



DACIA EVOLUTION



Sommaire

→ Les objectifs de Dacia Evolution

→ Les déclinaisons dans les 4 formats

- Le Corner Dacia - P9

- Le mur de Marque
- L'après-vente
- La livraison
- L'exposition VN

- Le showroom dédié - P20

- Le mur de Marque
- Les murs
- Le bureau vendeur
- L'espace convivialité
- Le teintier
- La cloison séparative Dacia
- L'après-vente
- La livraison
- L'exposition VN
- L'éclairage

- La Dacia Box - P56

- Le mur de Marque
- Les murs
- Le bureau vendeur
- L'espace convivialité
- Le teintier
- L'après-vente
- La livraison
- L'exposition VN
- L'éclairage

- Le showroom multimarques - P86

- Le mur de Marque
- Les murs
- Le bureau vendeur
- L'espace convivialité
- Le teintier
- L'après-vente
- La livraison
- L'exposition VN
- L'éclairage



Bonne découverte!

Les objectifs de Dacia Evolution

Repenser le showroom Dacia avec 3 objectifs :

- › Renforcer la Marque Dacia
- › Créer un environnement qui valorise la communauté Dacia
- › Mettre en avant le commerce dans le showroom Dacia en mettant en avant la gamme, les accessoires et les services.

Généreux
Simple
Honnête
Esprit libre
Rassurant
Plus pour moins

Un concept qui résume le phénomène Dacia :

BREAK THE RULES !

- › Créer un lieu efficace et marchand
- › Simplifier le parcours client dans le showroom
- › Rendre l'offre plus accessible et susciter l'envie.



Les objectifs de Dacia Evolution

Un parcours client pédagogique et efficace

Une organisation et une hiérarchisation des messages en fonction des espaces disponibles.

Un traitement graphique simple et évident

Visibles par tous, le graphisme permet au point de vente d'être plus attractif et aux messages de susciter l'envie.

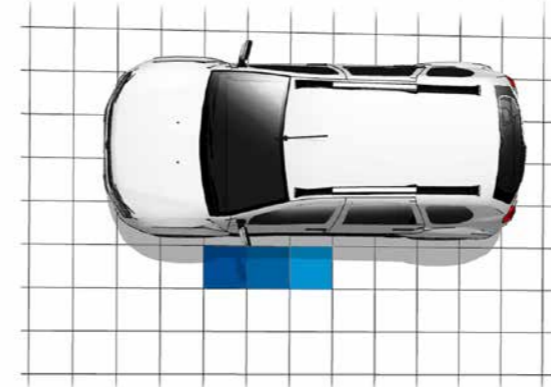
Un univers coloriel corporate et joyeux

Toutes les couleurs Dacia sont utilisées pour créer un environnement chaleureux, simple et efficace. Le bleu de la Marque est présent, les couleurs pétillantes apportent une touche de chaleur et de convivialité.

Des messages sur-dimensionnés : généreux et visible

La taille des messages sur les murs contribue au repérage et facilite leur compréhension. Ils attirent le regard et suscitent l'intérêt. Pour le conseiller commercial, ce dispositif peut permettre d'engager la discussion avec le client.

Services Accessoires Financements



1 DACIA PACK MALIN

POUR CHANGER SA DACIA
TOUS LES 4 ANS,
SANS SOUCIS DE REVENTE.

Offres et tarifs soumis à conditions.
Suivant acceptation des dossiers
par l'organisme de financements.
Données non contractuelles.



Bienvenue
dans le monde Dacia

Le concept est constitué de codes visuels distincts, simples et visibles.

La Convivialité :

Un espace café est présent pour partager un moment, échanger avec un client.



Les Financements :

L'offre Financements est présente à proximité du bureau vendeur.



Les Services :

Pour mettre en avant l'offre, 4 Services phares sont proposés.



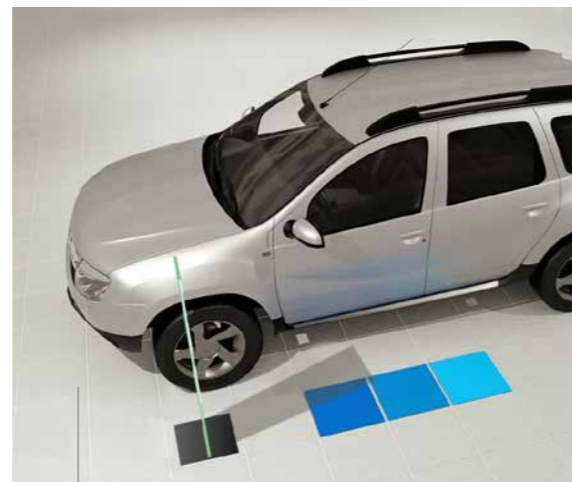
La Marque :

Pour entrer dans l'univers de Marque Dacia, un mural reprend les codes couleurs de la Marque et met en avant la communauté Dacia.



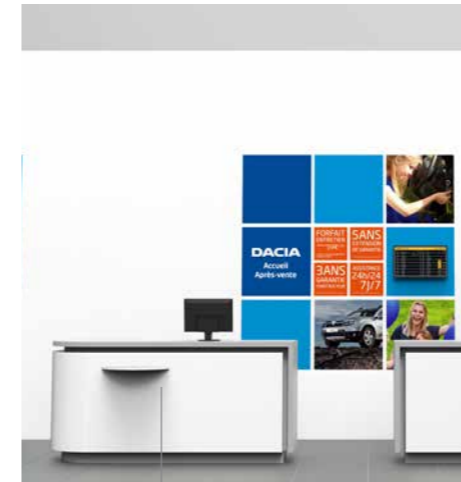
Les Accessoires :

Pour vendre plus, un mobilier bleu présente l'offre Accessoires Dacia.



La Gamme :

Pour organiser l'exposition, un marquage au sol est présent à proximité de chaque véhicule.



Le service après-vente :

Pour valoriser et structurer l'après-vente, un visuel reprenant les codes de la Marque est implanté derrière le comptoir d'accueil après-vente.

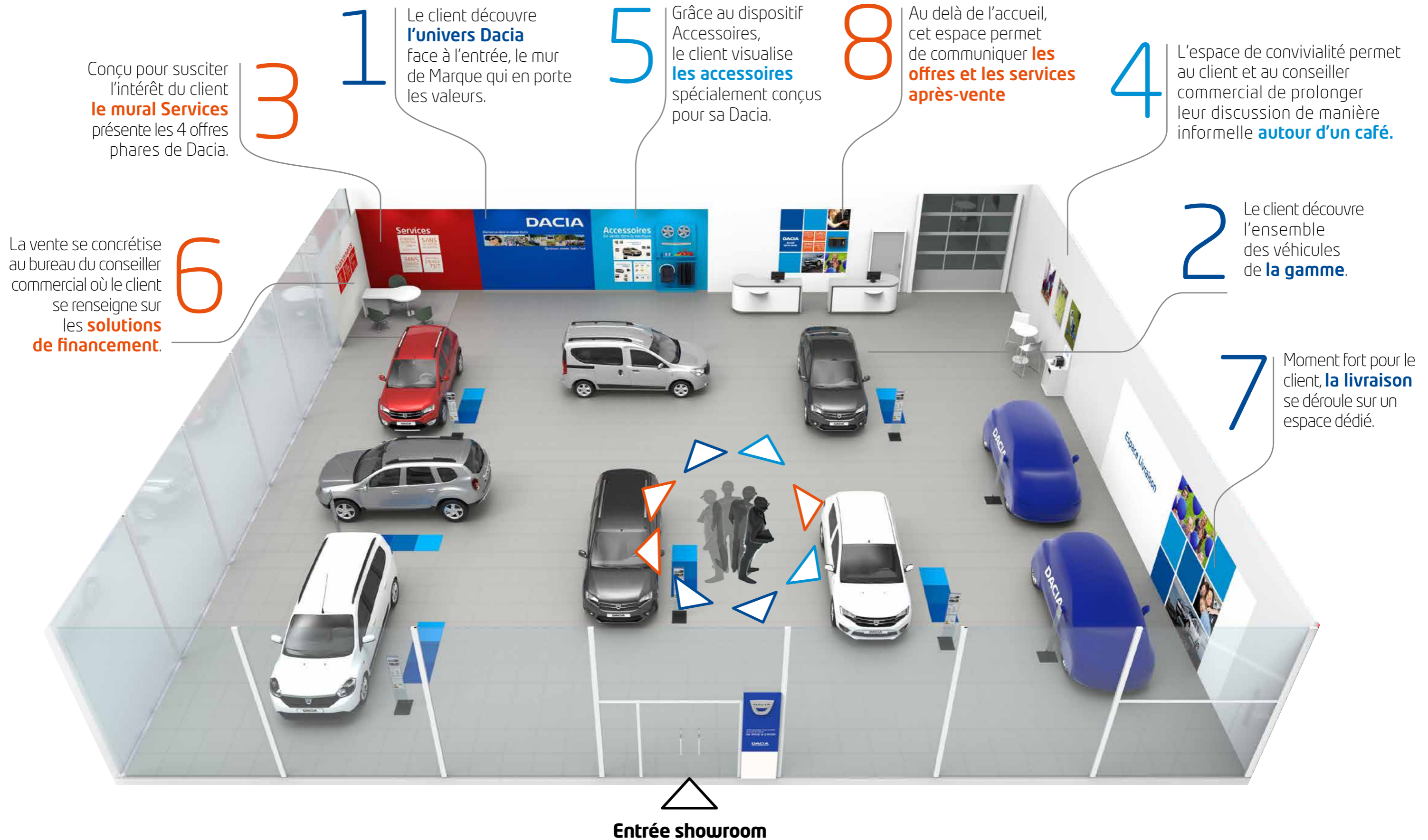


La livraison :

Le moment le plus important pour le client. La mise en main doit se faire dans un univers exprimant les valeurs de la Marque.

Principes généraux

Le client au cœur du dispositif



Principes généraux - Les composantes



Mur de Marque autoportant



Mur de Marque
• 3 formats



Mur des accessoires
• 3 formats



Mur des services
• 2 formats



Mur des financements
• 2 formats



Bureau vendeur



Teintier



Fresque



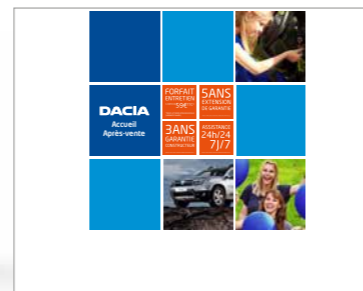
Espace convivialité



Marquage au sol



Accueil après-vente
• Totem
• 3 formats



Mur de livraison
• 3 formats

Les 4 déclinaisons de showroom

Les 4 formats du showroom

Le Corner Dacia



Le showroom dédié



La Dacia Box



Le showroom multimarques



Identifier la Marque Dacia

Les caractéristiques du format :

- › Une entrée commune Renault/Dacia,
- › Pas de séparation entre les 2 expositions,
- › Pas de bureau vendeur dédié Dacia,
- › Carrelage gris du showroom Renault,
- › Maximum 2 véhicules Dacia exposés.

Les points de contact :

- › ① Mur de Marque Dacia
ou une PLV mur de Marque 2x2 Dacia,
- › ② Accueil service après-vente partagé
Totem après-vente spécifique Dacia,
- › ③ Véhicule Dacia livré avec sa housse.

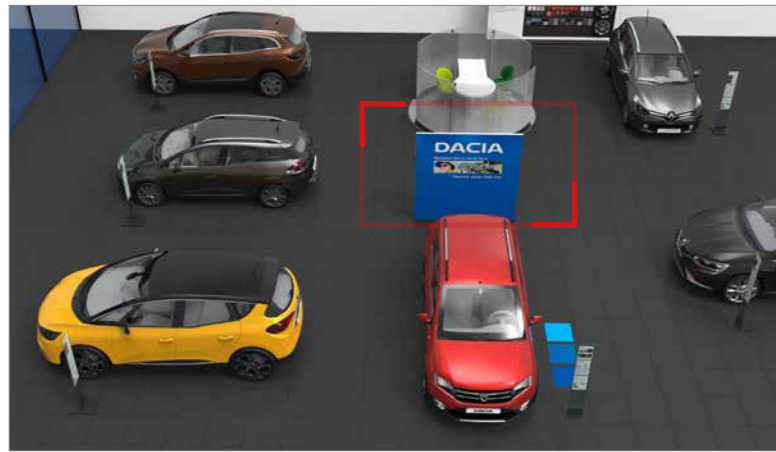


La vente

- > ① Mur de Marque Dacia
3 formats sont disponibles en fonction de la surface murale et du nombre de véhicules exposés (2 maximum).
- > ② Mur de Marque autoportant 2x2 Dacia
à privilégier pour identifier la zone d'exposition lorsque la surface murale ne doit pas être disponible.



Le Corner - Le mur de Marque 2x2



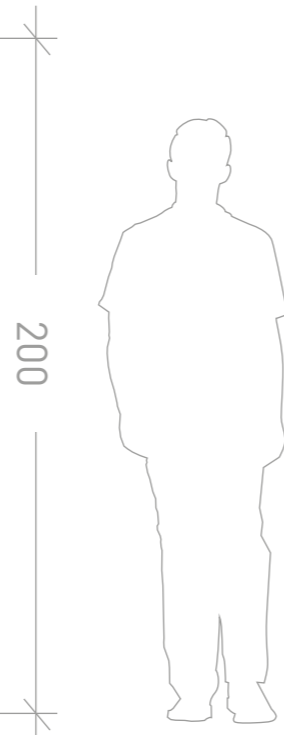
Découverte de l'univers Dacia :

Dans un showroom Renault, en cas d'espace restreint, on exposera un véhicule avec un mur autoportant de 2m x 2m.

Si la visibilité est importante dans le flux client, ce mur sera à l'identique, au recto et au verso.



