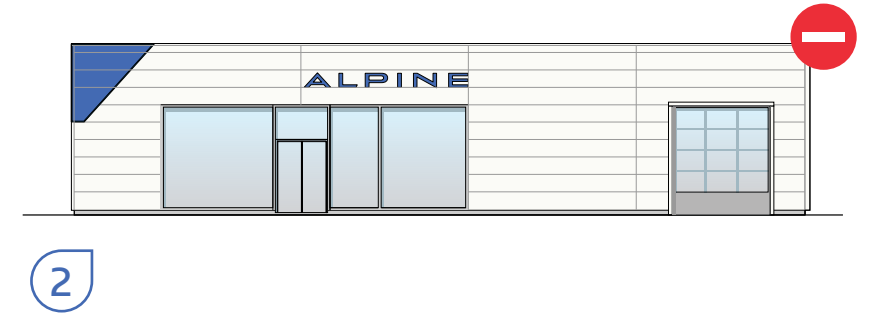
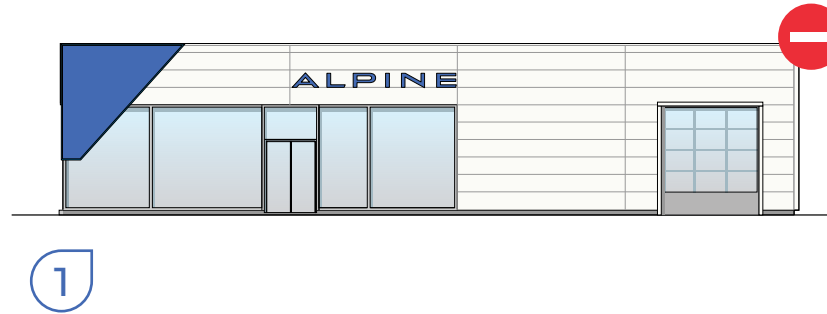


les voiles

limites d'utilisation

A éviter

- 1 La voile est trop haute par rapport à la façade.
- 2 La voile est alignée sur l'angle de façade et non sur la vitrine.
- 3 La voile est inversée.
- 4 La voile est alignée sur le haut de la vitrine.



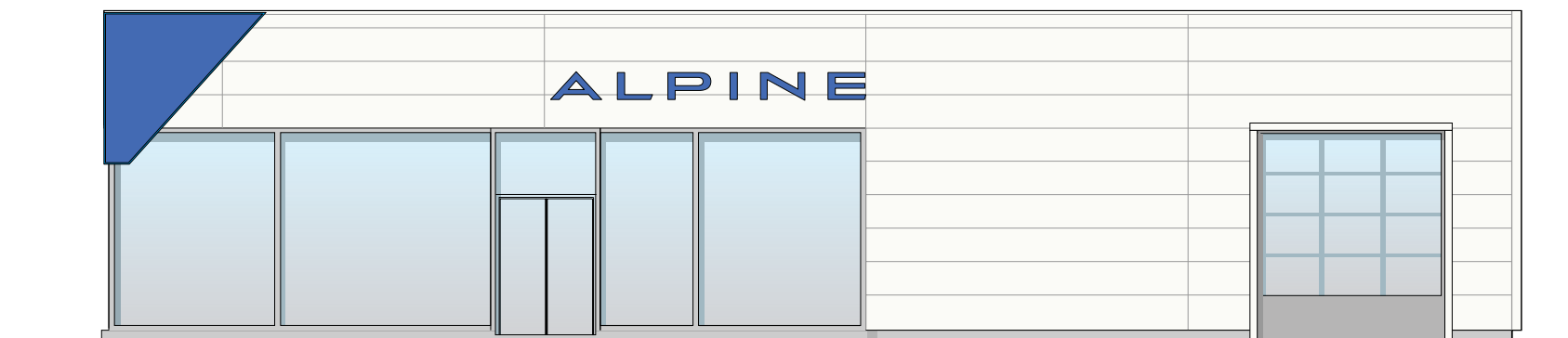
les façades des Box Alpine

les façades latérales

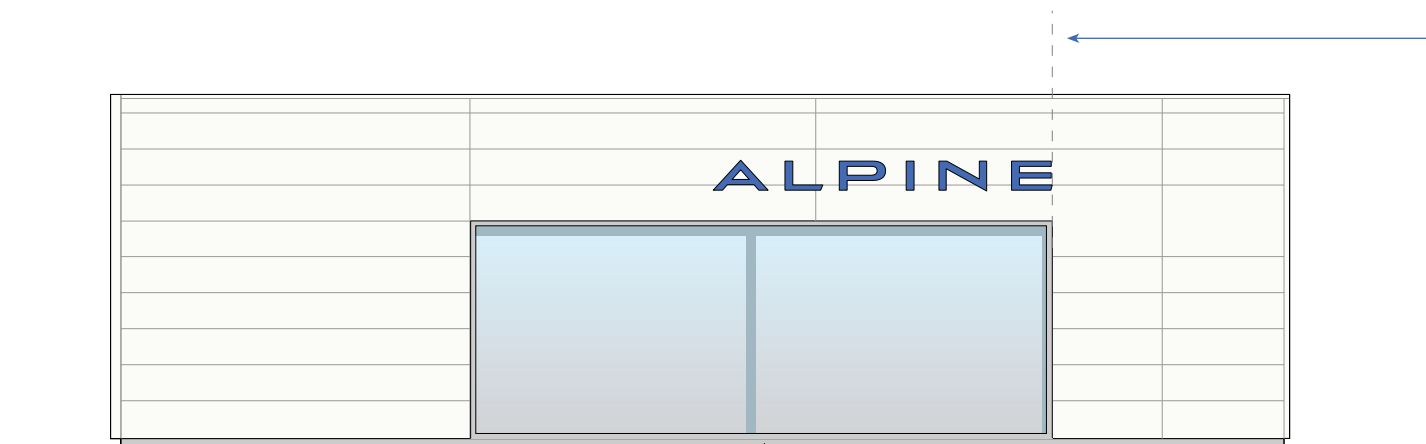
positionnement de la signature

Règle à observer

- 1 Lorsque la vitrine ne se poursuit pas jusqu'à l'angle, la signature est alignée sur le bord droit de la vitrine de la façade latérale.



Façade principale



Façade latérale gauche

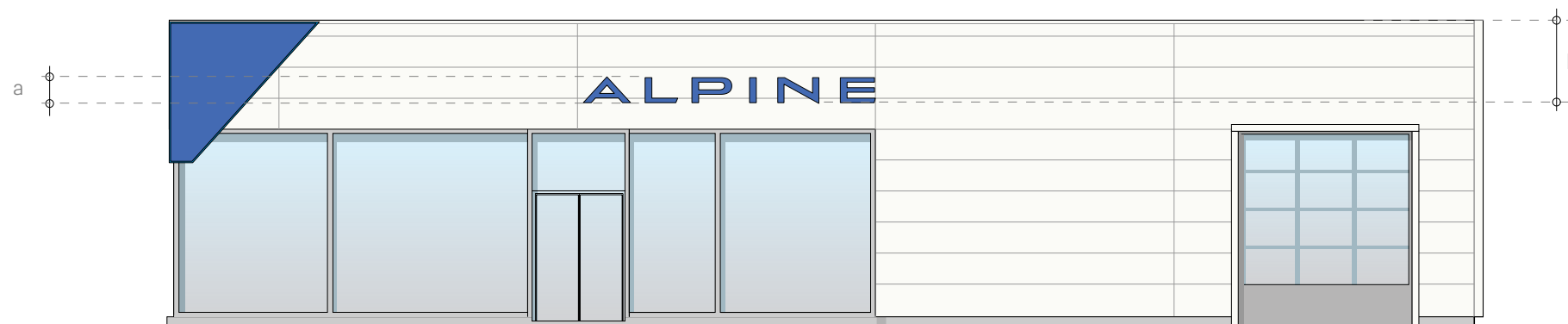
les façades des Box Alpine

les façades latérales

les façades aveugles

Règles à observer

- 1 En absence de vitrine, la signature est alignée sur le bord droit de la façade, positionnée à une distance égale à la hauteur du lettrage.
- 2 La signature est positionnée à la même distance de l'acrotère que celle figurant sur la façade principale.



Façade principale



Façade latérale gauche

2

1

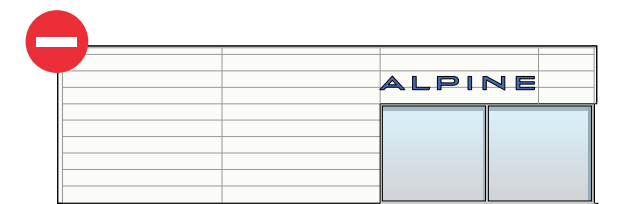
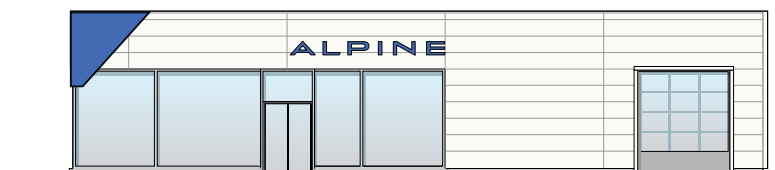
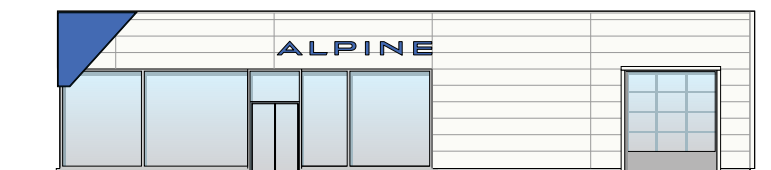
les façades des Box Alpine

les façades latérales

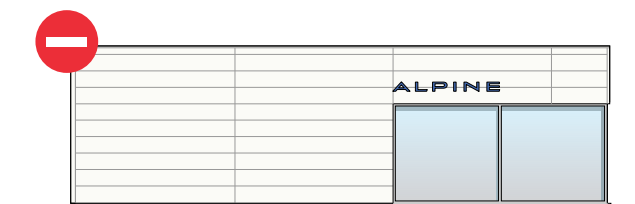
limites d'utilisation (1)

A éviter

- 1 La signature est alignée sur la droite de la vitrine et non proche de l'angle de façade latérale gauche.
- 2 La hauteur de la signature en façade latérale est différente de celle de la façade principale.



1



2

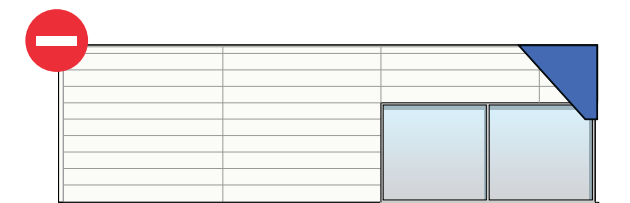
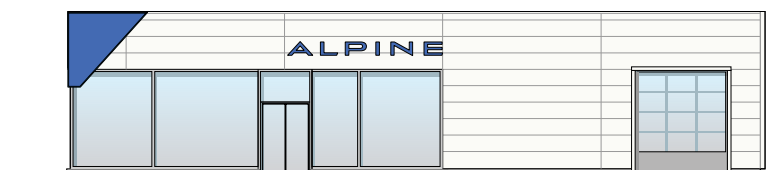
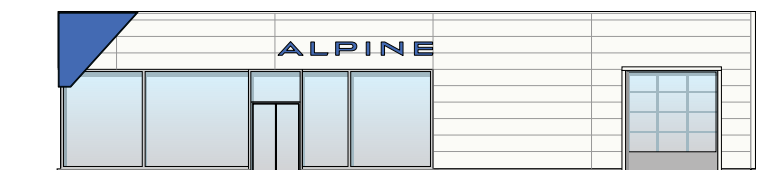
les façades des Box Alpine

les façades latérales

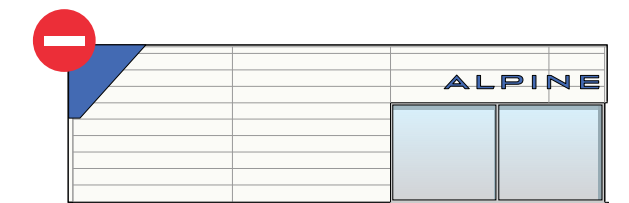
limites d'utilisation (2)

A éviter

- 1 Une voile est implantée en façade latérale dans l'angle du bâtiment.
- 2 Une voile est implantée en façade latérale en complément de la signature Alpine.