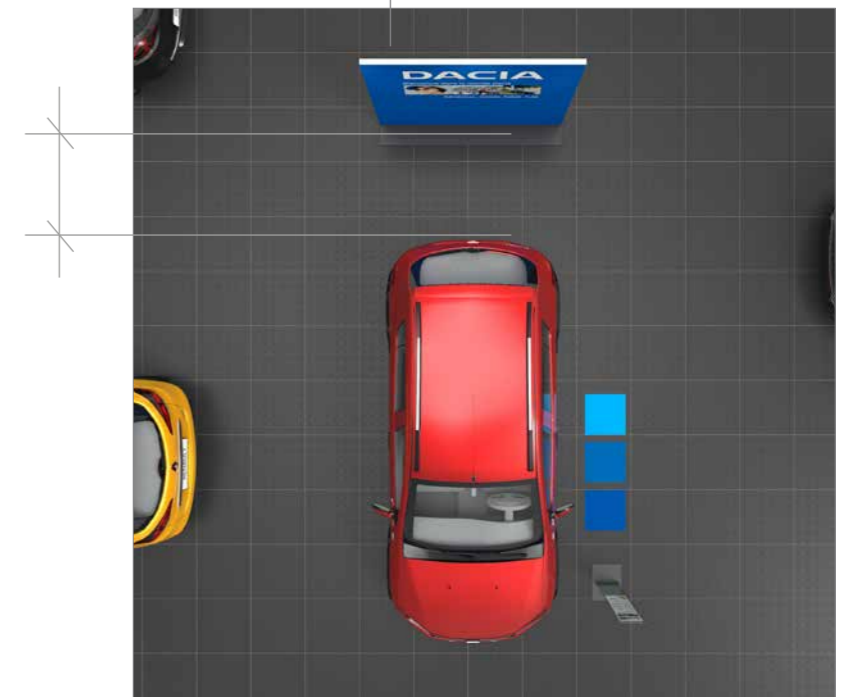
Recto / et Verso

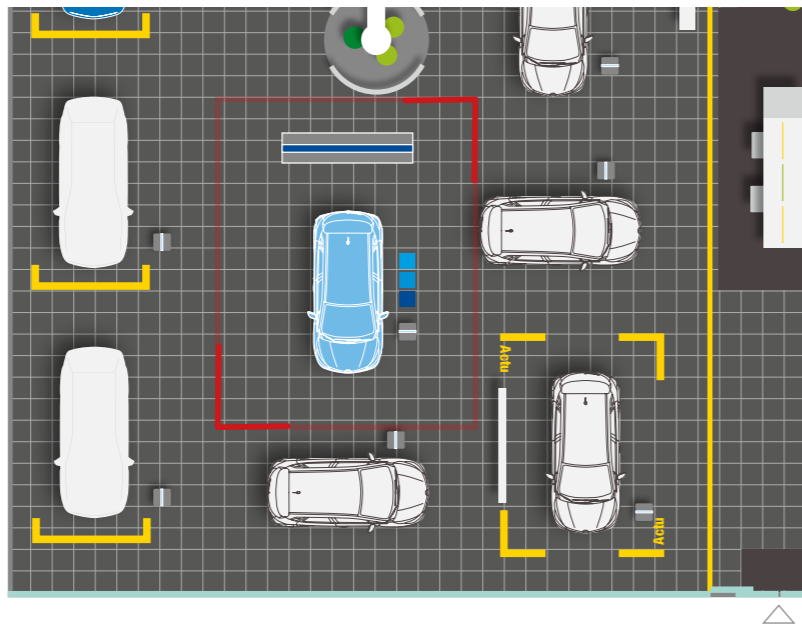


ou verso

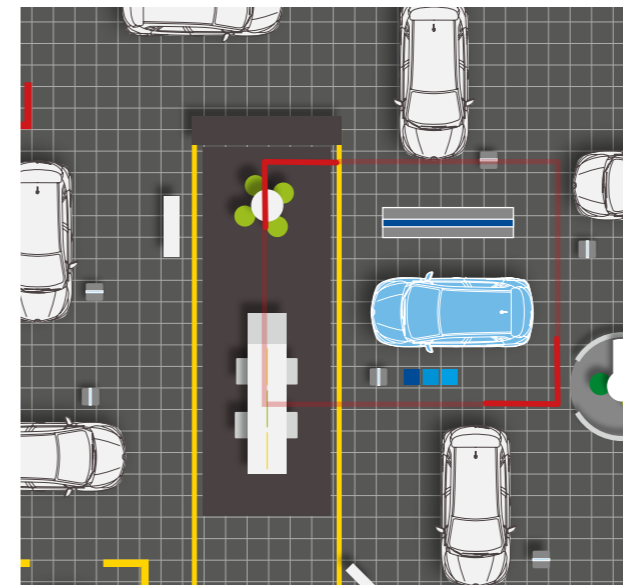
Le dos du mur est traité différemment en fonction de sa visibilité et du flux clients. Fond bleu ou visuel du recto.

Le mur autoportant est disposé à l'arrière du véhicule exposé. Un espace est nécessaire pour permettre l'ouverture du coffre.



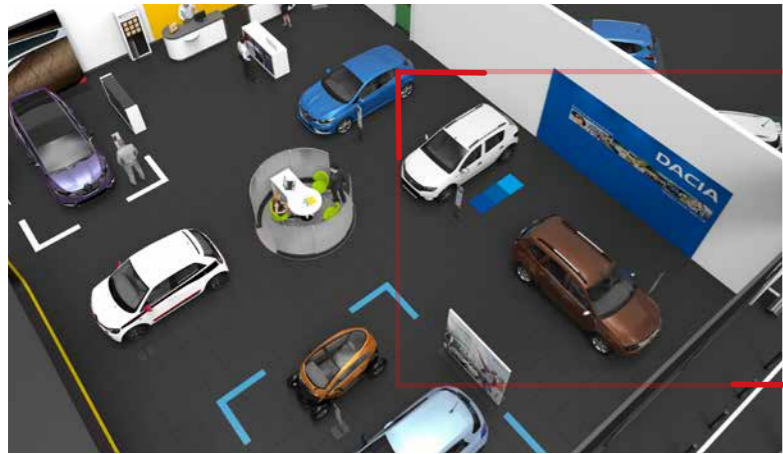


😊 Positionnement au milieu du showroom Renault : le véhicule exposé avec le mur autoportant est indentifiable dès l'entrée du showroom.



😞 Le véhicule ne doit pas être exposé à proximité de la canopée et du lounge Renault.

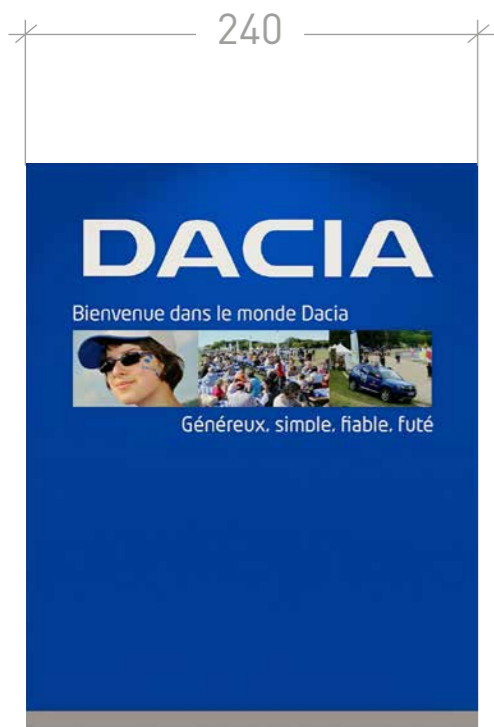
Le Corner - Le mur de Marque



Découverte de l'univers Dacia :

Un mural reprend les codes couleurs de la Marque Dacia et son contenu.

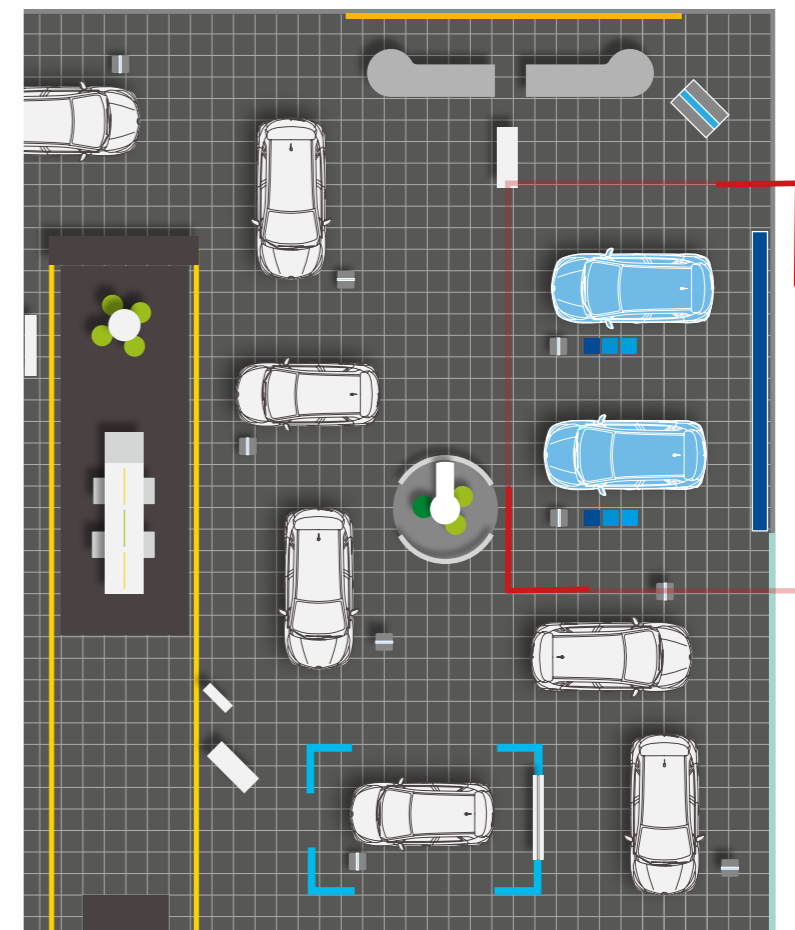
Deux formats de mural sont possibles pour l'intégration dans le showroom Renault.



Option minimale
2,4 x 3 m



Option intermédiaire
3,8 x 3 m



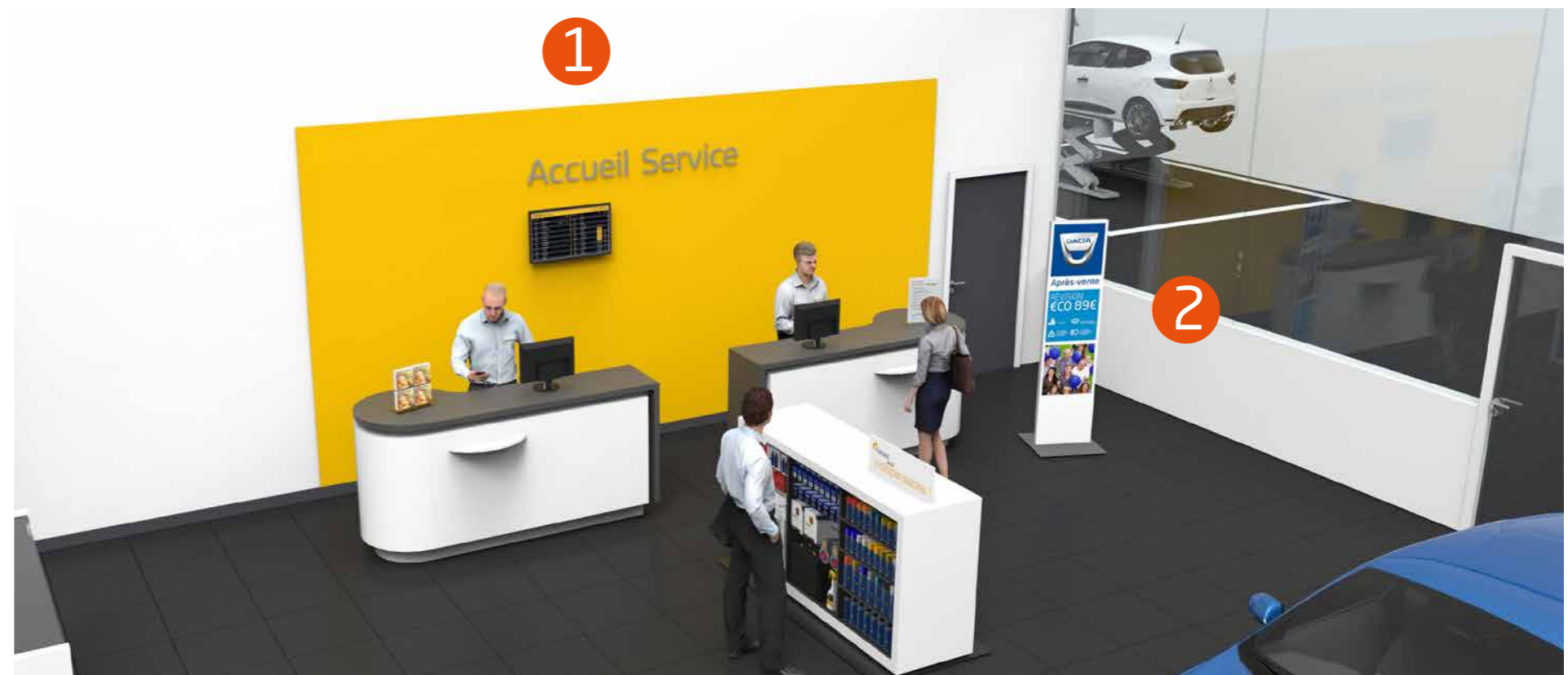
Dans le showroom Renault, le mural Dacia est éloigné des zones thématiques, de la canopée et du mur de livraison ou du mur jaune de l'Accueil Service.



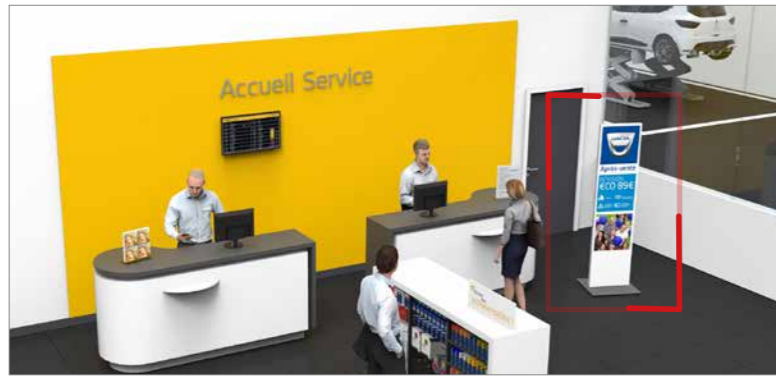
L'accueil après-vente

Le service après-vente Dacia est identifié à l'Accueil Service Renault par un totem aux couleurs de la Marque. C'est également un support promotionnel ou d'offres lié à l'après-vente.

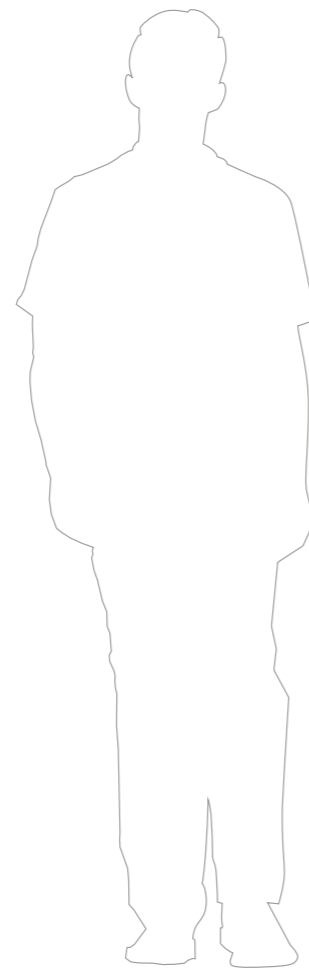
- ① Accueil Service après-vente partagé
- ② Totem après-vente spécifique Dacia



Le Corner - Le totem APV



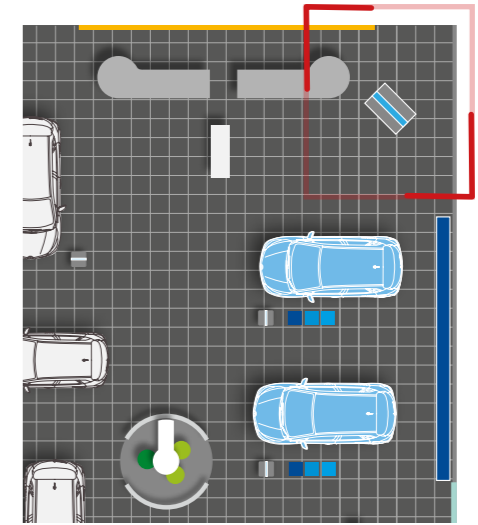
Le totem après-vente est placé proche du comptoir Accueil Service Renault. Selon son emplacement, les informations du totem peuvent être lisibles au recto comme au verso. Lorsque le verso ne doit pas être visible, il est blanc. Sa taille est de 50 x 200 cm.



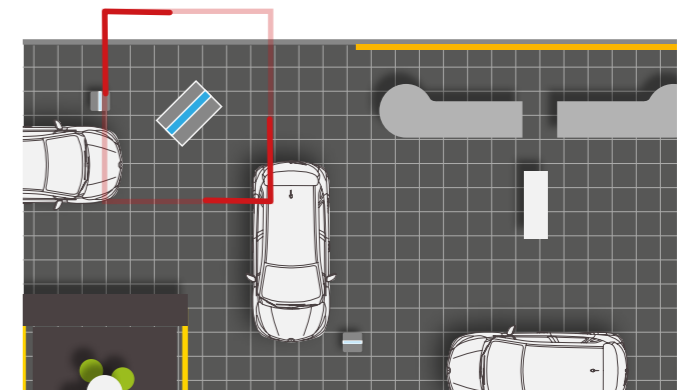
Le verso est neutre ou similaire au recto



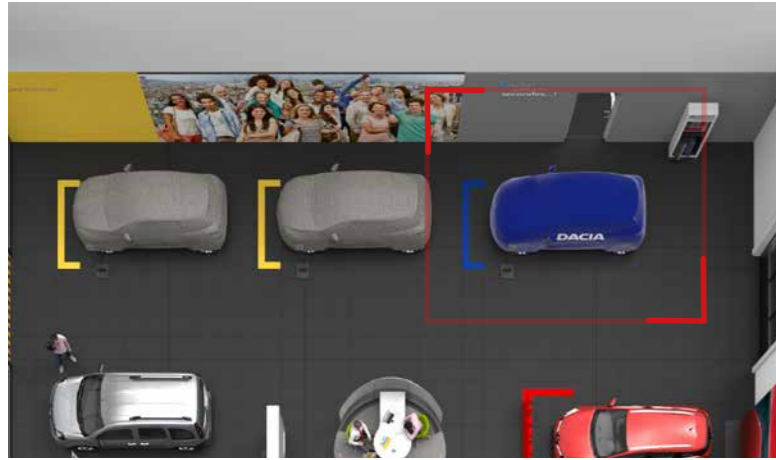
Surface dédiée à la communication publicitaire et mis à jour par les directions marketing pays.



😊 Le totem APV est disposé à proximité du comptoir APV, de préférence à 45°.



😞 Le totem APV ne doit pas être éloigné du comptoir après-vente.



La livraison

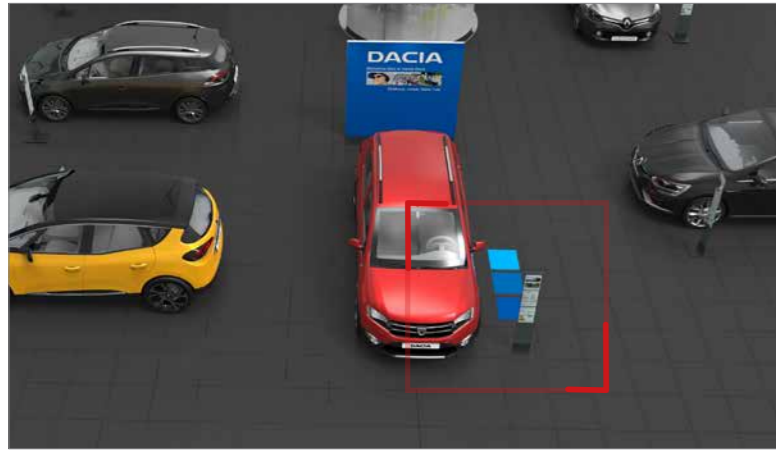
Le véhicule Dacia est livré avec sa housse. Il est placé à la suite des véhicules livrés pour Renault. Il est placé dans l'espace de Renault. Il est déconseillé de positionner le véhicule Dacia devant le mur jaune ou la fresque Renault.



Synthèse



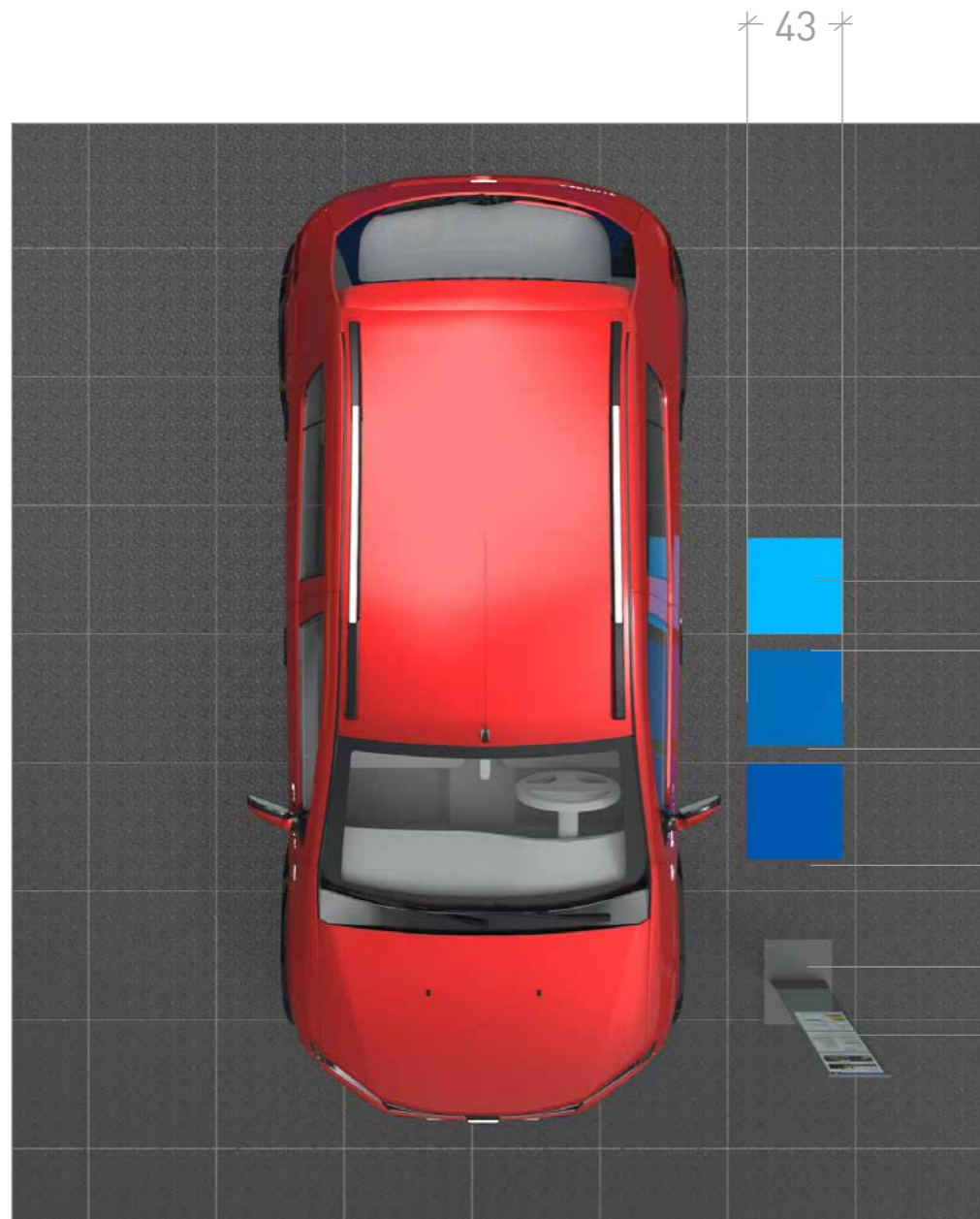
● Présence préconisée dans le showroom



Pour affirmer l'identité Dacia :

Les pastilles permettent d'exposer le véhicule toujours au bon endroit.

L'éclairage directionnel peut être réglé au mieux pour valoriser les véhicules.



Détail pastille
Les pastilles sont toujours positionnées du côté conducteur.

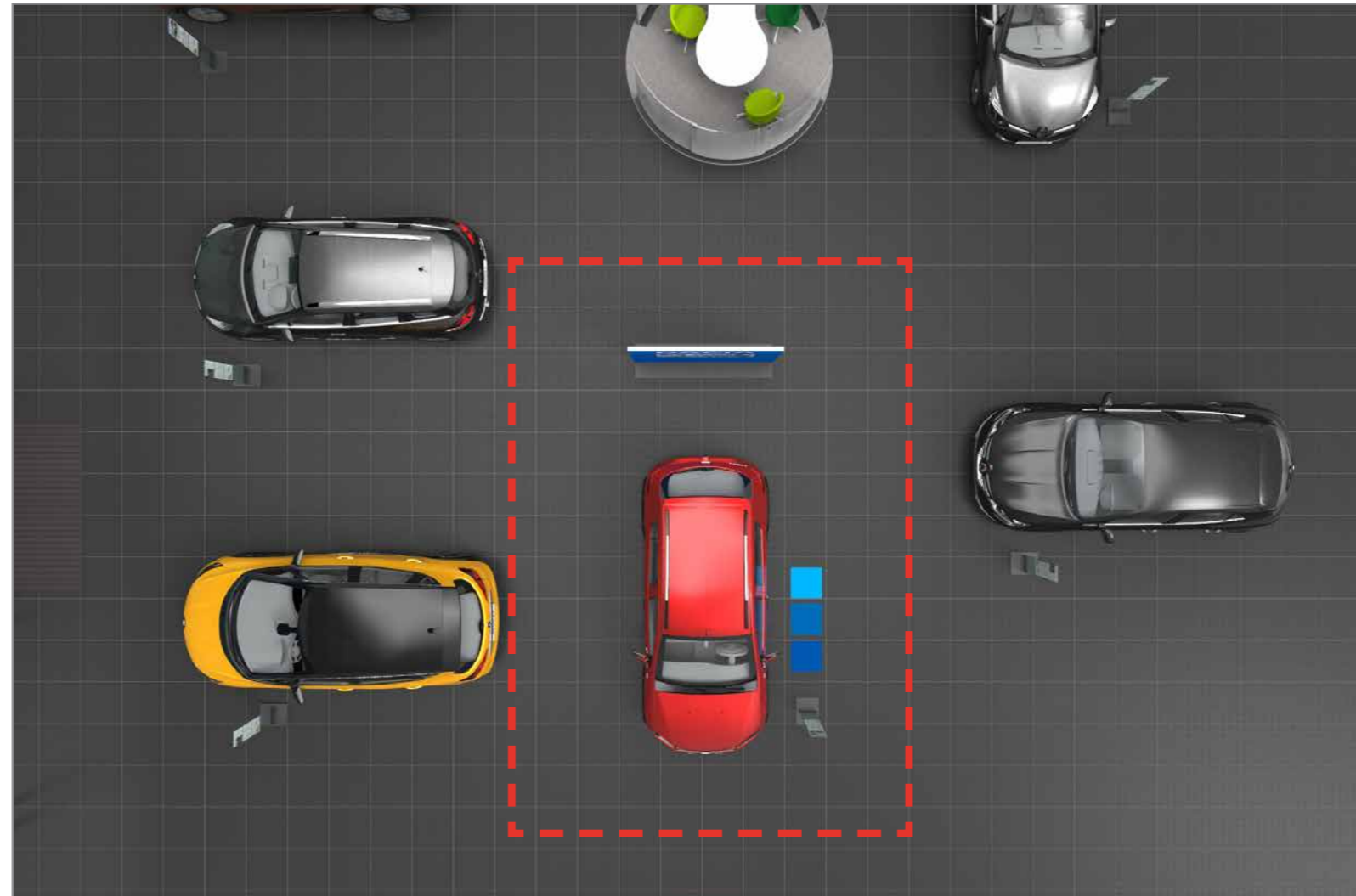
Dans un Corner Dacia implanté dans un showroom Renault, les pastilles conservent leurs dimensions.