1



2

8

les règles d'identification des façades des centres Alpine sur site multimarque

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les façades des centres Alpine sur les sites multimarques

Une adaptation du système à des longueurs de façades réduites

Les sites multimarques ont généralement des longueurs de façade réduites ne permettant pas l'implantation de signatures Alpine de grandes dimensions.

Les proportions liant les hauteurs des signatures aux hauteurs des frontons de façade, sont adaptées à cette contrainte d'espace disponible.

L'identification de l'activité Après-Vente

L'activité Après-Vente Alpine est traitée dans un atelier Renault ou dédié à plusieurs marques.

Une plaque murale Alpine Service, implantée à côté de la baie d'atelier, identifie cette activité.

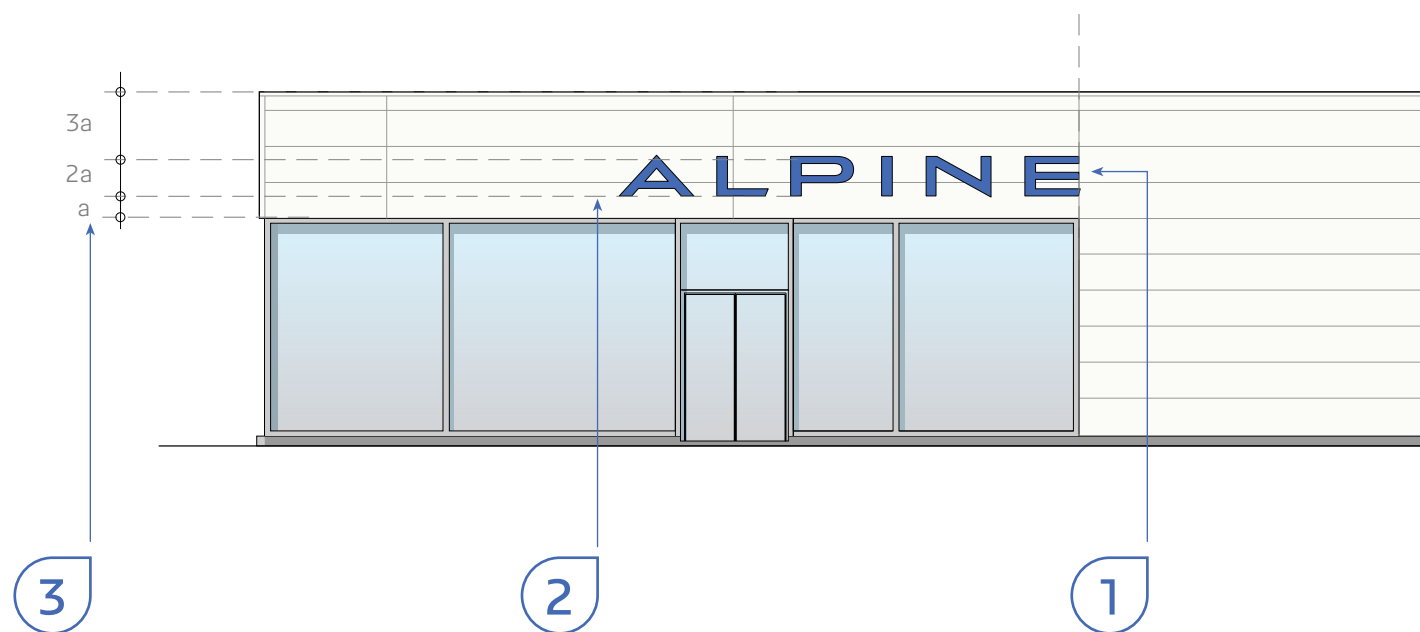
les façades des sites multimarques

implantation de la signature

les proportions

Règles à observer

- 1 La signature est alignée sur le bord droit de la vitrine en façade principale.
- 2 La signature est alignée en pied, positionnée à une distance égale à $1/2$ de la hauteur du lettrage du bord supérieur de la vitrine.
- 3 La signature est réglée sur la base de $1/3$ de la hauteur de la façade.



les façades des sites multimarques

hauteur de la signature

dimensionnement

Règles

- 1 La signature Alpine ne doit pas être plus haute que les signatures des marques Renault et Dacia.
- 2 Sur les façades des sites multimarques, 3 hauteurs de lettres sont standardisées : 360, 500 et 800 mm. Le choix se fait selon la hauteur la plus proche de la cote théorique issue de l'application du tracé figurant en page précédente.

Le tableau ci-contre présente les correspondances entre les hauteurs des signatures Alpine et Renault.



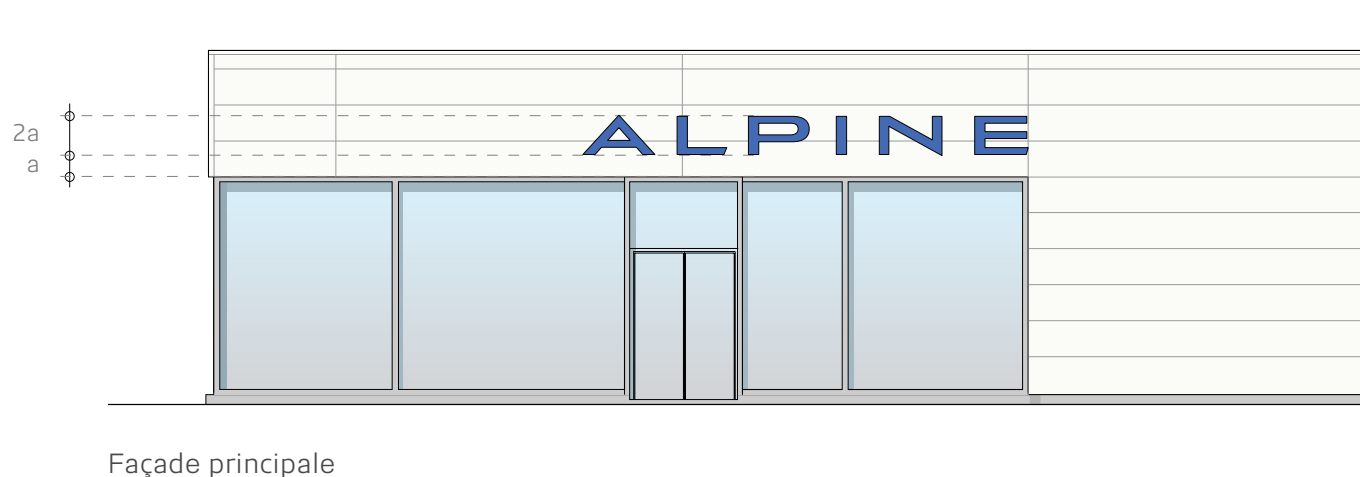
les façades des sites multimarques

les façades latérales

la façade latérale gauche

Règles à observer

- 1 La hauteur de la signature de la façade latérale est identique à celle de la façade principale.
- 2 Elle est positionnée proche de l'angle de la façade principale à une distance égale à 1/2 celle de la hauteur du lettrage.



Façade principale



Façade latérale gauche

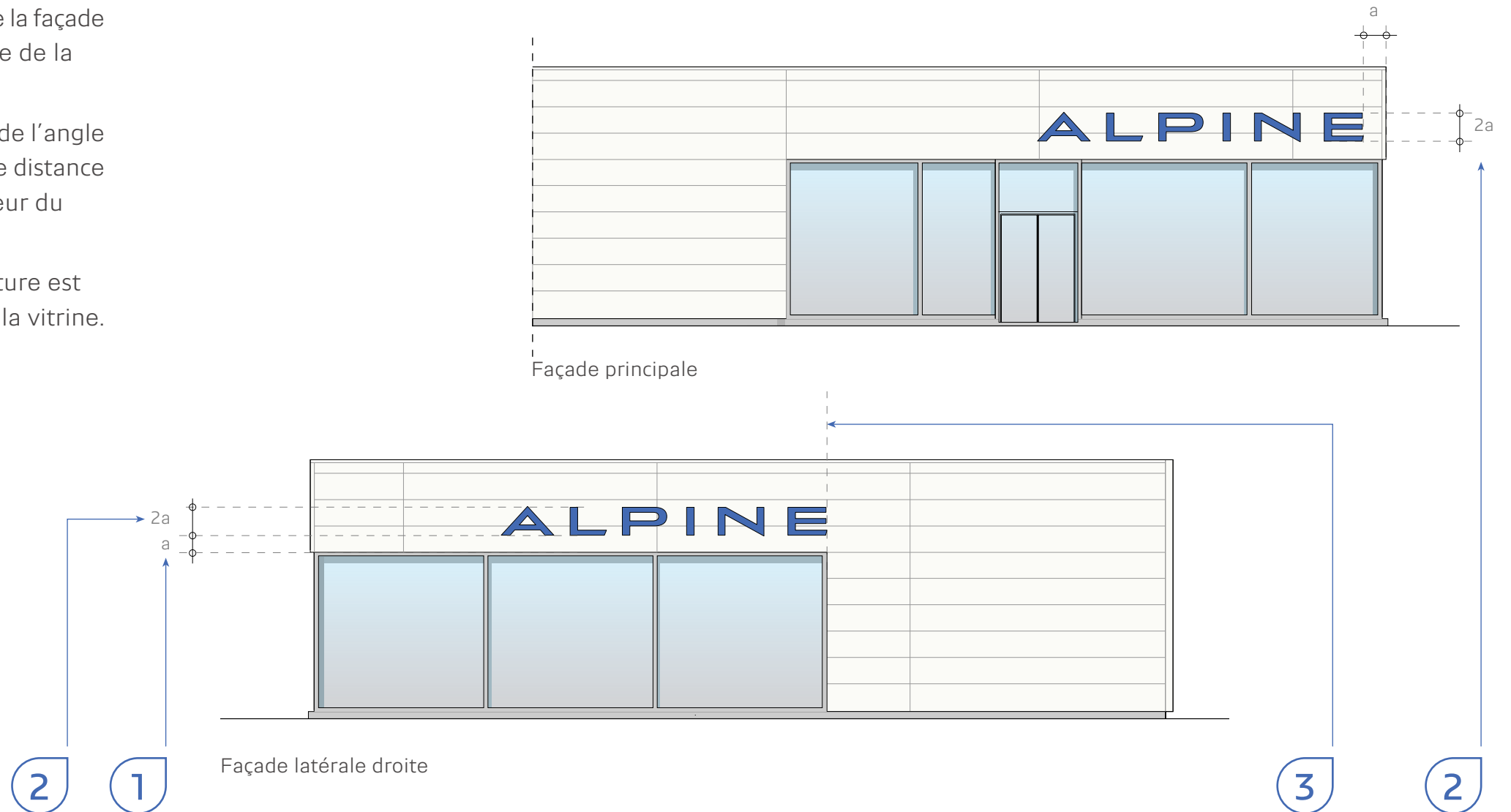
les façades des sites multimarques

les façades latérales

la façade latérale droite

Règles à observer

- 1 La hauteur de la signature de la façade latérale est identique à celle de la façade principale.
- 2 Elle est positionnée proche de l'angle de la façade principale à une distance égale à $1/2$ celle de la hauteur du lettrage.
- 3 En façade latérale, la signature est alignée sur le bord droit de la vitrine.