Le présentoir prix est disposé à 45 cm devant la pastille bleue foncée, lisible par le client.



Règle d'orthogonalité :

Les véhicules sont exposés de manière orthogonale suivant la trame du carrelage. Chaque véhicule doit disposer d'une surface minimum de 30 m².



30 m²

Le showroom dédié

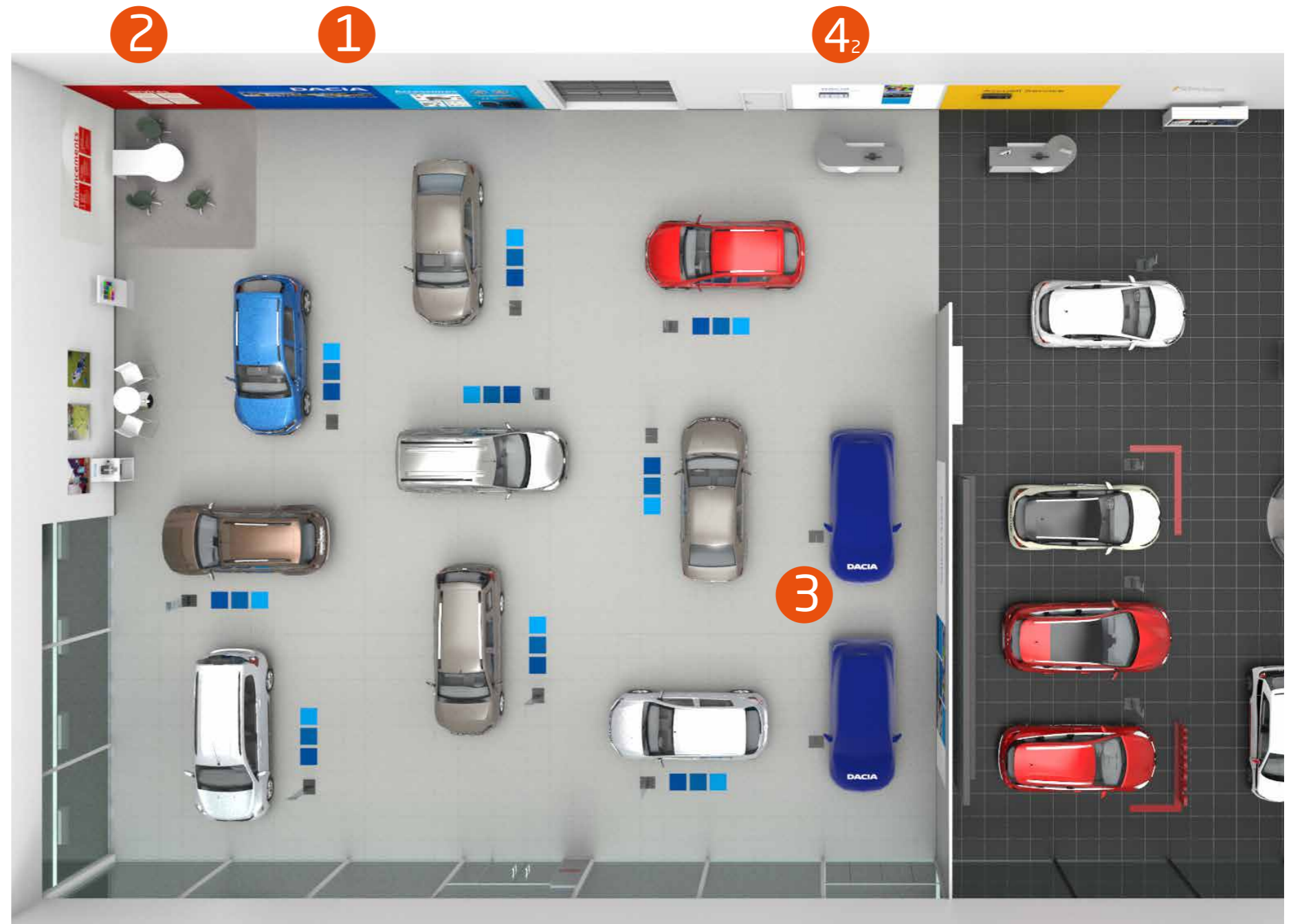
Le format pour cohabiter avec un showroom Renault

Les caractéristiques :

- > Une entrée dédiée,
- > Une séparation minimum de 60%, de la longueur entre les deux showrooms,
- > - Un carrelage gris clair Dacia,
- Un carrelage gris foncé sur dérogation, de Brand Stores.

Les points de contact :

- > ① Mur de Marque / Services / Financements,
- > ② Des bureaux vendeurs dédiés Dacia,
- > ③ La Livraison,
- > ④ L'Accueil APV partagé avec Renault :
 - 4₁ - soit à l'Accueil Service Renault avec totem Dacia après-vente,
 - 4₂ - soit avec un comptoir après-vente spécifique Dacia avec écran spécifique et visuel Dacia (illustration).

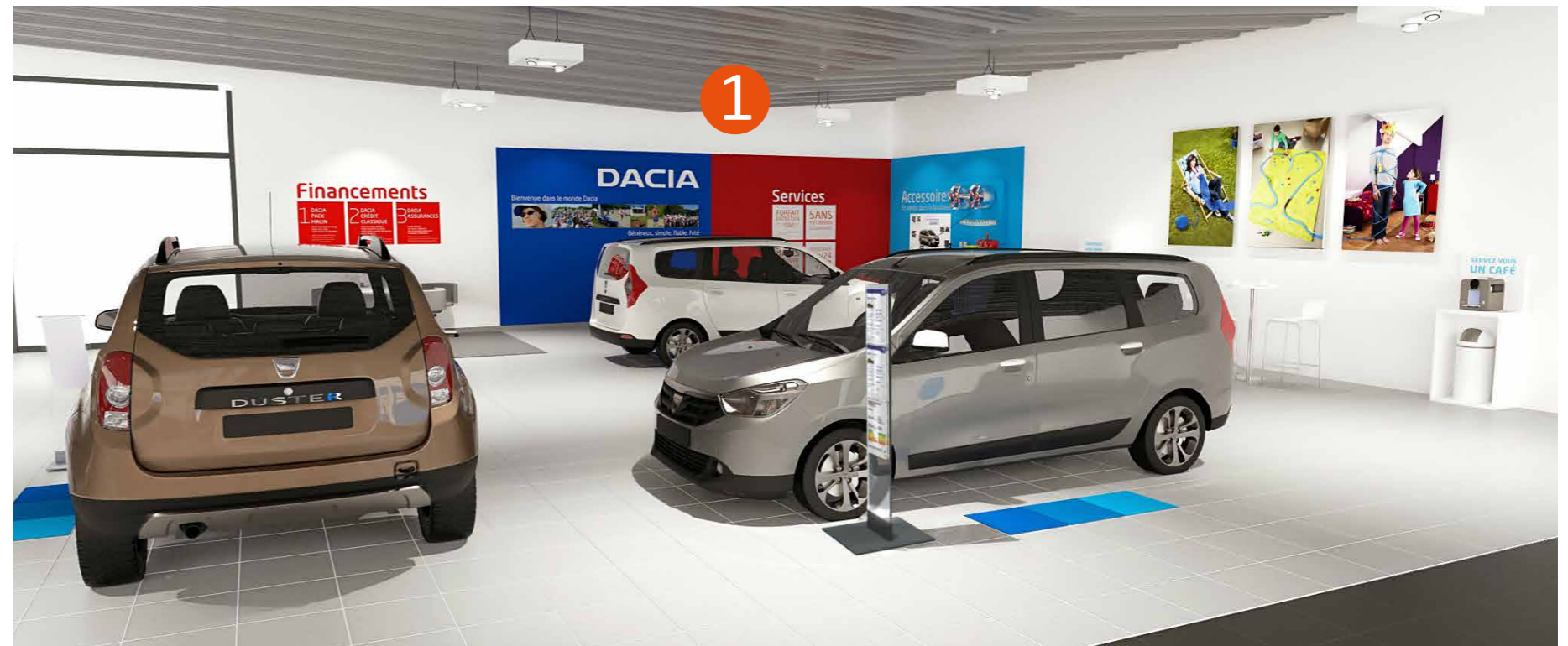


Le showroom dédié - La vente



La vente

- 1 Mur de Marque
Services
Financements
Accessoires
- 2 Des bureaux vendeurs dédiés Dacia
- 3 Les fresques corporate (ou pays) Dacia peuvent être utilisées associées à l'espace convivialité si la surface disponible le permet.



Le showroom dédié - Le mur de Marque



Découverte de l'univers Dacia :

Le mural reprend les codes couleurs de la Marque et son contenu.

Il se décline en trois formats selon l'espace disponible et la composition préconisée.

Il est idéalement placé face à l'entrée, entre le mur des Services et celui des Accessoires.

N.B. Les muraux sont juxtaposés :

Les mises en peinture des murs thématiques sont réalisés sans séparations ou zones de neutralité.



Mur intégral
6 x 3 m

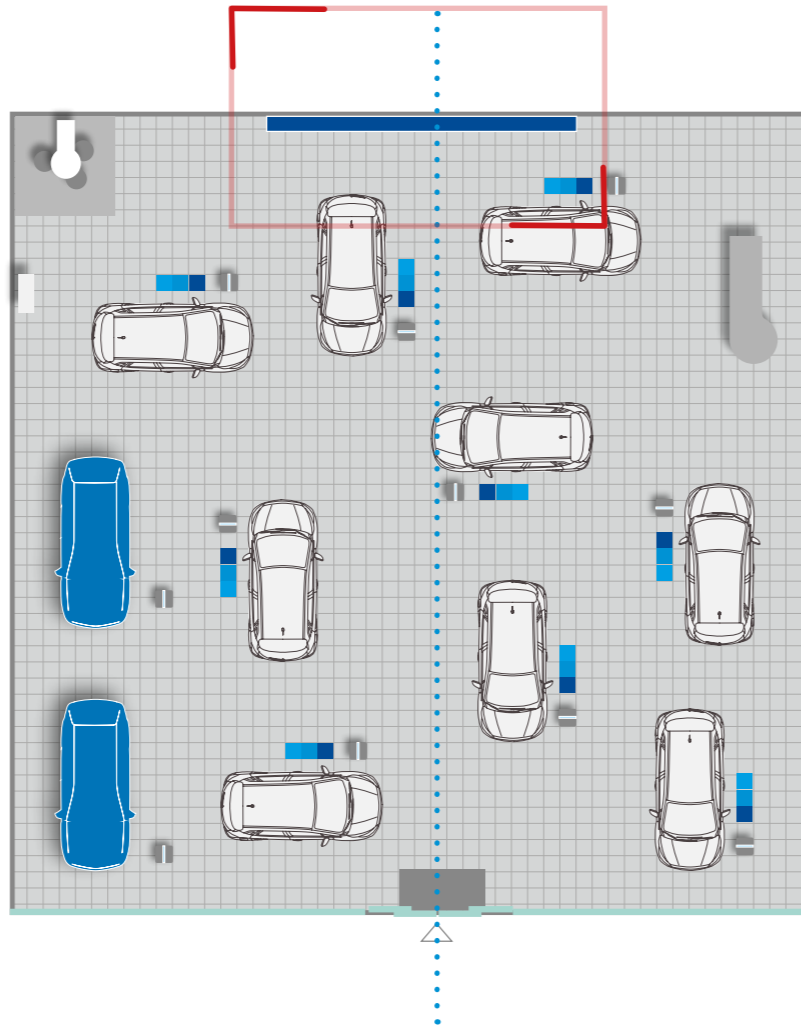


Option intermédiaire
3,8 x 3 m

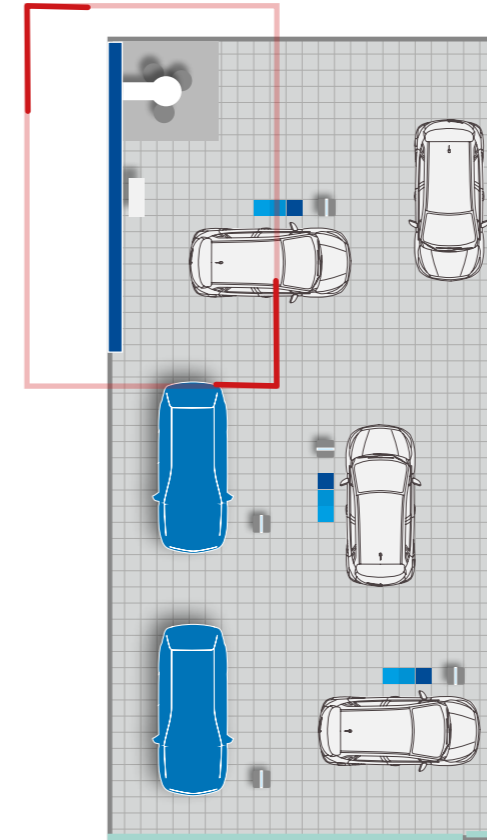


Option minimale
2,4 x 3 m

Le showroom dédié - Le mur de Marque



😊 Le mur de Marque est idéalement placé dans l'axe de l'entrée au milieu du showroom.



☹ Le mur de Marque ne doit jamais prolonger l'aire de livraison ou être associé à un bureau vendeur.

Le showroom dédié - Les Accessoires



Accessibilité et choix des accessoires sur mesure :

Pour vendre davantage, un mural bleu clair porte le message Accessoires et présente l'offre Accessoires Dacia.

Différentes configurations sont possibles en fonction de l'espace disponible et de l'assemblage retenu.

L'offre Accessoires Dacia est mise en lumière dans le showroom.

Les plans merchandising sont indiqués dans le cahier des charges technique.



Type 1

Meuble autoportant 2 modules +
marquages adhésifs.
5 x 3 m



Type 2

Meuble autoportant 1 module +
marquages adhésifs + visuels
5 x 3 m



Type 3

Marquages adhésifs + visuels
5 x 3 m

Les muraux sont juxtaposés :

Les mises en peinture des murs
thématiques sont réalisées sans
séparations ou zones de neutralité.

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

Le showroom dédié - Les Accessoires - Type 1

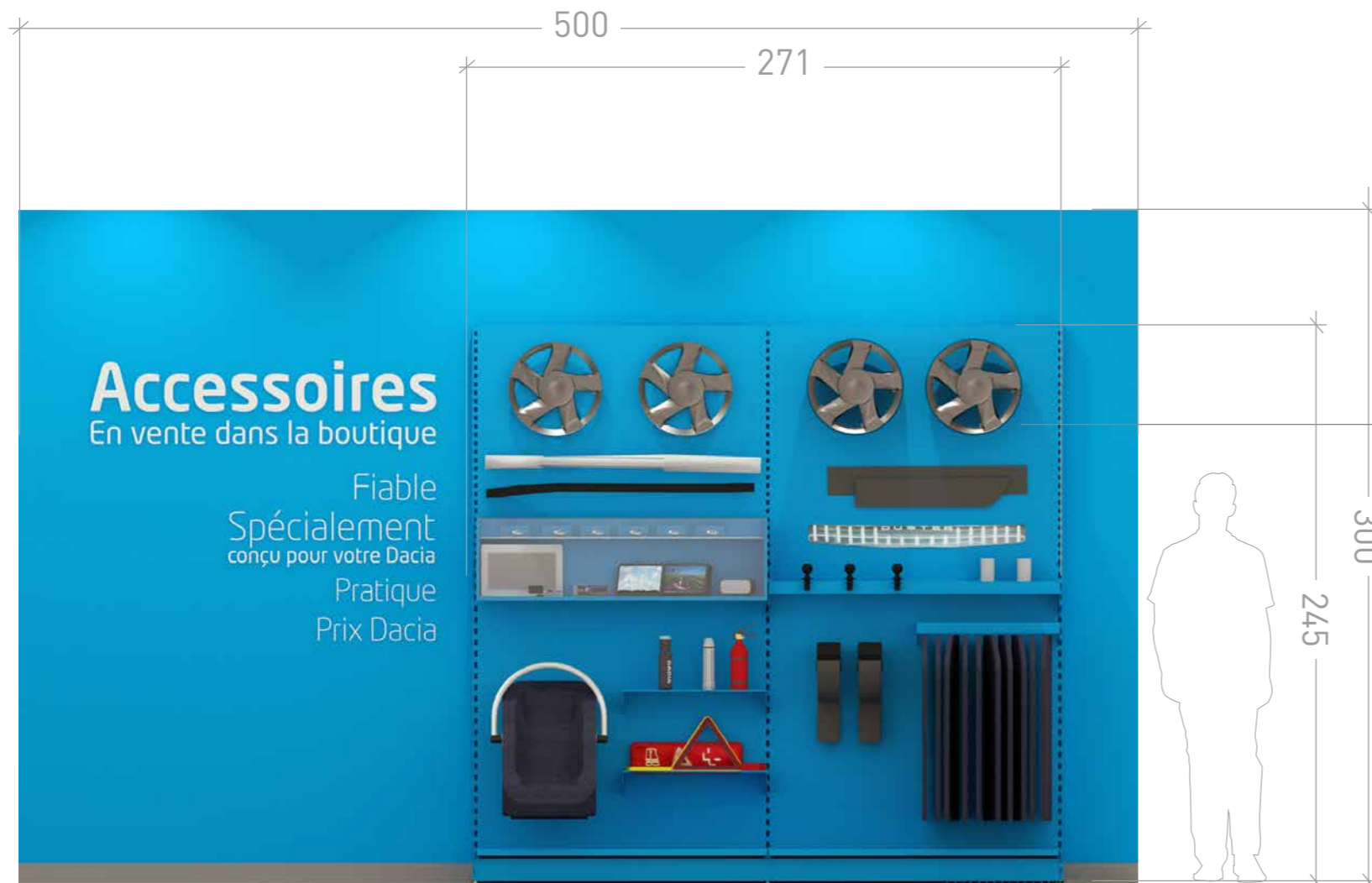


Accessibilité et choix des accessoires sur-mesure :

Type 1 : Une présentation des accessoires physiques.

Le choix des accessoires est à définir par le pays en fonction des recommandations de la Direction Après Vente.

Le meuble autoportant est toujours implanté devant le mur mis en peinture et accompagné des marquages adhésifs.

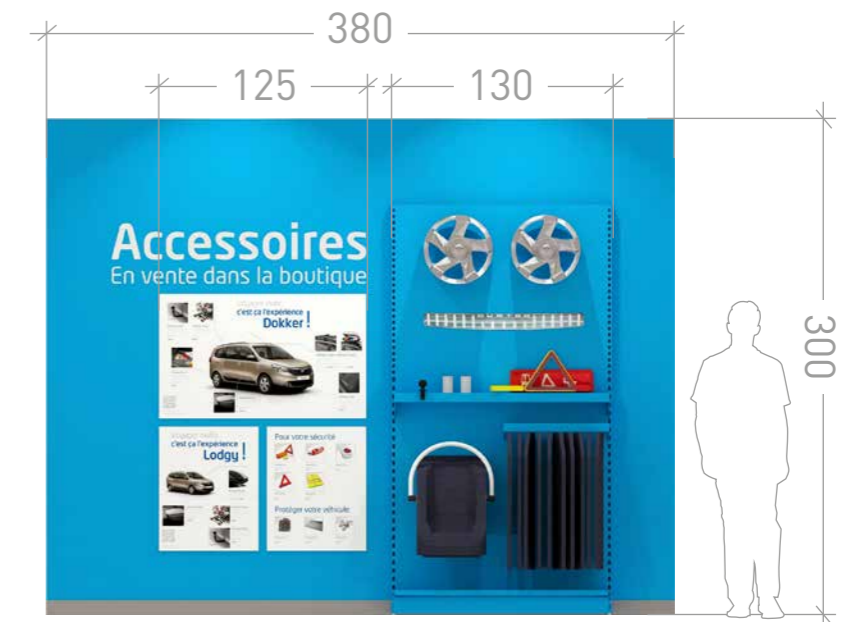


Détail meuble Accessoires :
Meuble autoportant en acier laqué bleu clair à crémaillères.

Le showroom dédié - Les Accessoires - Type 2



Accessibilité et choix des accessoires :
Type 2 : Une variante de la typologie 1, un mixte entre accessoires et visuels.



Option intermédiaire

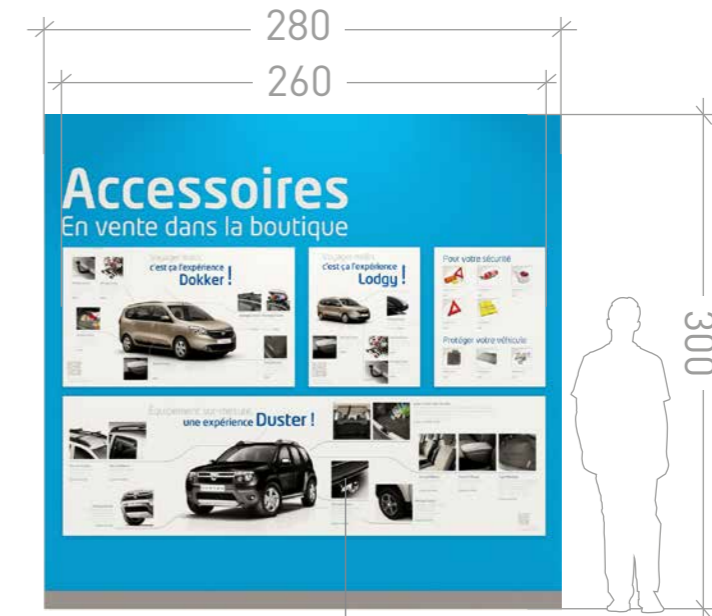
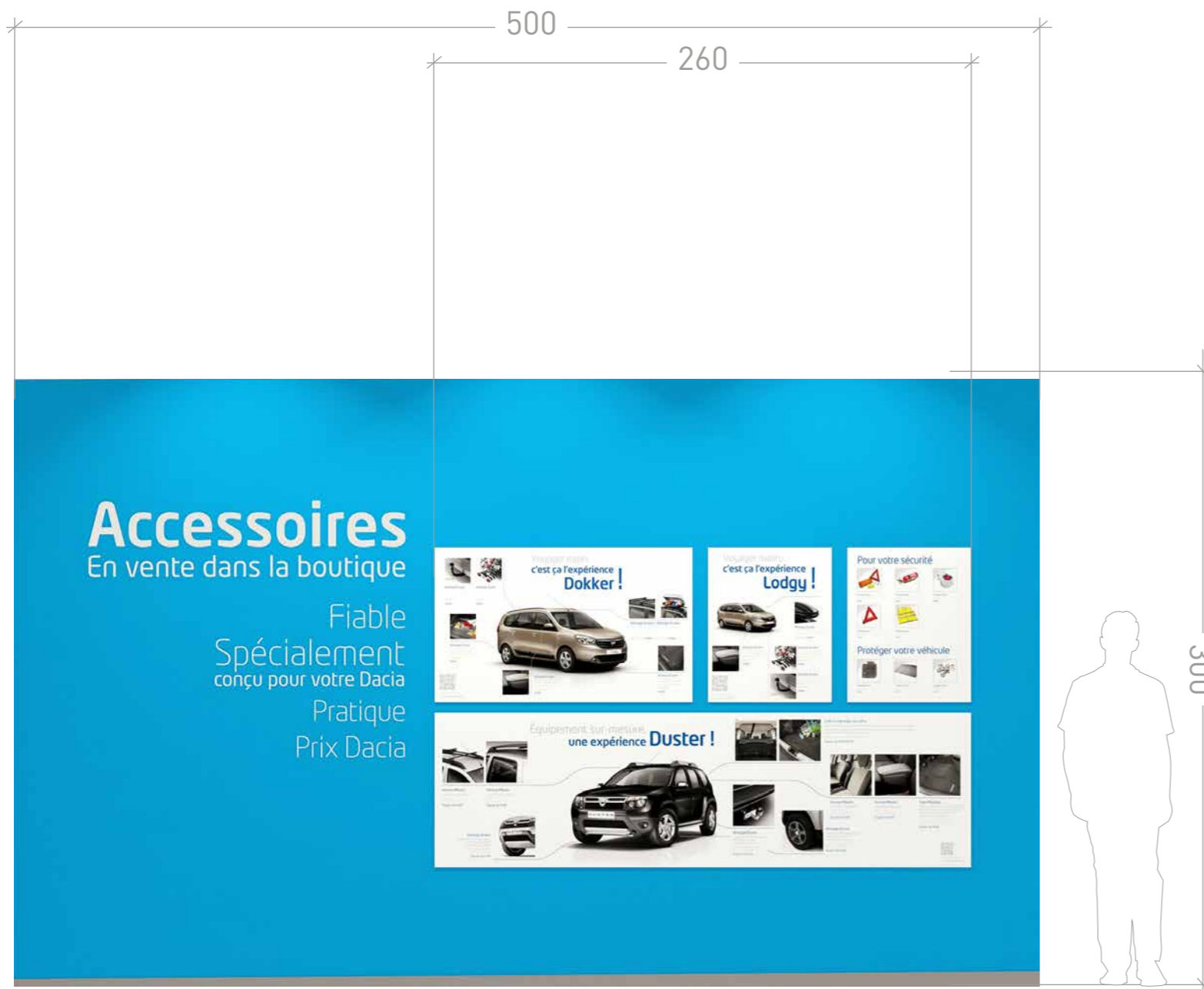
N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

Le showroom dédié - Les Accessoires - Type 3



Accessibilité et choix des accessoires :

Type 3 : Une option 100% visuelle est possible pour mettre en avant les accessoires.