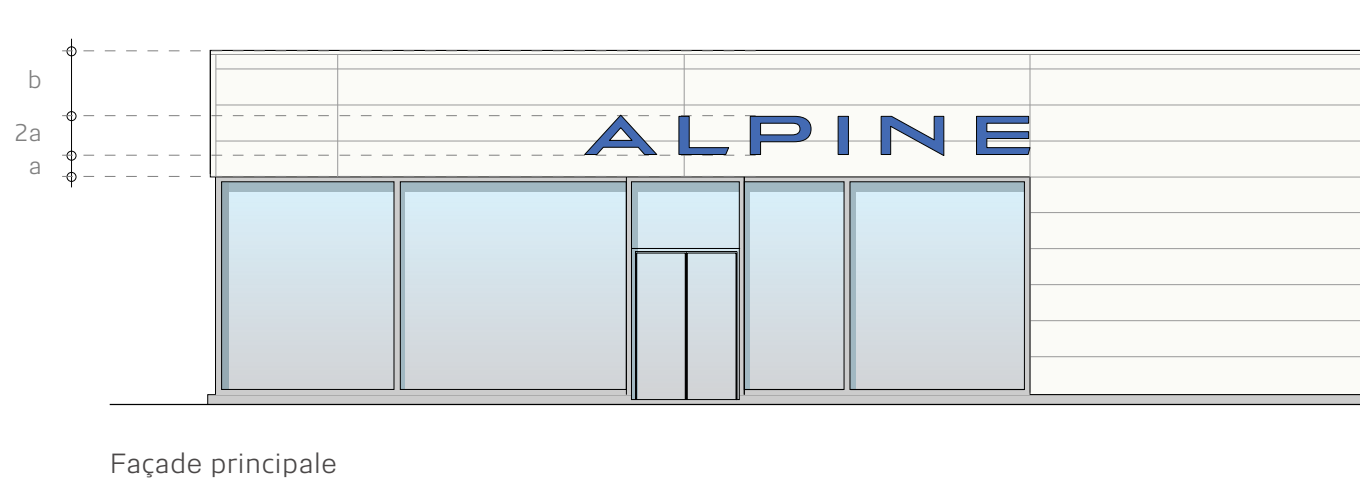
les façades des sites multimarques

les façades latérales

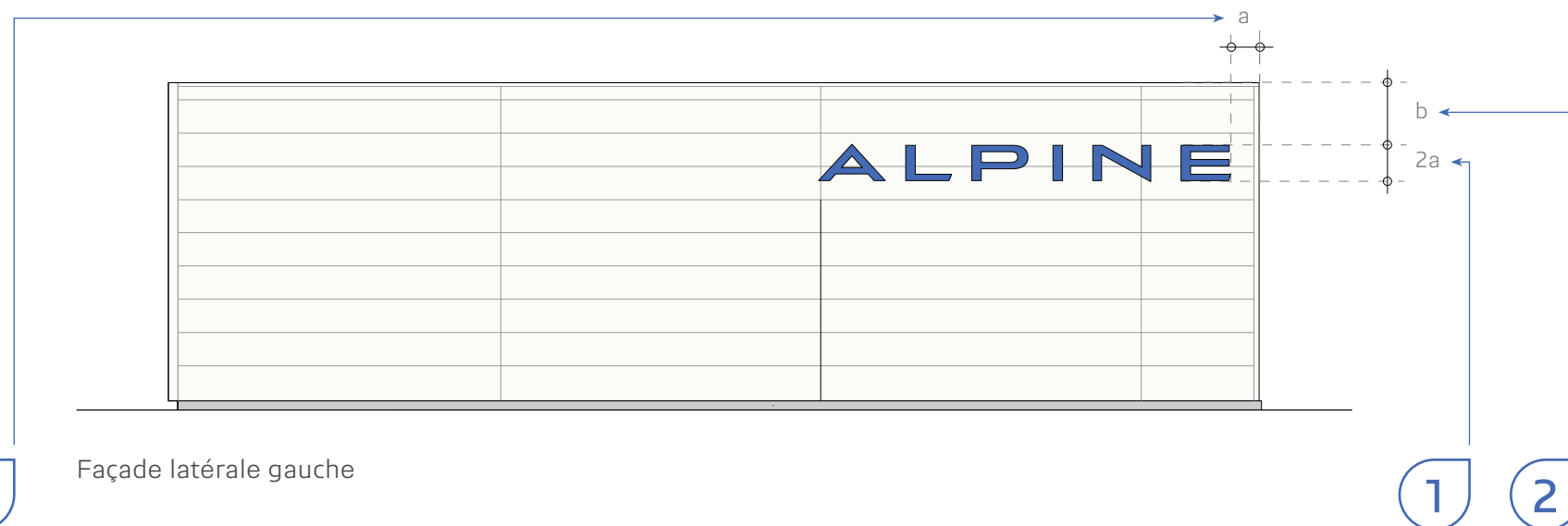
la façade latérale aveugle droite

Règles à observer

- 1 La hauteur de la signature de la façade latérale est identique à celle de la façade principale.
- 2 Elle est positionnée proche de l'angle de la façade principale à une distance égale à 1/2 celle de la hauteur du lettrage.
- 3 La signature est positionnée à la même distance "b" de l'acrotère que celle figurant sur la façade principale.



Façade principale



Façade latérale gauche

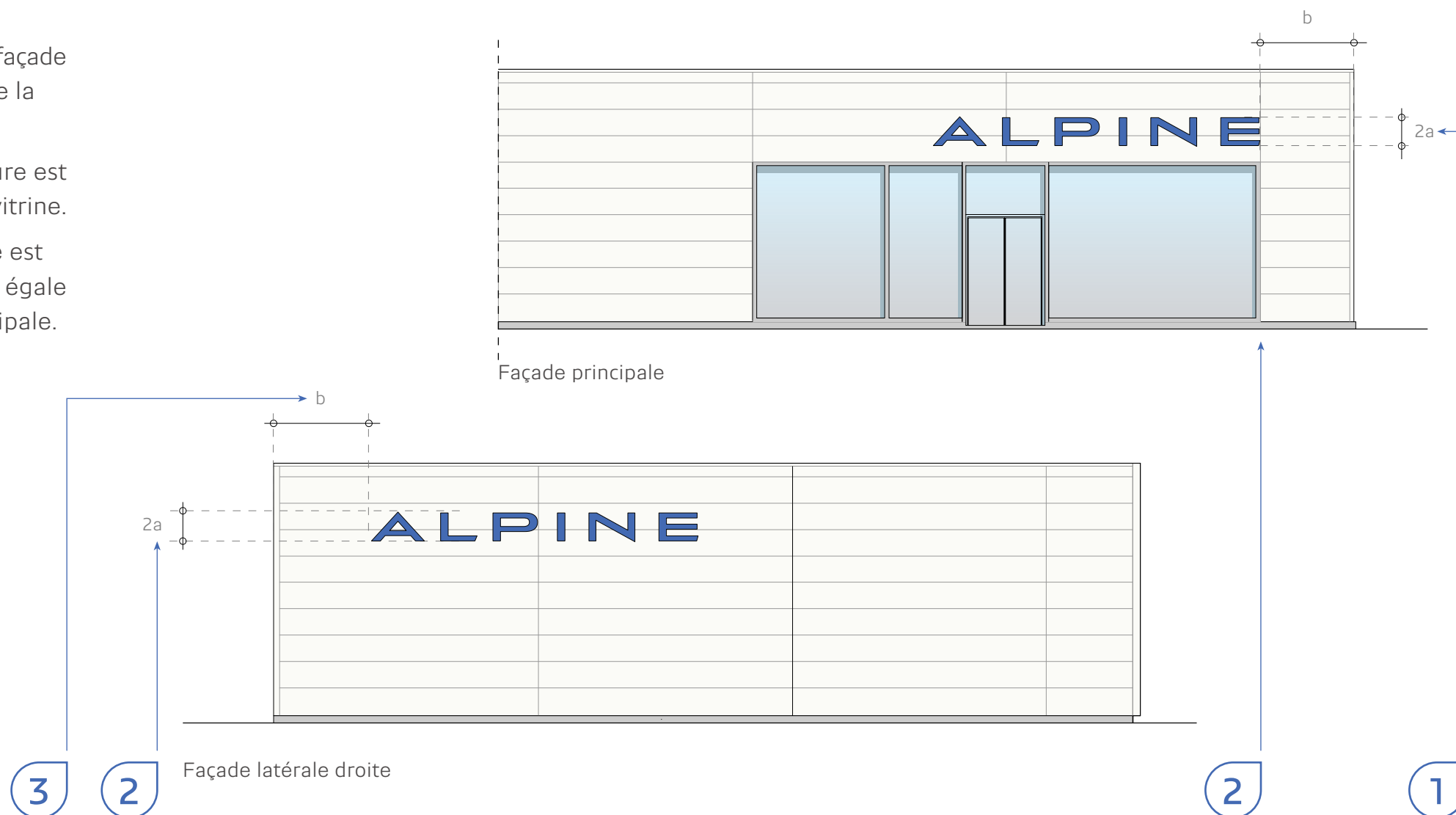
les façades des sites multimarques

les façades latérales

Lorsque la vitrine s'arrête avant l'angle

Règles à observer

- 1 La hauteur de la signature de la façade latérale est identique à celle de la façade principale.
- 2 En façade principale, la signature est alignée sur le bord droit de la vitrine.
- 3 En façade latérale, la signature est positionnée à une distance "b" égale à celle relevée en façade principale.



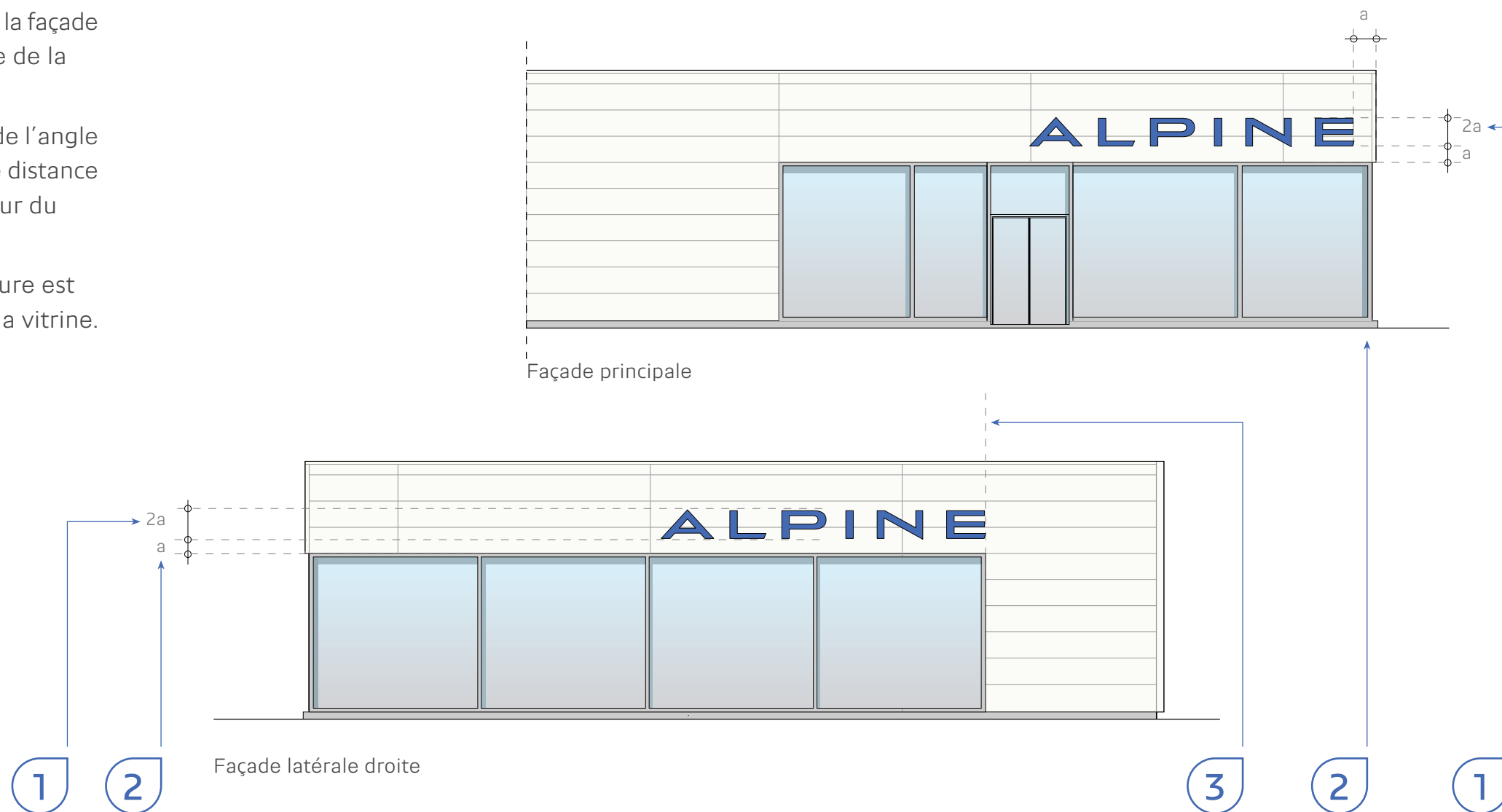
les façades des sites multimarques

cas particulier

les façades latérales vitrées longues

Règles à observer

- 1 La hauteur de la signature de la façade latérale est identique à celle de la façade principale.
- 2 Elle est positionnée proche de l'angle de la façade principale à une distance égale à $1/2$ celle de la hauteur du lettrage.
- 3 En façade latérale, la signature est alignée sur le bord droit de la vitrine.