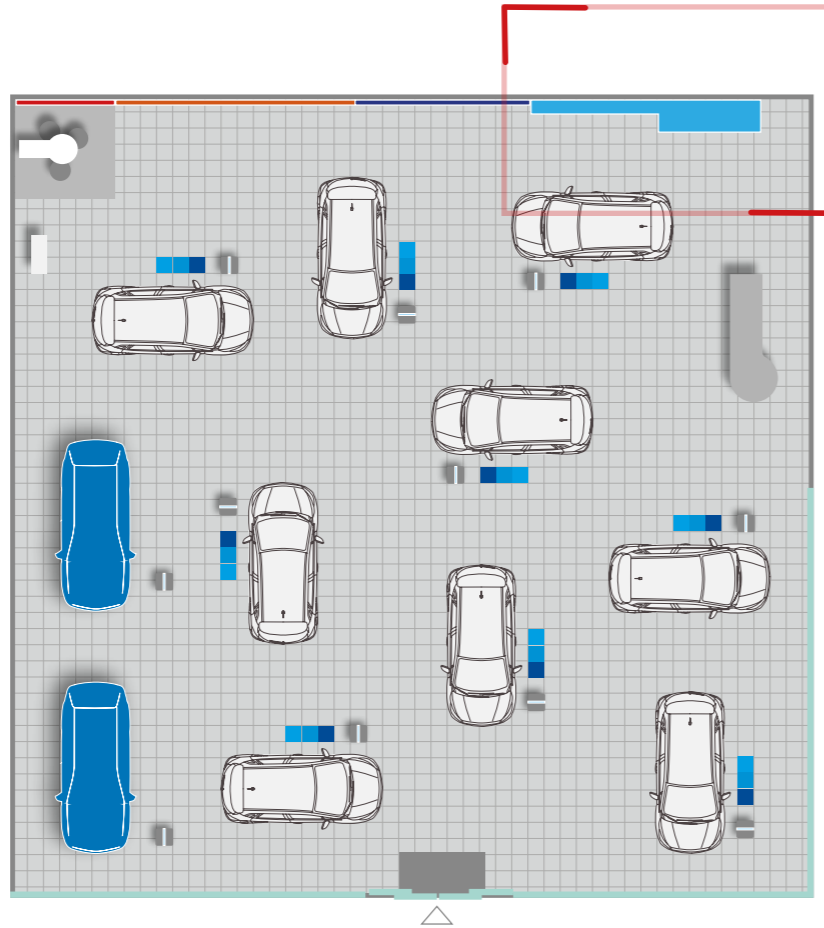
Option minimale




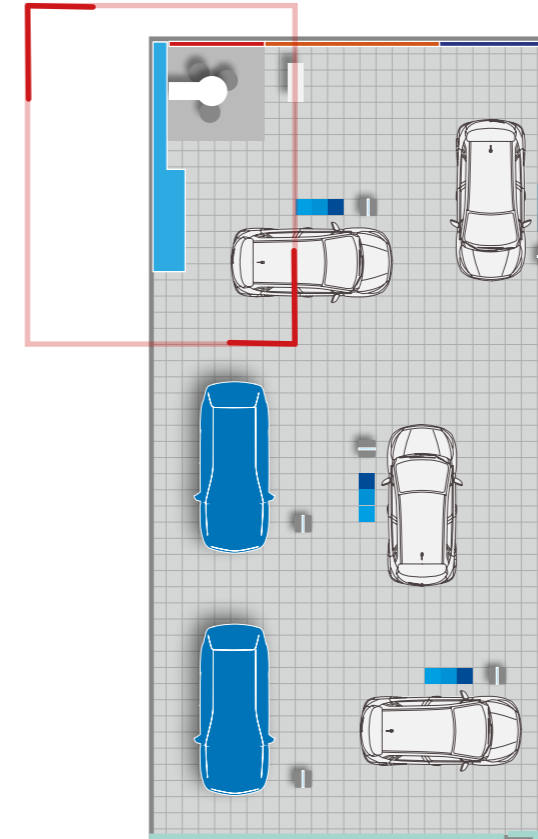
Détail :
Valorisation des USP des accessoires.

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

Le showroom dédié - Les Accessoires



 Le mural Accessoires est situé plutôt du côté du service après-vente

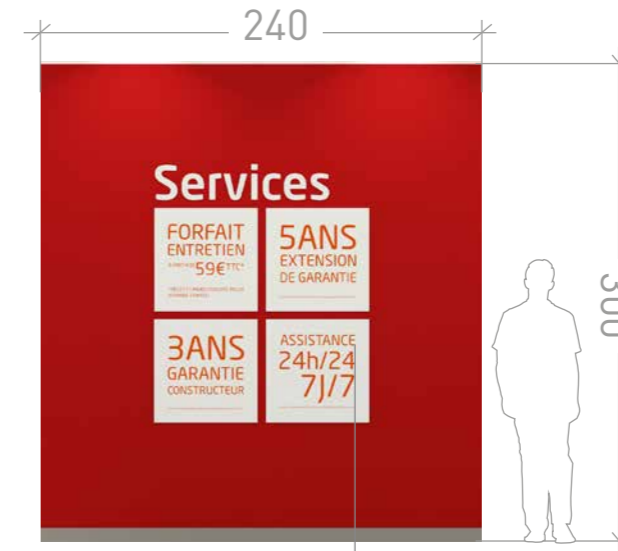
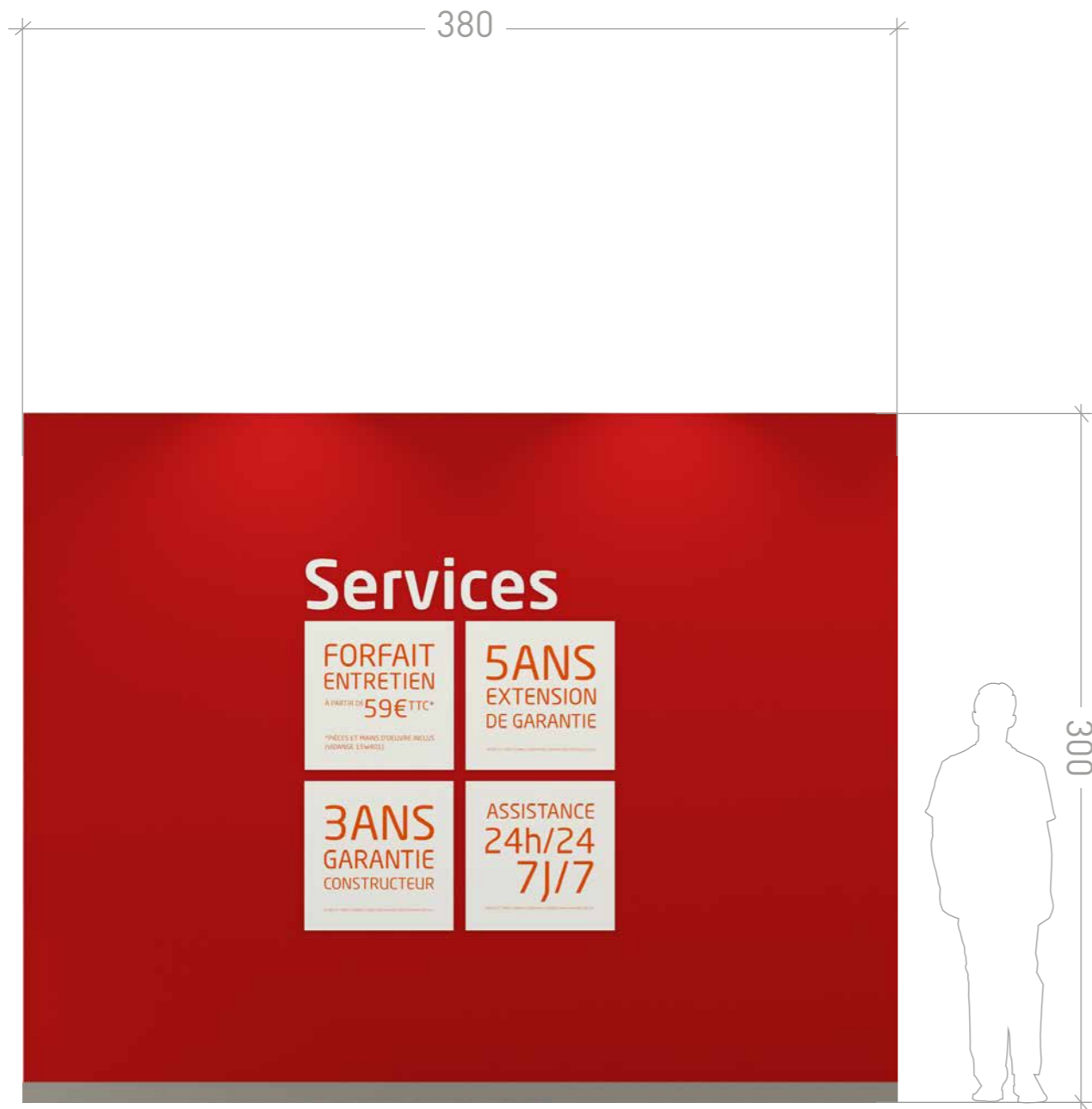


 Le bureau vendeur ne doit pas être devant le mural Accessoires.

Le showroom dédié - Les Services



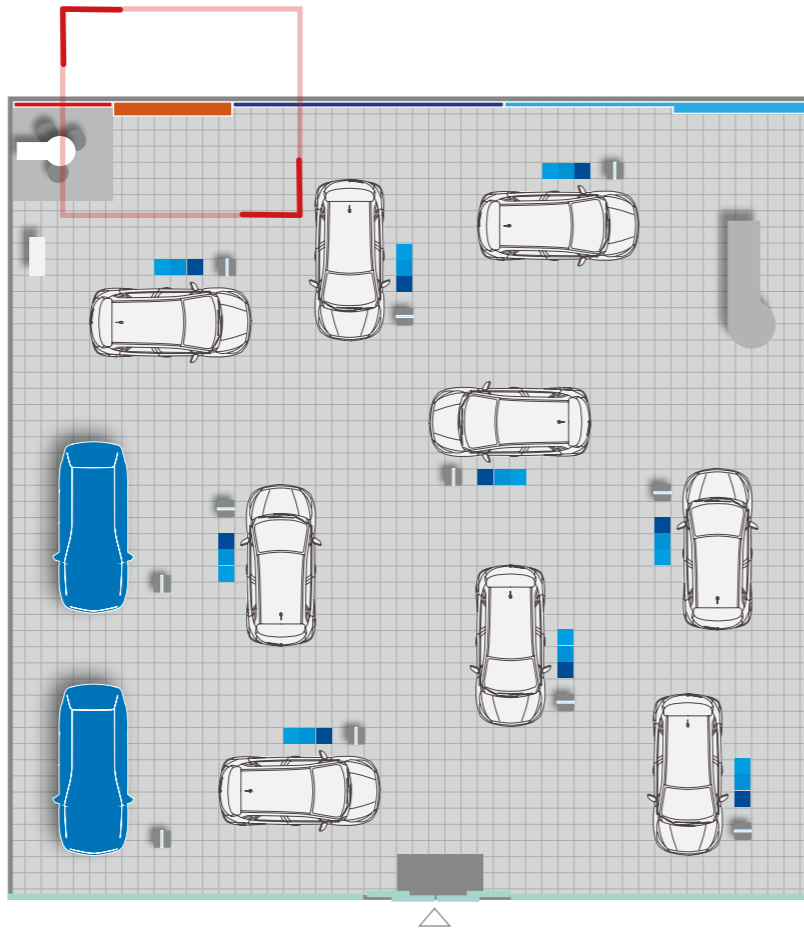
Pour mettre en avant l'offre de services :
4 Services phares de la Marque
sont présentés sur un fond rouge orangé.



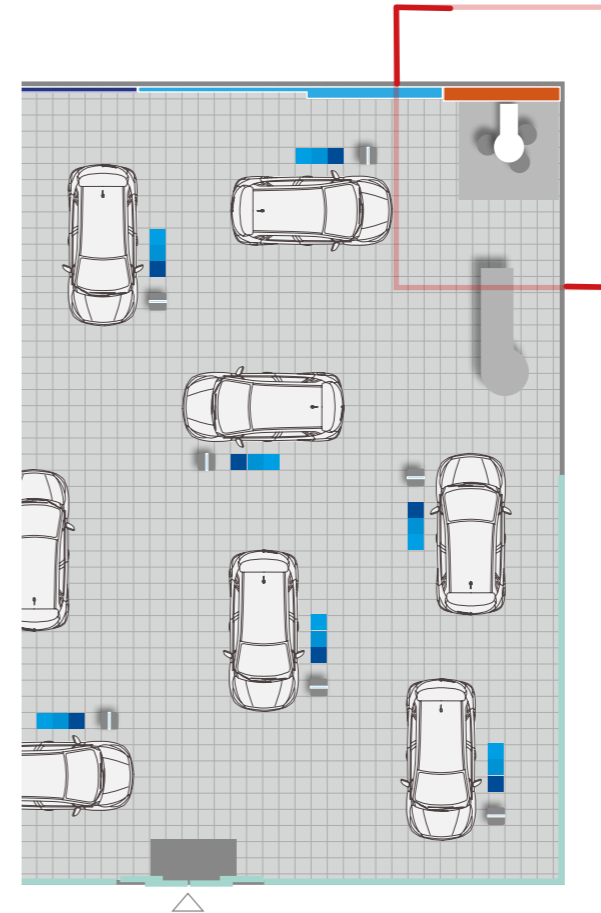
Option minimale



N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

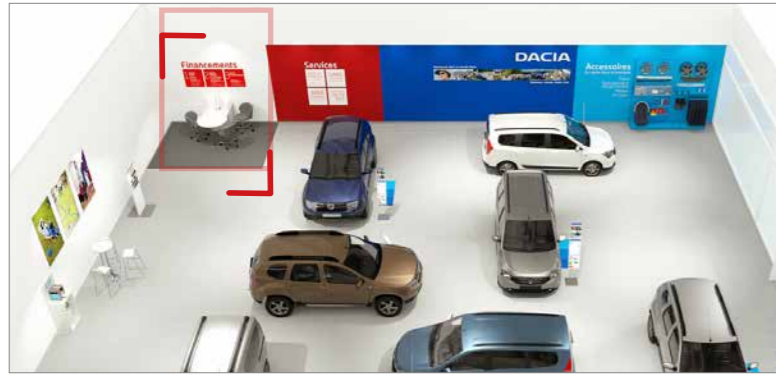


😊 Le mural Services est disposé à proximité du bureau vendeur entre le mur de Marque et le mur Financement.



😞 Le mural Services ne doit pas être à proximité de l'accueil après-vente.

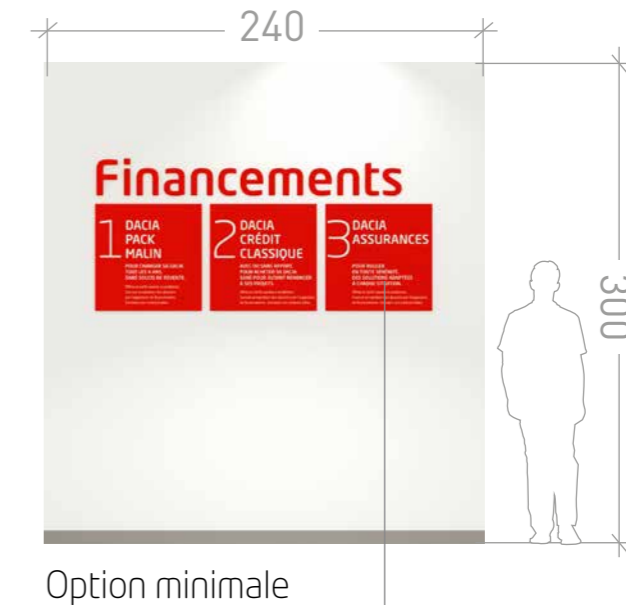
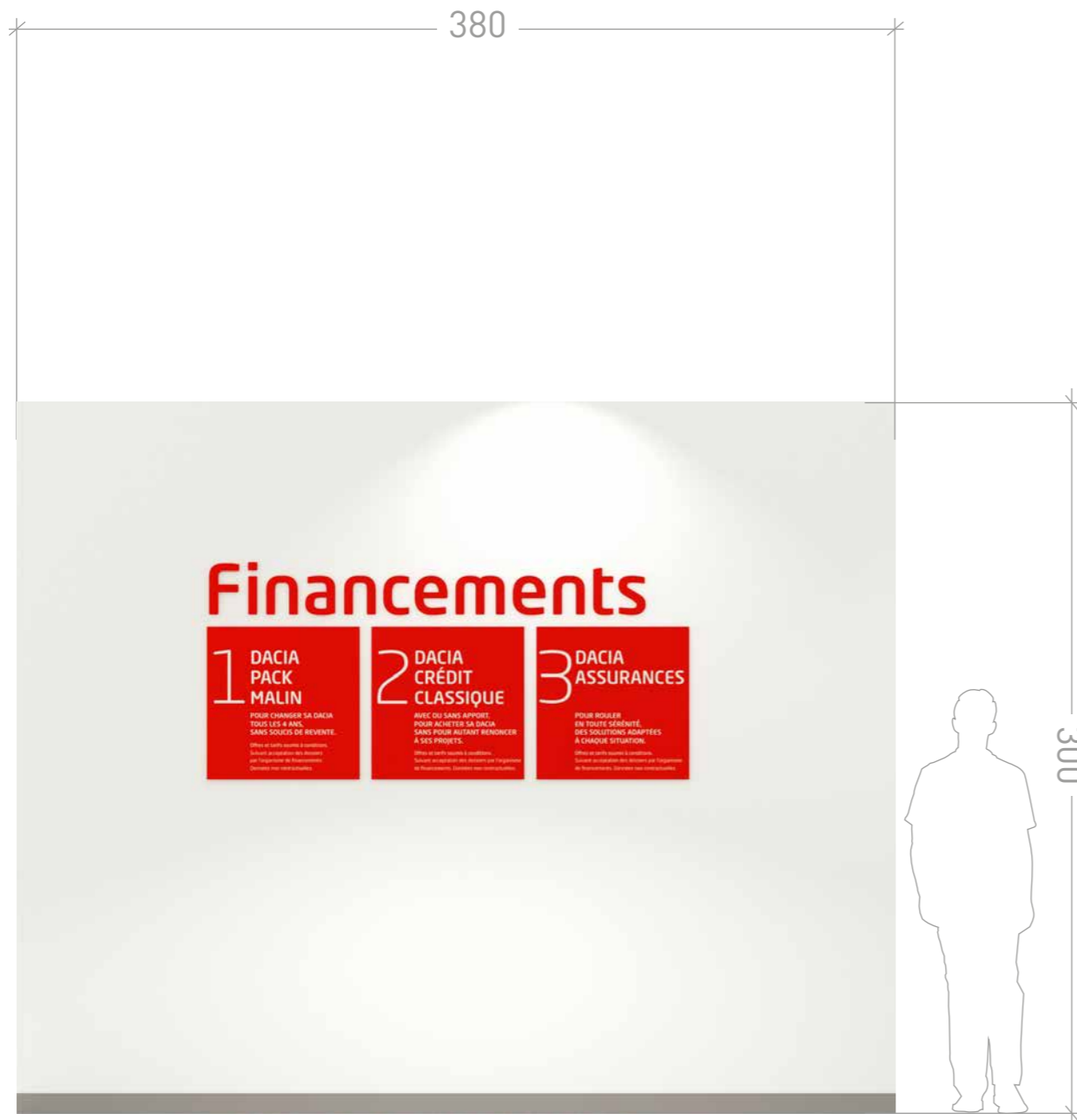
Le showroom dédié - Les Financements



Un outil de conseil et d'aide à la vente :

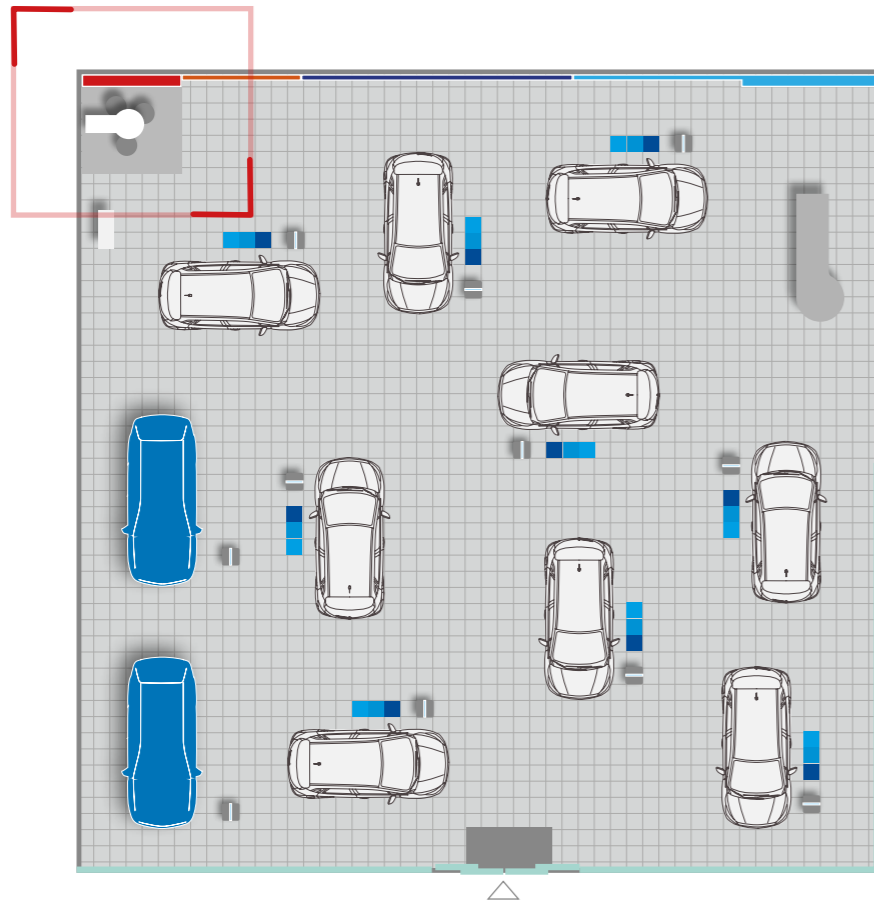
Pour faciliter le parcours achat du client, positionné derrière le bureau vendeur, un mural renseigne sur les solutions de financement.

Prérequis : le mur doit être absolument blanc avant l'application des éléments de marquage.

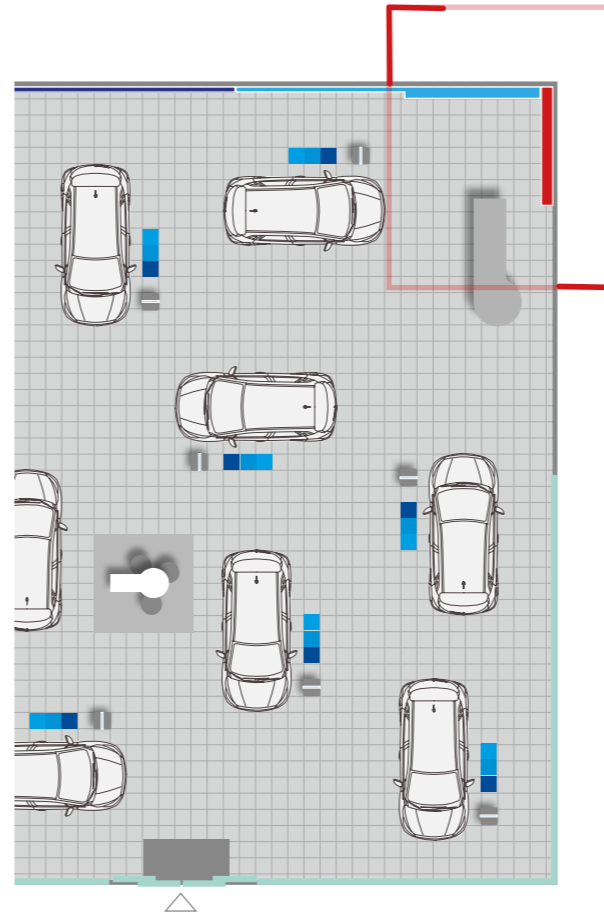


Détail : les contenus sont donnés à titre indicatif ; les contenus définitifs seront définis par les directions marketing pays.

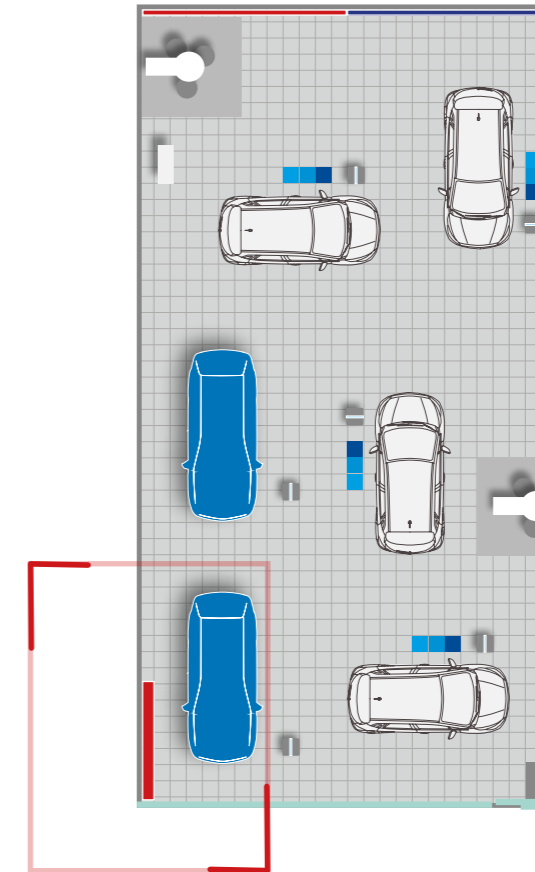
Le showroom dédié - Les Financements



Le mural Financements est associé au bureau vendeur



Le mural Financements ne doit pas être à proximité du comptoir après-vente.



Le mural Financements ne doit pas être isolé des autres murs et déconnecté du bureau vendeur.

Le showroom dédié - Le bureau vendeur



Le mobilier du bureau vendeur

Il permet d'accueillir le client de manière formelle et pratique.

Il est associé au mural «Financements» (sauf lorsqu'il est placé en îlot).



Le Bureau de vente :

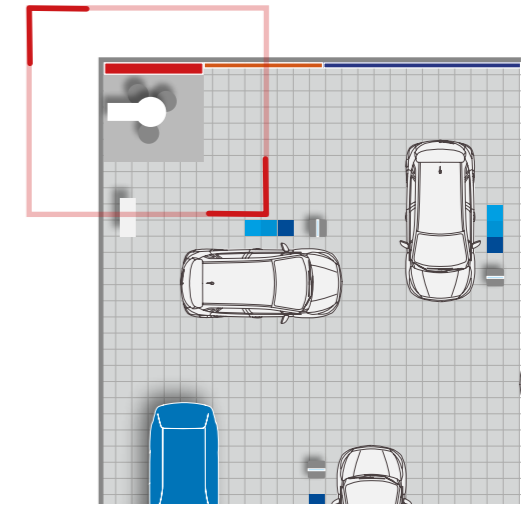
> Mobilier identique au bureau vendeur Renault

Les sièges :

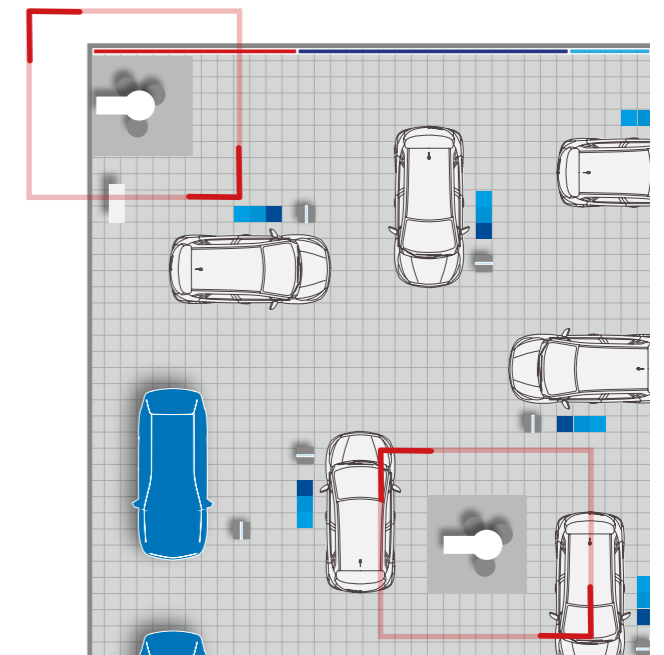
> 3 sièges de couleur grise :
1 siège vendeur
+ 2 sièges clients

Le tapis :

> Formats : dépendant du mural « Financements »
3,80 x 3,80 m ou 2,80 x 2,80 m



Le bureau vendeur est contre un des murs du showroom et solidaire du mural Financements.



D'autres bureaux vendeur peuvent être placés en îlot dans le showroom.

Le showroom dédié - L'espace convivialité (option)



Pour partager un moment convivial :

la possibilité de disposer d'un espace café pour accueillir et échanger de manière informelle.

Cet espace est associé aux fresques d'ambiance.



Meuble Café



Table haute



Tabouret haut standard

Le showroom dédié - L'espace convivialité (option)



L'univers de Marque Dacia

Les fresques sont généralement associées à l'espace café.