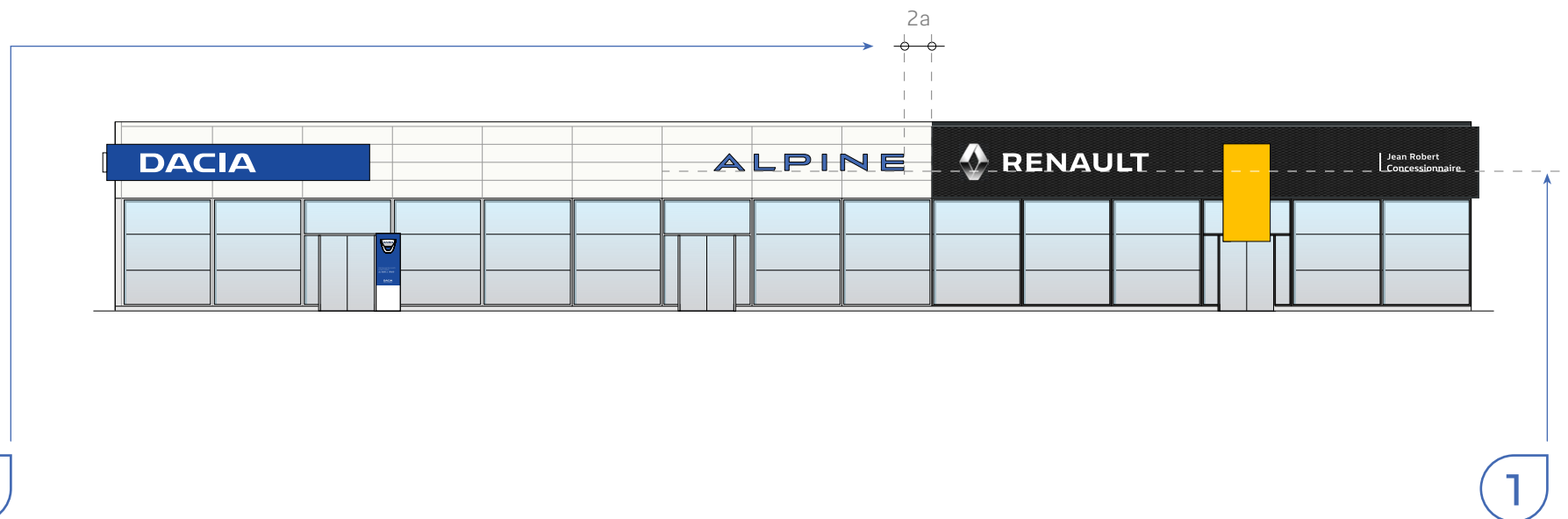
les façades des sites multimarques

cas particulier

la juxtaposition avec les façades des autres marques - 1

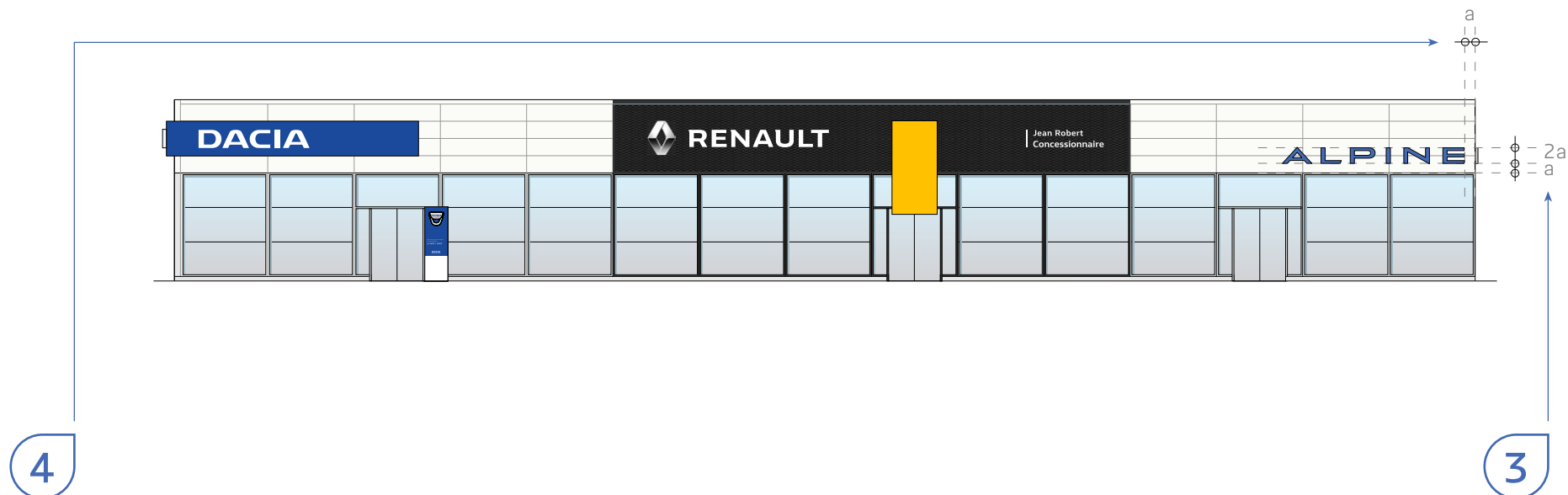
Lorsque la signature Alpine est juxtaposée avec la résille Renault

- 1 La signature Alpine est alignée sur le bas de la signature Renault.
- 2 La signature Alpine est positionnée à une distance égale à sa hauteur du bandeau en résille de Renault.



Lorsque le showroom Alpine est implanté à droite de la façade

- 3 La signature est alignée en pied, positionnée à une distance égale à 1/2 de la hauteur du lettrage du bord supérieur de la vitrine.
- 4 La signature Alpine est positionnée proche de l'angle de la façade à une distance égale à 1/2 celle de la hauteur du lettrage.



les façades des sites multimarques

cas particulier

la juxtaposition avec les façades des autres marques - 2

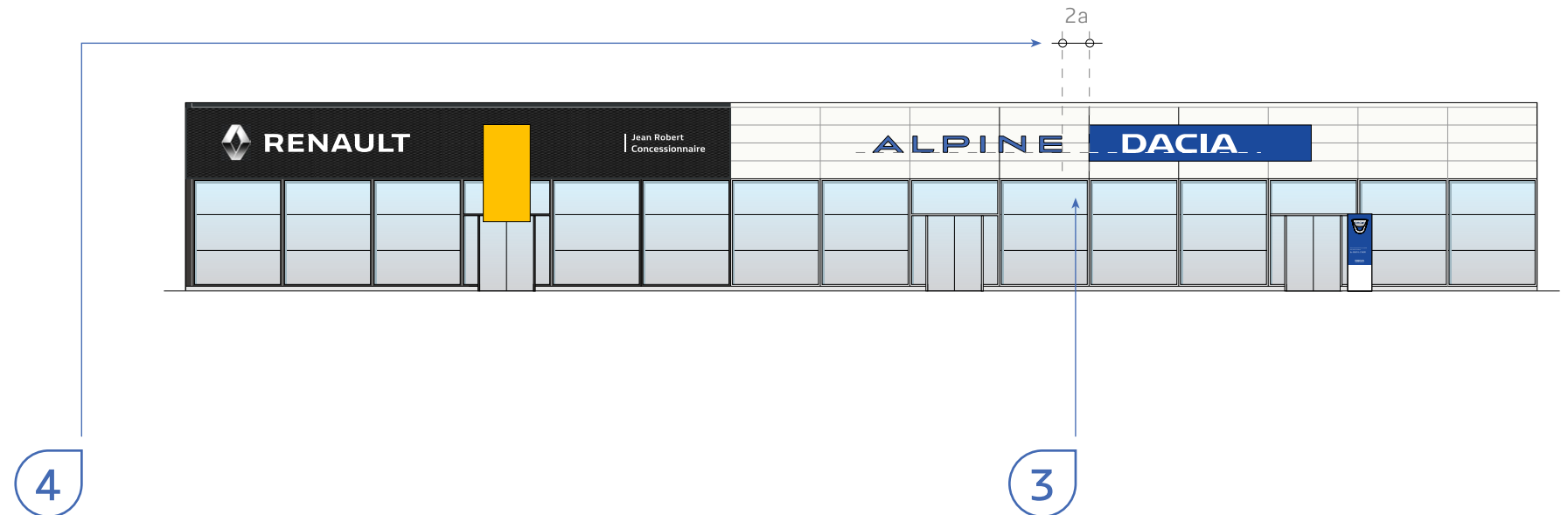
Lorsque le showroom Alpine est implanté à gauche de la façade

- 1 La signature Alpine est alignée sur le bas de la signature Dacia.
- 2 La signature Alpine est positionnée à une distance égale à $1/2$ de sa hauteur du bord gauche de la façade.



Lorsque la signature Alpine est juxtaposée avec le bandeau Dacia

- 3 La signature est alignée en pied sur le lettrage Dacia.
- 4 La signature Alpine est positionnée proche du bandeau Dacia à une distance égale à celle de la hauteur du lettrage.



les façades des sites multimarques

cas particulier

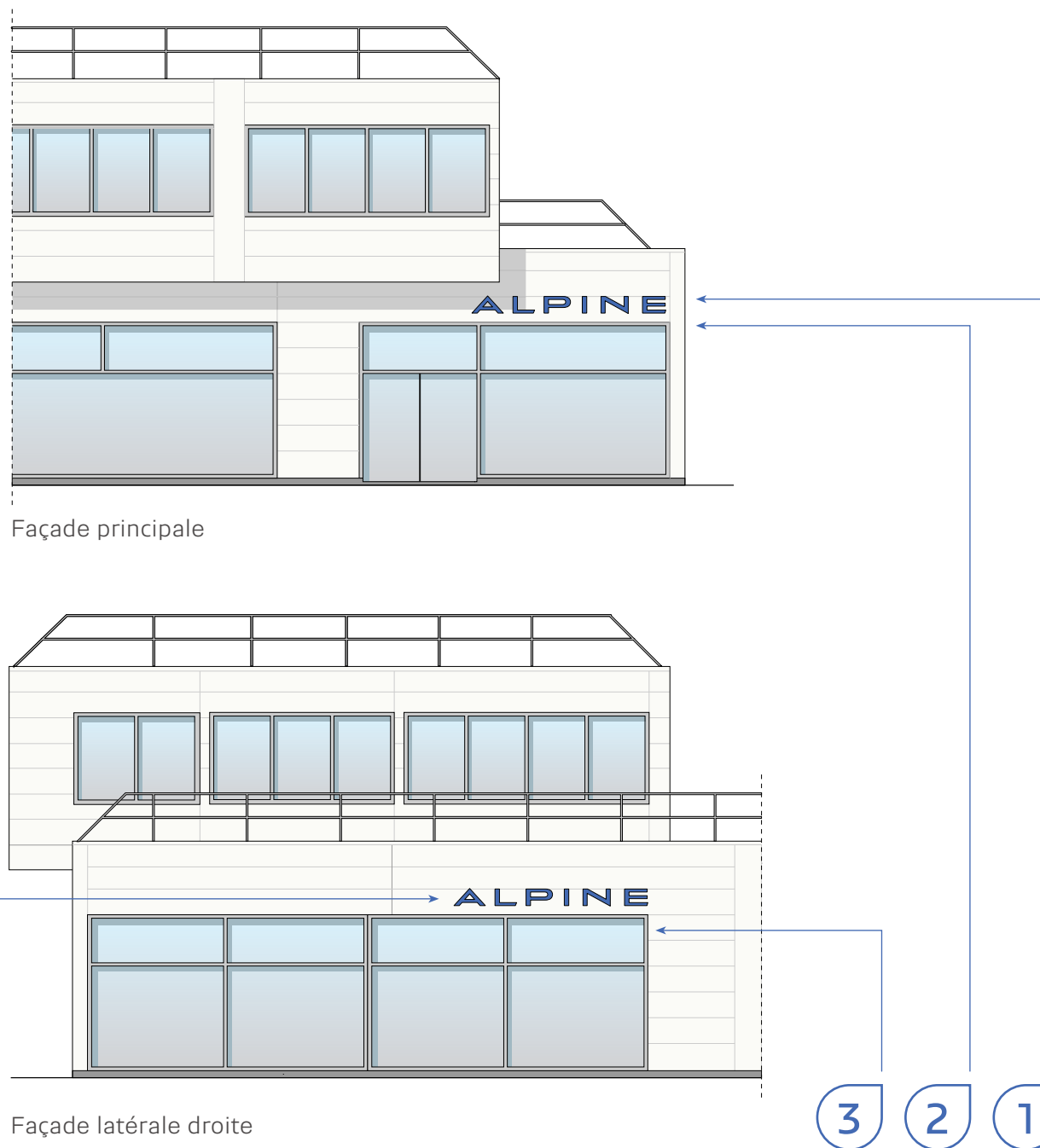
faible hauteur de fronton

Contraintes

En façade principale, la hauteur de la signature est contrainte par l'espace réduit du fronton.

Solution retenue

- 1 La hauteur de la signature de la façade latérale est identique à celle de la façade principale.
- 2 Elle est positionnée proche de l'angle de la façade principale, alignée sur le bord de la vitrine.
- 3 En façade latérale, la signature est alignée sur le bord droit de la vitrine.



les façades des sites multimarques

cas particulier

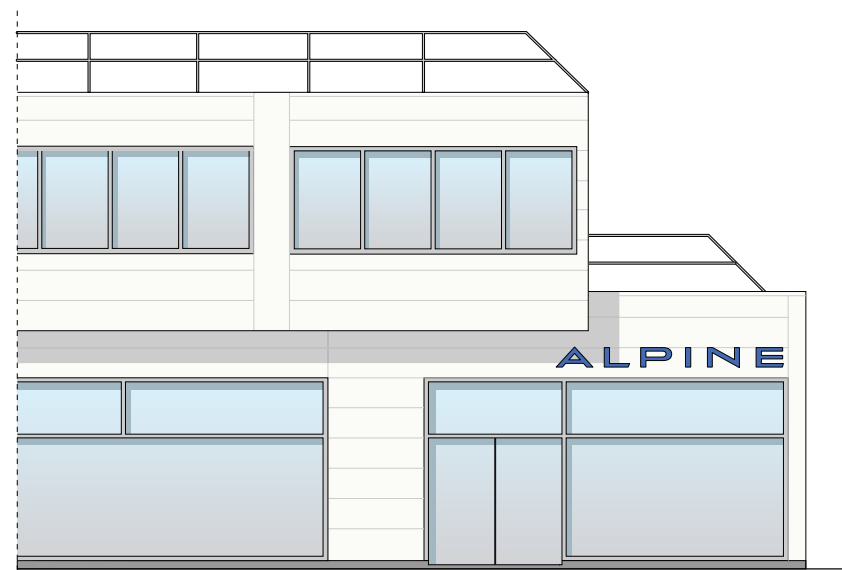
visibilité réduite des façades

Contraintes

En façade latérale, la présence d'un arbre réduit la visibilité de la signature.

Solution retenue

- 1 La signature est déplacée vers la partie la plus visible de la façade, alignée sur le rythme de la vitrine dans la mesure du possible.



Façade principale



Façade latérale droite

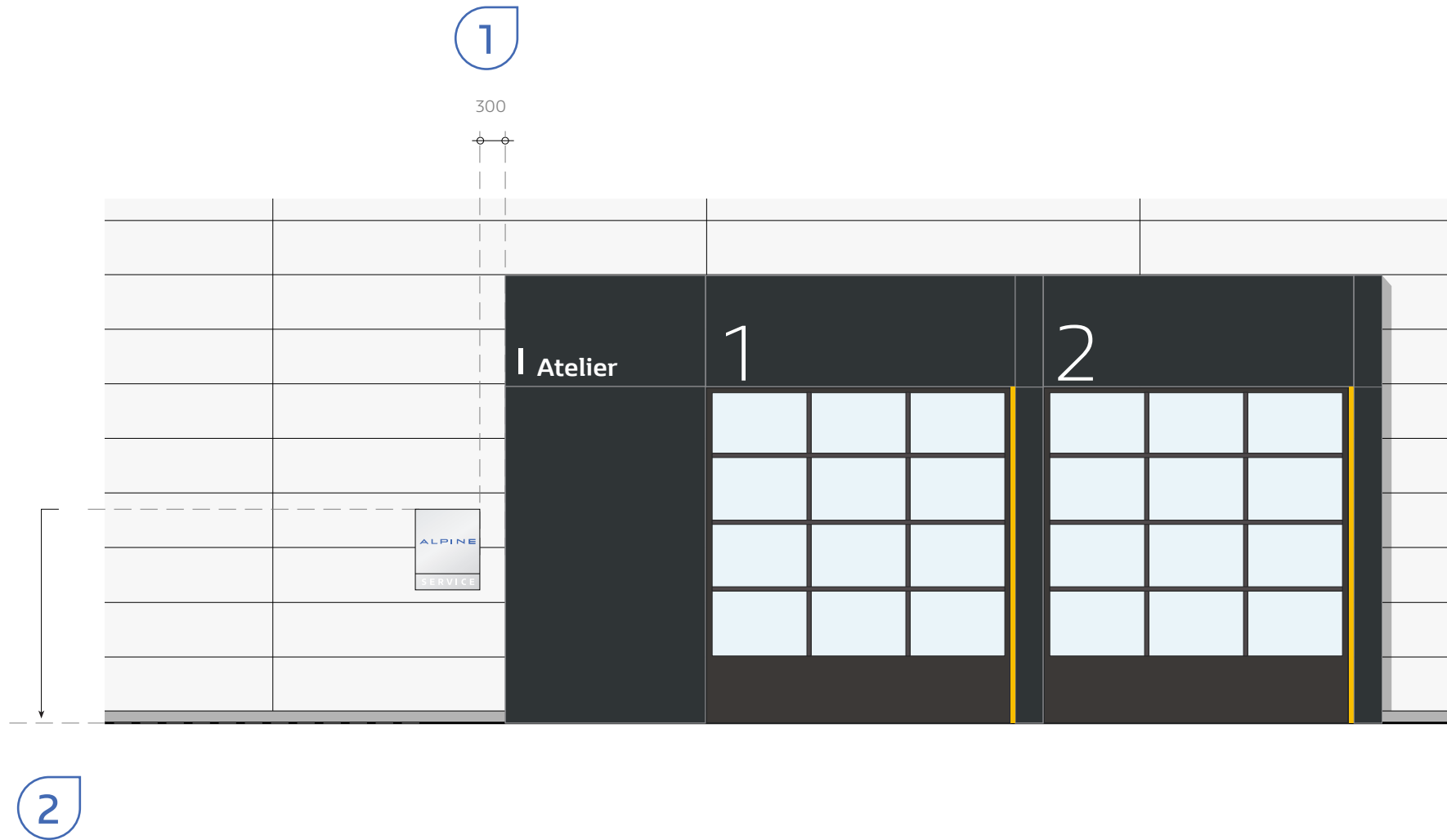
1

les façades des sites multimarques

la façade Après-Vente

Règles à observer

- 1 La plaque Alpine Service est positionnée à 300 mm du bord de l'habillage de la porte d'atelier.
- 2 Le haut de plaque Alpine Service est implantée à 2200 mm du sol.



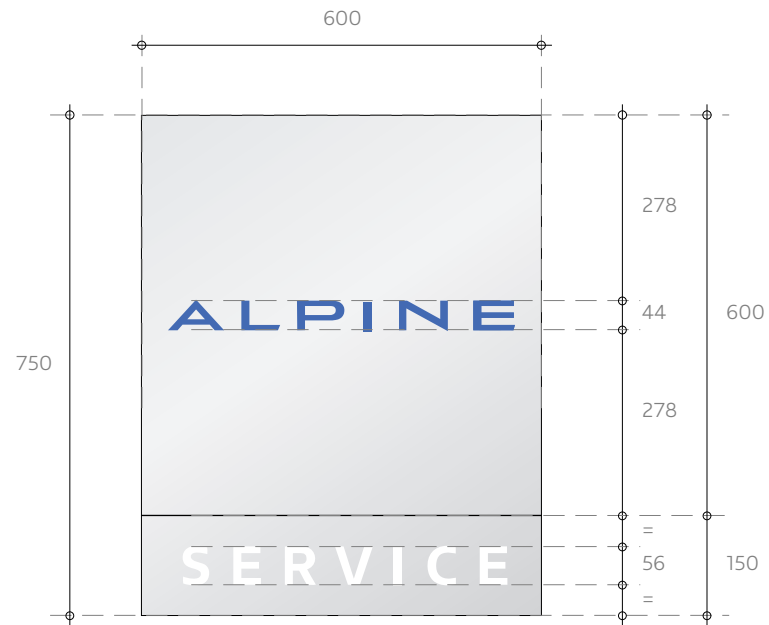
la façade Après-Vente

tracés des plaques service

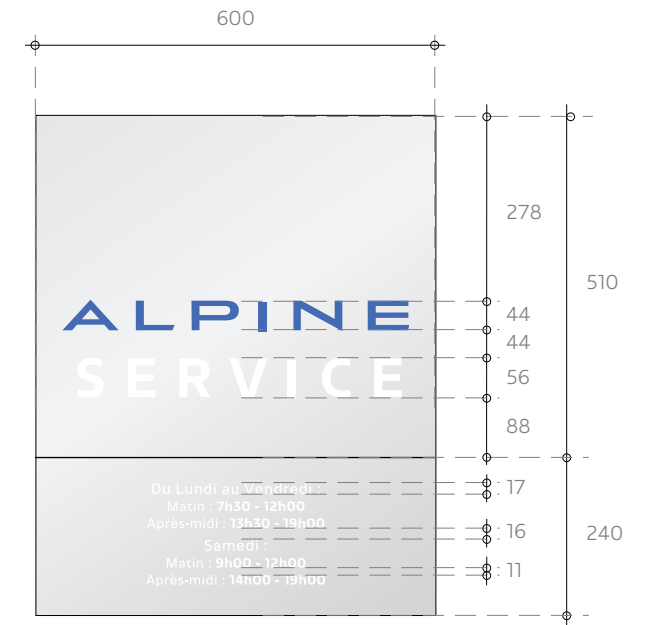
Légende

- 1 Version standard
- 2 Version avec horaires d'ouverture

Fournisseur
Rousseau



1



2

9

les autres composantes

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



les autres composantes des centres Alpine

Ce chapitre présente différentes composantes des centres Alpines visant à accroître la visibilité de la marque et à répondre, notamment, à des obligations réglementaires.

Les parkings et la zone Essai

La visibilité de la marque est un élément essentiel. L'exposition systématique d'un véhicule dans la zone essai répond à cet enjeu.

La mise en évidence de ce véhicule repose sur une intégration soignée avec les parkings clients qui reçoivent un traitement spécifique pour un meilleur accueil des clients Alpine.

Les marquages des surfaces vitrées

Les vitrines et portes d'entrée du showroom sont soulignées par un marquage adhésif participant à la sécurité et à l'information des clients.

les parkings et la zone Essai tracés

Présentation

L'objectif est de présenter un véhicule à l'essai devant l'entrée du showroom Alpine.

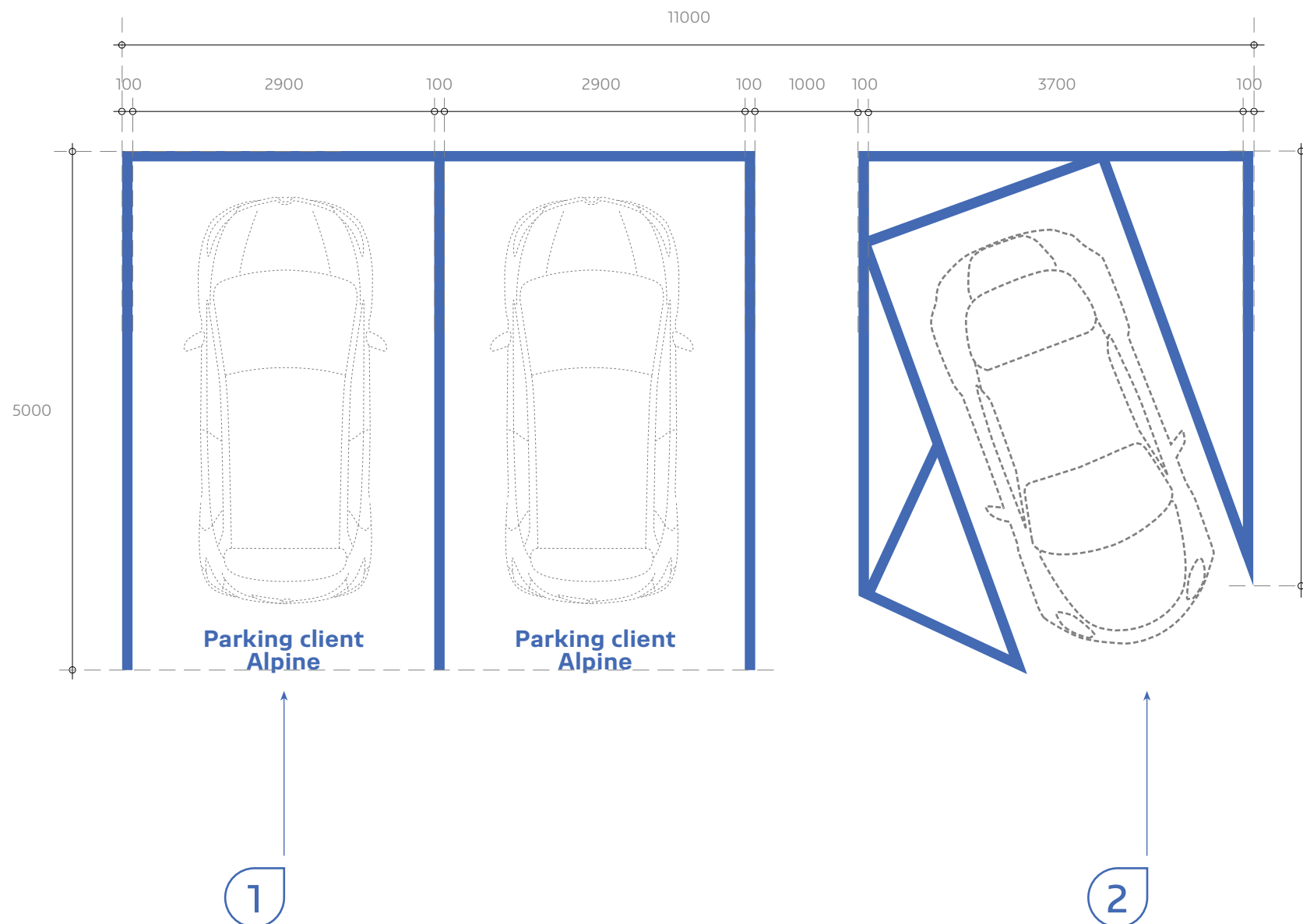
Des places de parking réservées aux clients Alpine sont associées à la zone Essai.

Légende

- 1 Les parkings clients Alpine
- 2 La zone Essai

Fournisseur

A charge du concessionnaire, à commander auprès d'un fournisseur local.

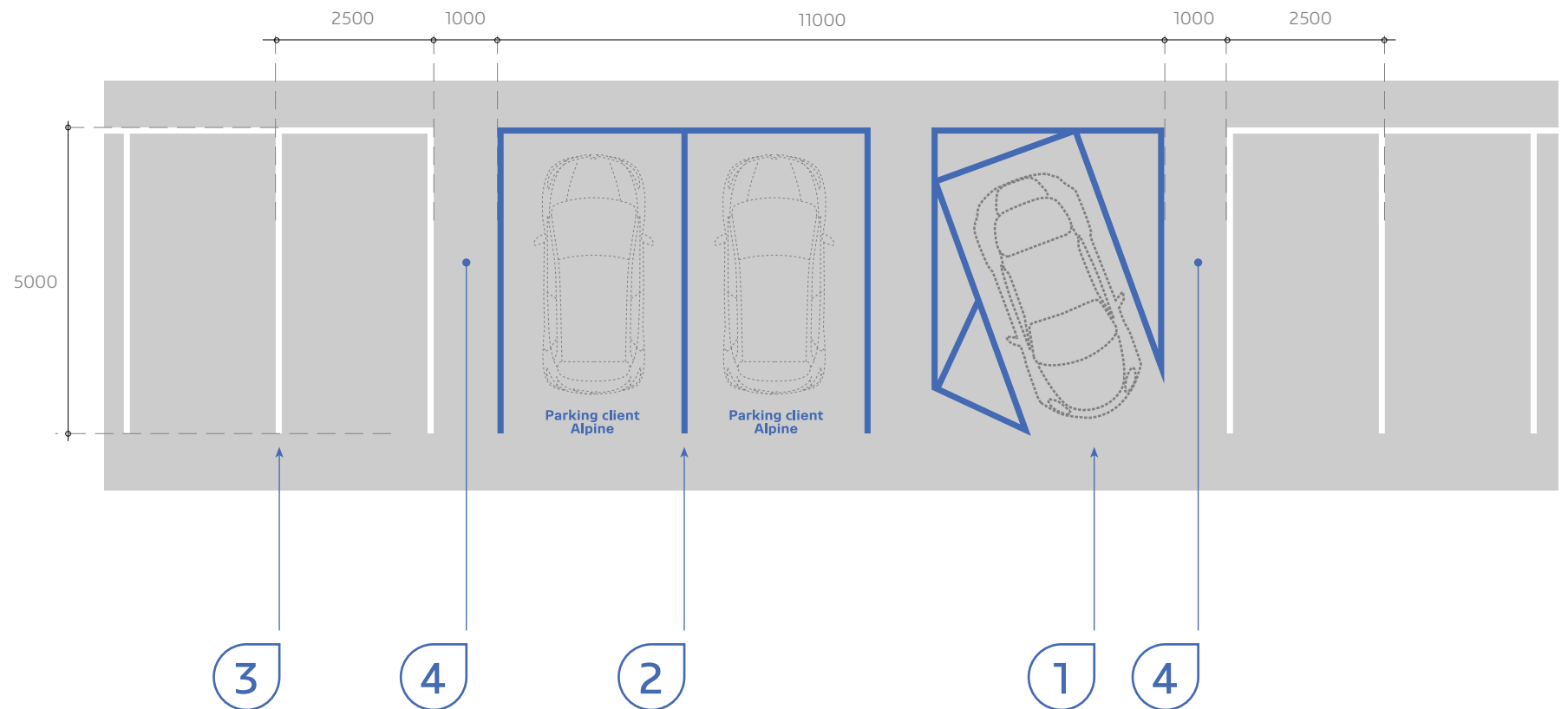


les parkings et la zone Essai

intégration en site multimarque

Règles

- 1 La zone Essai est implantée face à la porte d'entrée du showroom Alpine.
- 2 Les places de parking réservées aux clients Alpine sont identifiées par la couleur bleue et le marquage au sol.
- 3 Les places de parking des autres clients sont matérialisées par des lignes blanches. Elles ont une largeur standard de 2500 mm.
- 4 La zone Essai est toujours séparée par une neutralisation de 1 m de largeur des autres places de parking.

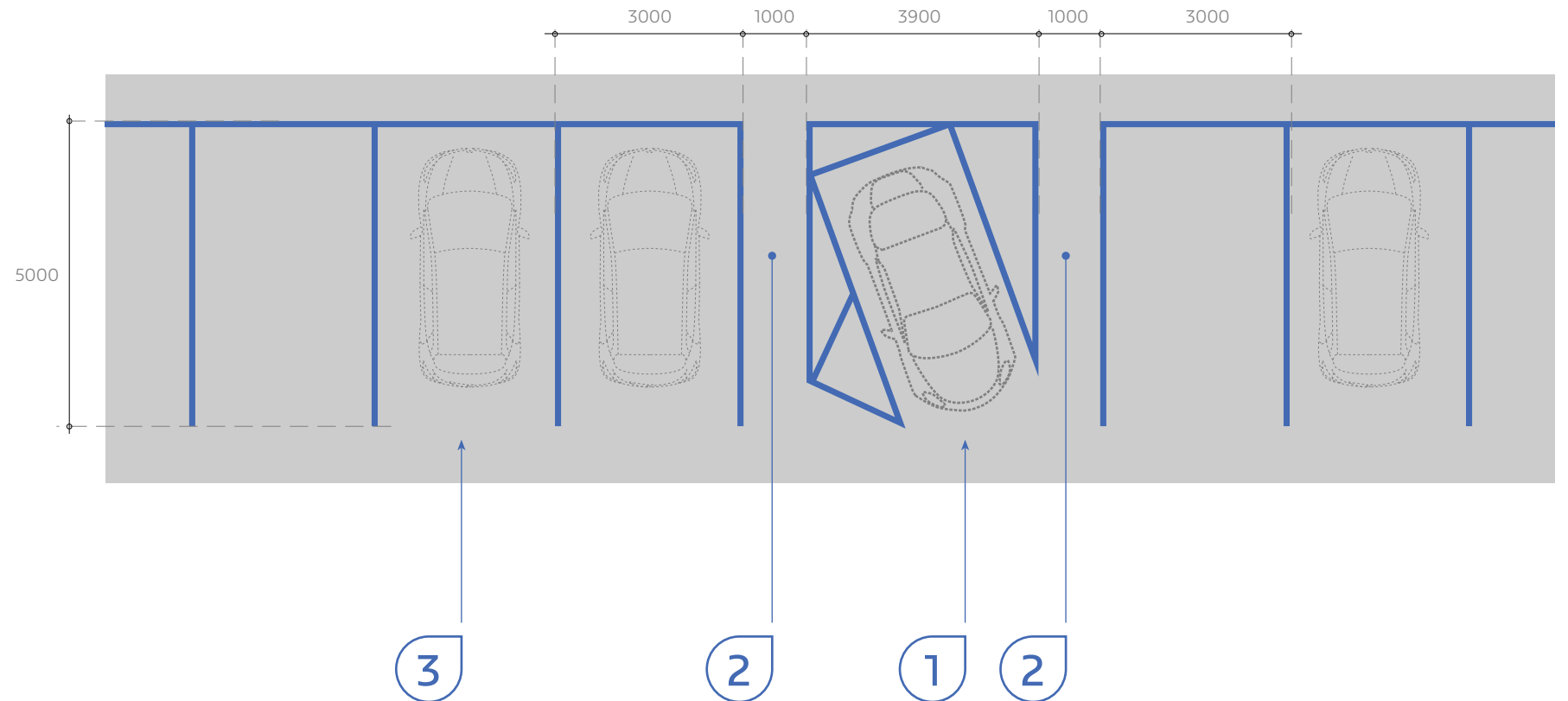


les parkings et la zone Essai

intégration en site Box séparée

Règles

- 1 La zone Essai est implantée face à la porte d'entrée du showroom Alpine.
- 2 La zone Essai est toujours séparée par une neutralisation de 1 m de largeur des autres places de parking.
- 3 Les places de parking des clients (tous Alpine) sont matérialisées par des lignes bleues. Elles ont une largeur de 3000 mm.



le totem de la zone Essai

cas particulier

Présentation

Lorsque le totem de 6,5 m ou l'enseigne Alpine ne peuvent être implantés, l'identification du site à la marque Alpine sera réalisée par un totem de 2,3 m positionné devant la zone Essai.

Cet élément est double face rétro-éclairé.

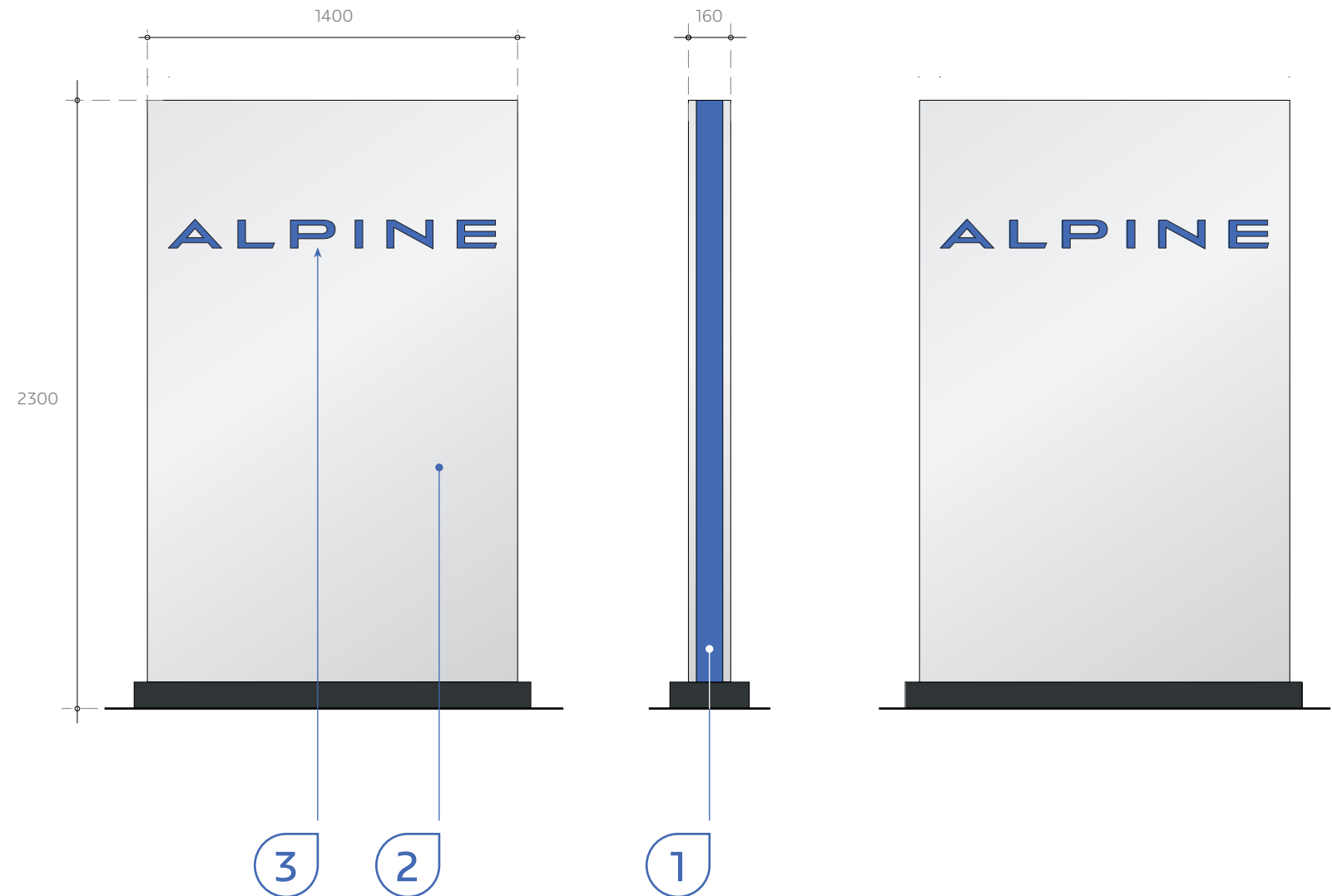
Ce totem est destiné à renforcer la visibilité de la marque Alpine lorsque la façade principale du showroom est peu ou pas visible depuis les abords du site.

Légende

- 1 Chant bleu non diffusant
- 2 Face en aluminium
- 3 Lettrage Alpine Blue & White diffusant

Fournisseur

Rousseau

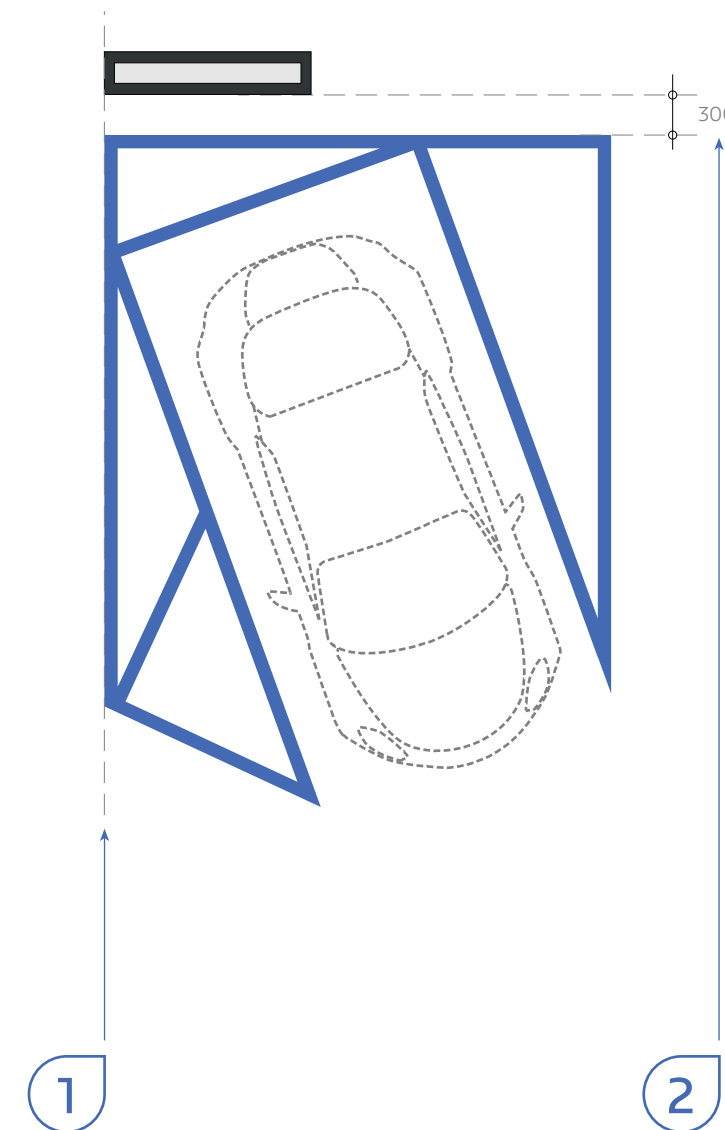
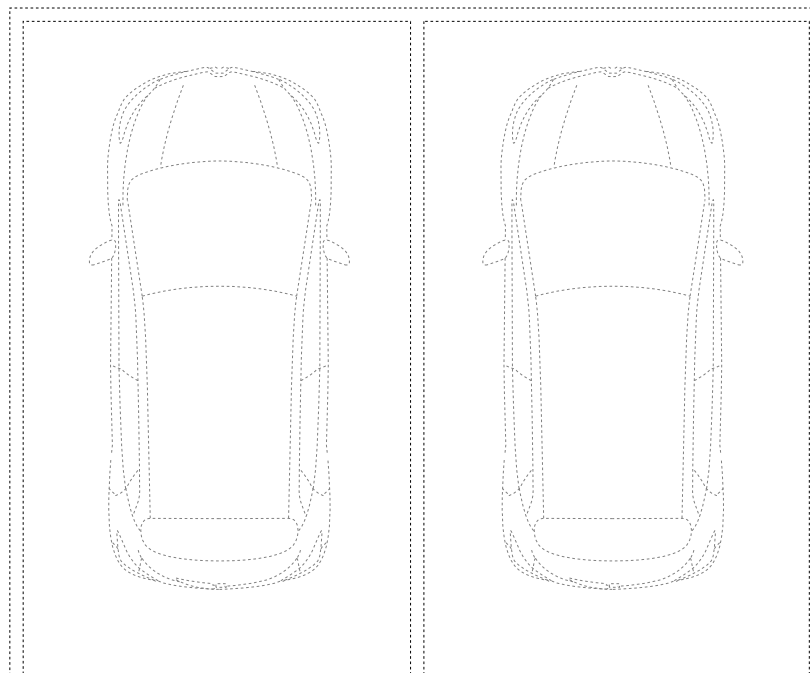


le totem de la zone Essai

implantation

Règles

- 1 Le totem est aligné sur la gauche du marquage de la zone Essai.
- 2 Le totem est positionné à 300 mm de la zone Essai.



les marquages de vitrine tracés

Présentation

Des marquages de vitrine réalisés en adhésifs blancs répondent à des obligations réglementaires :

- mise en évidence des parties vitrées,
- affichage des heures d'ouverture du showroom.

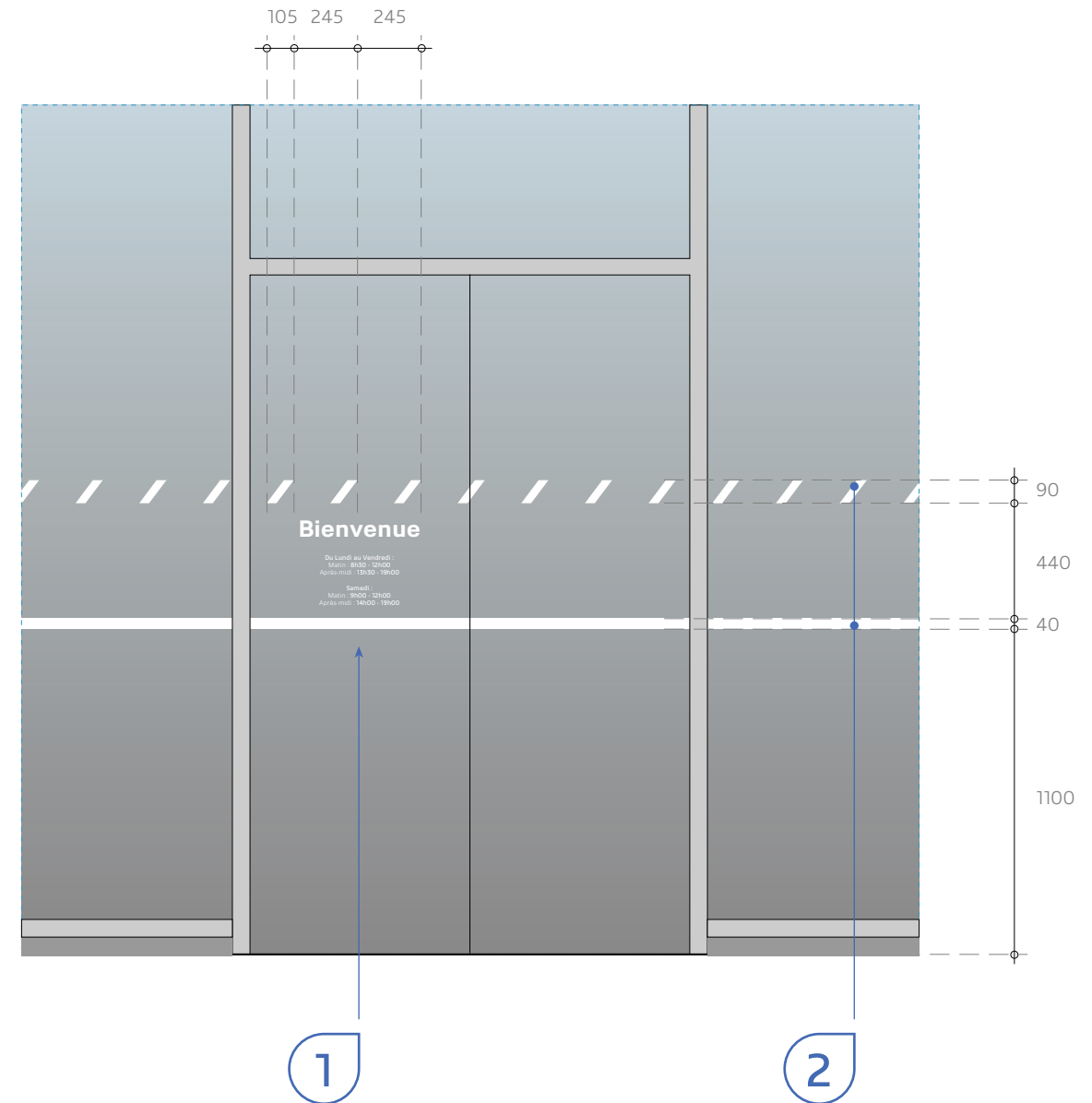
Le marquage adhésif "slash" doit toujours conserver l'orientation préconisée.

Légende

- 1 Marquage adhésif de vitrine
- 2 Marquage adhésif d'entrée

Fournisseur

A charge du concessionnaire, à commander auprès d'un fournisseur local.



les marquages de vitrine implantation

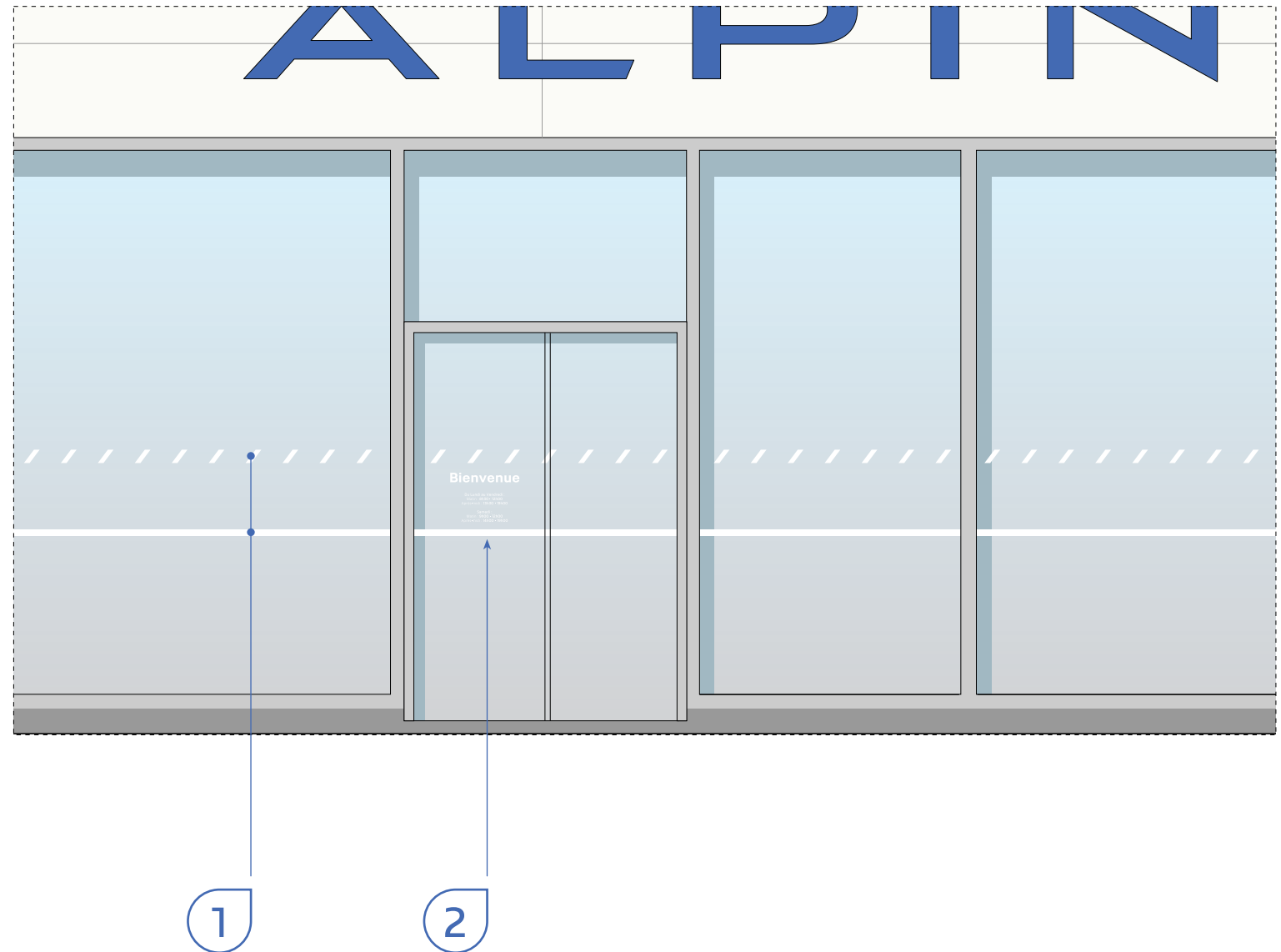
Règles

- 1 Toutes les parties vitrées du showroom Alpine reçoivent un marquage adhésif composé d'une ligne pleine de 40 mm et d'une ligne hachurée de 90 mm.

La ligne pleine est positionnée à 1100 mm du sol.

Les lignes couvrent également les portes d'entrée.

- 2 Les horaires d'ouverture sont affichés sur la porte d'entrée vitrée, de préférence sur la gauche de celle-ci.



10

le processus de déploiement

Pour revenir au sommaire général,
cliquer sur le bouton.



Définition

Le tableau ci-contre définit les termes utilisés dans la répartition des rôles des différents intervenants.

Le Concessionnaire

- > Concessionnaire de la marque Alpine ou son représentant, ayant un contrat de distribution avec la marque Alpine.

Maîtrise d'œuvre local

- > Architecte (ou entreprise) désigné(e) par le Client pour la réalisation de la coque selon les caractéristiques définies dans le Book Technique et conformément à l'APD.

Le coordinateur du déploiement, Rousseau

- > Assistance au Maître d'Œuvre et coordination du projet d'implantation avec reporting et agencements.
- > Fournisseur mobilier, enseignes, éclairage.

APS : Avant-Projet Sommaire

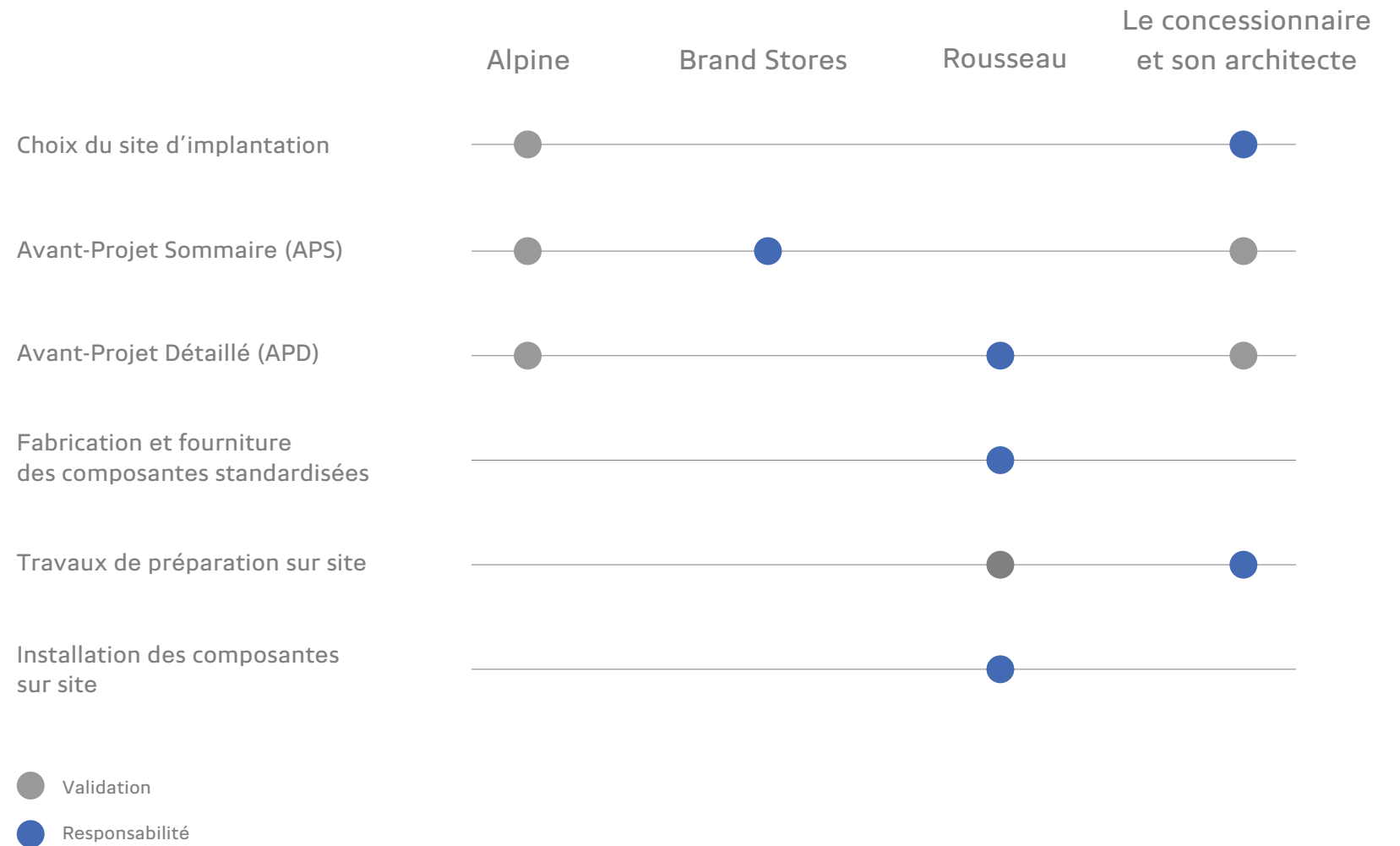
- > Projet de traitement de la façade et d'identification du point de vente.
- > Projet d'aménagement des espaces intérieurs réalisé sur la base des composantes standardisées.

APD : Avant-Projet Détaillé

- > Approfondissement de l'APS prenant en compte les spécificités techniques du point de vente.
- > Montage du budget du Lot Rousseau (hors prérequis et travaux préparatoires) et du planning du projet d'implantation.

Les rôles des intervenants

Le tableau ci-contre présente la répartition des responsabilités des intervenants selon les différentes phases d'un projet d'implantation.



Qui fait quoi ?

Le tableau ci-contre présente les différentes composantes et la répartition des responsabilités des intervenants en terme de fourniture et d'installation.

	Le concessionnaire et son architecte	Rousseau	Storever
Travaux préparatoires			
- Traitement des façades extérieures	●		
- Cloisons intérieures	●		
- Traitement des sols	●		
- Installation électrique et informatique	●		
- Installation audio et vidéo	●		
- Chauffage et climatisation	●		
- Sécurité incendie	●		
- Conformité ERP	●		
- Commande du matériel IT	●		
- Commande matériel vidéo et players			●
- Passages de câbles audio et vidéo	●		
- Commande et installation cafetière et réfrigérateur	●		
Aménagement			
- Enseignes extérieures		●	
- Enseignes intérieures		●	
- Visuel montagne		●	
- Installation hauts-parleurs		●	
- Mobilier d'accueil		●	
- Mobilier du merchandising		●	
- Eclairage		●	
- Plinthes		●	
- Présentoir prix		●	
- Installation Matériel IT	●		
- Installation matériel vidéo et players			●
- Commande des plateaux d'échantillons (via Survival)	●		
- Commande du merchandising (via Alpine)	●		

Processus général

Le tableau ci-contre présente les grandes phases du processus type d'implantation d'un showroom Alpine.

0 Identification de la zone dédiée Alpine (min. 100 m² et validation contractuelle avec Alpine)

1 Première visite sur site suite à un Avant-Projet Sommaire (APS)

- Vérification contrôle des métrages... et faisabilité.
 - Explicitation du book technique et process.
 - Finalisation du planning-type appliqué au site.
 - Rappel des autorisations à demander par la MOE locale.
-

2 Établissement d'un Avant Projet Détaillé (APD) avec devis

- Liste des prérequis pour le bâtiment.
 - Esquisse générale.
 - Devis des matériels et des prestations.
 - Planning du projet.
-

3 Commande signée par le Client

4 Coordination des travaux

- Visite de réception du bâtiment (ou de la "coque") et de vérification des prérequis.
- Accord ou émission des éventuelles réserves.
- Programmation de l'installation des matériels et des enseignes.
- Levées des éventuelles réserves sous 10 jours sur le Lot Rousseau.