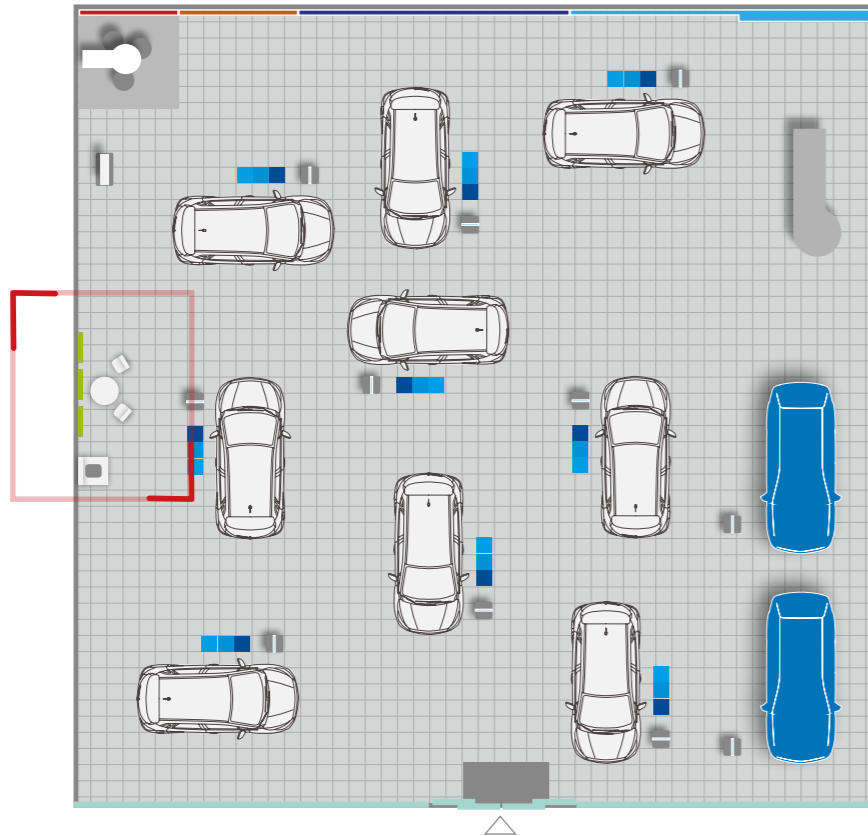
N.B. Les dimensions sont données à titre indicatif. La dimension des fresques peut être augmentée en fonction de la taille et de la hauteur du showroom.



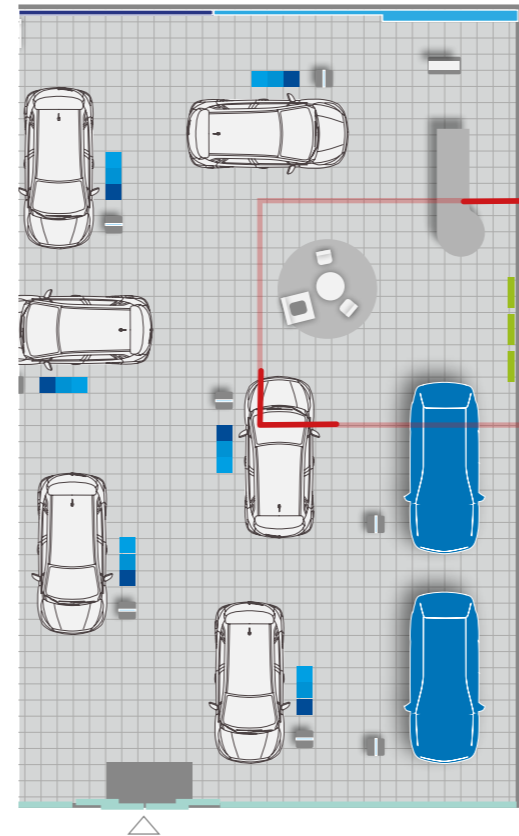
N.B. Chaque région / pays a la possibilité d'utiliser les fresques corporate ou de sélectionner d'autres visuels. Dans ce dernier cas, les visuels sélectionnés seront à transmettre à Brand Stores pour validation.

Exemple : Fresques exposées dans les showrooms en France.

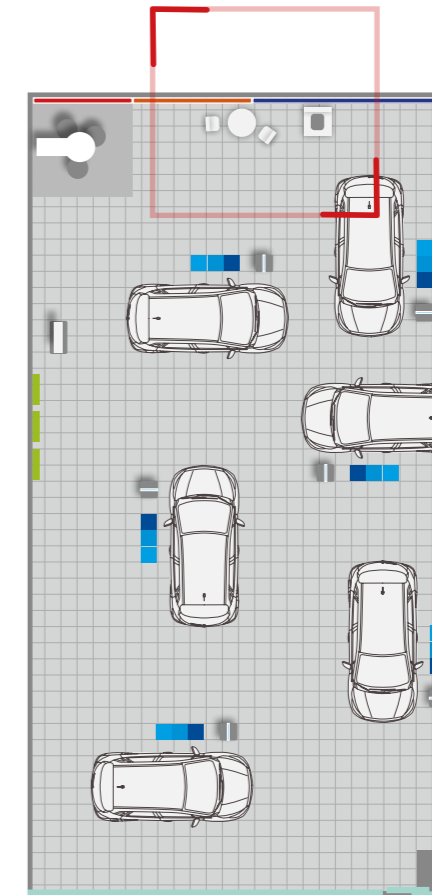
Le showroom dédié - L'espace convivialité



L'espace convivialité est placé dans un espace calme du showroom, à distance des muraux, des espaces de vente ou après-vente.



L'espace convivialité ne doit pas être en îlot dans le showroom et dans un flux client.



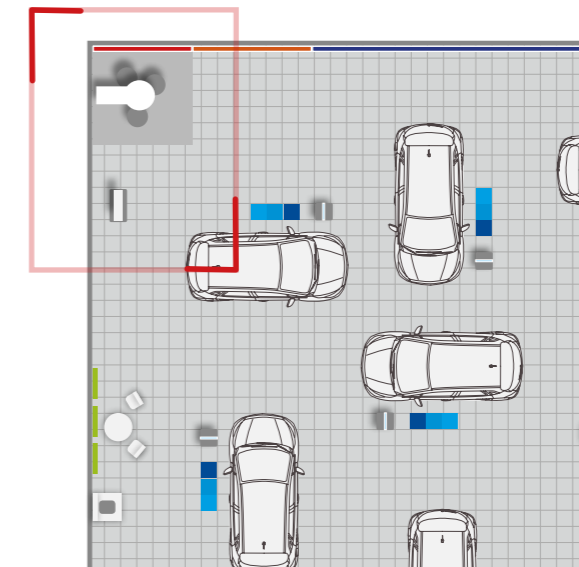
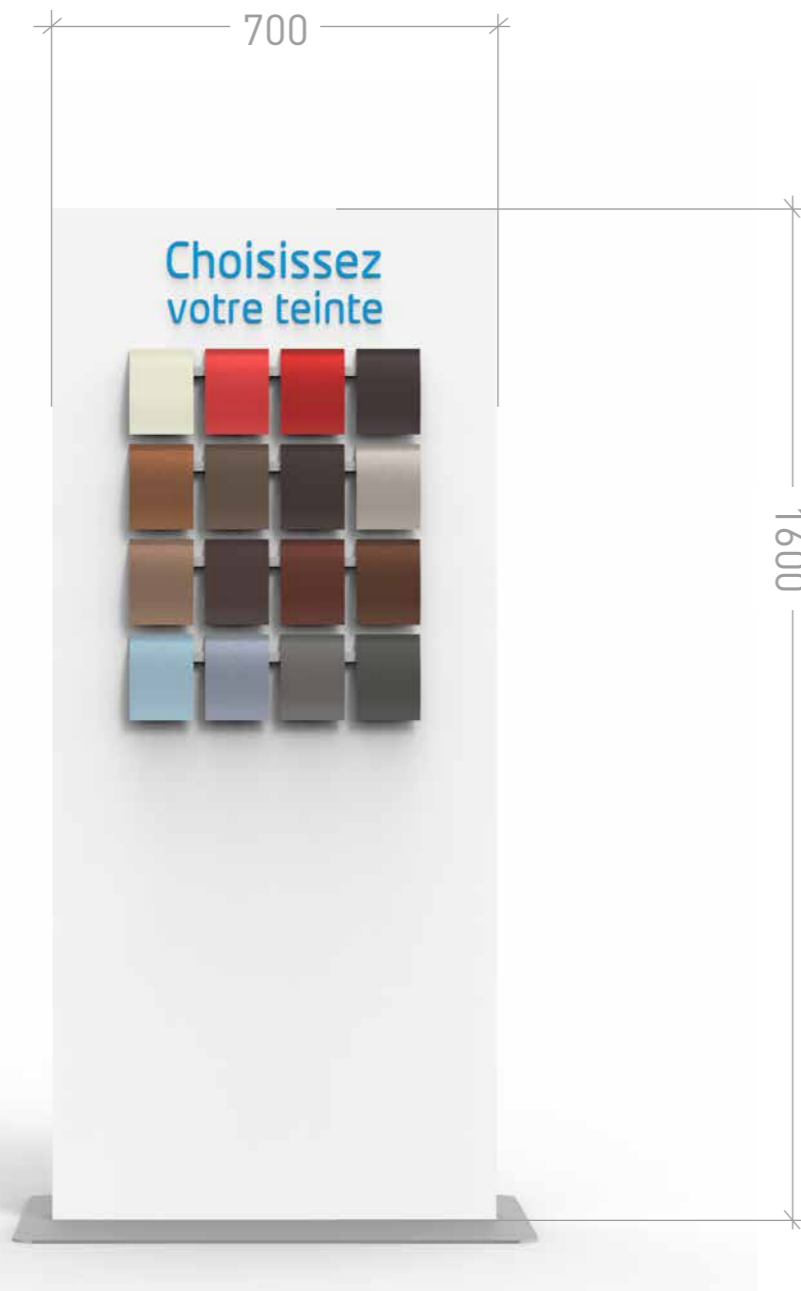
L'espace convivialité ne doit pas être contre un mural et/ou à proximité d'un bureau vendeur.

Le showroom dédié - Le Teintier



Le nuancier des teintes de carrosserie :

Pour configurer son véhicule et choisir sa finition, le teintier est présent dans le showroom à proximité du bureau vendeur ou de l'espace convivialité lorsqu'il est présent. C'est un dispositif utile pour les vendeurs et pour le client.



Le nuancier est idéalement disposé près du bureau vendeur.

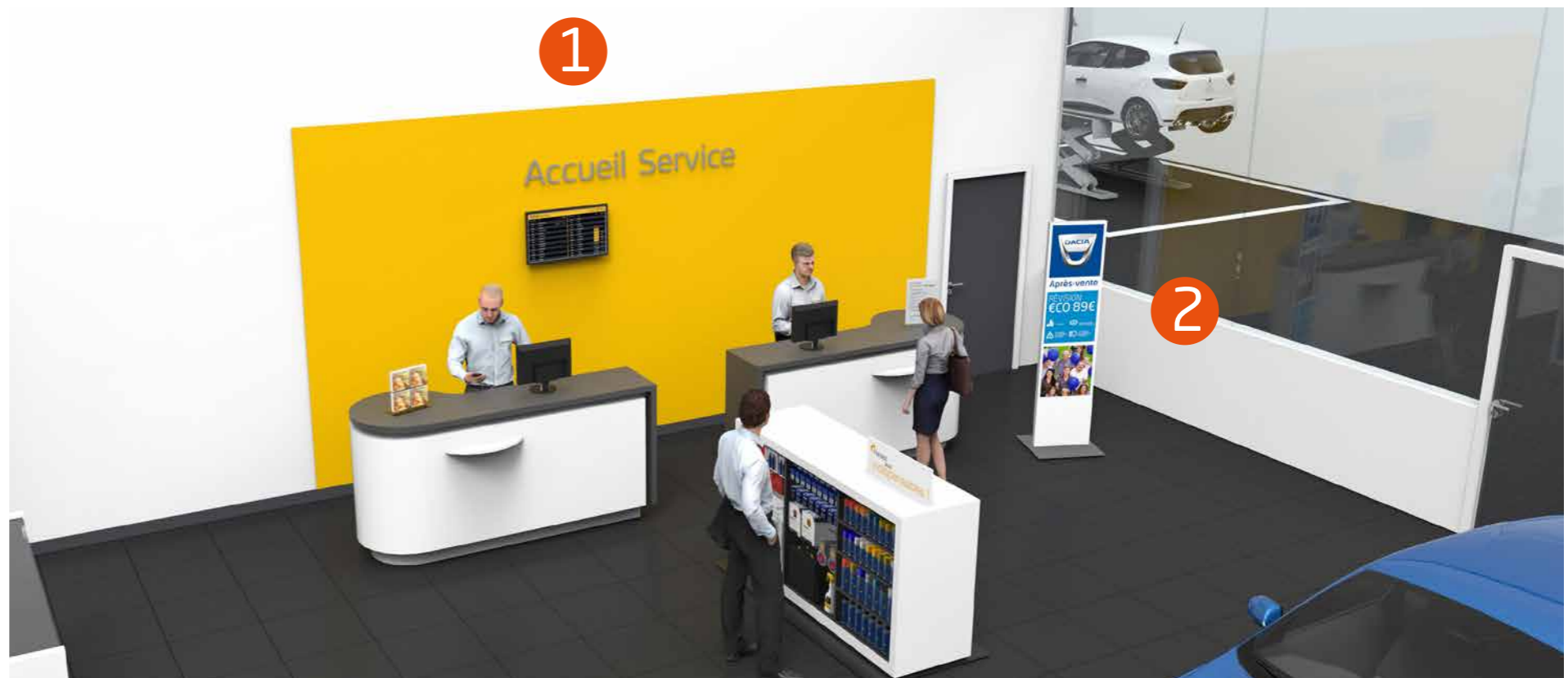
Le showroom dédié - L'accueil APV



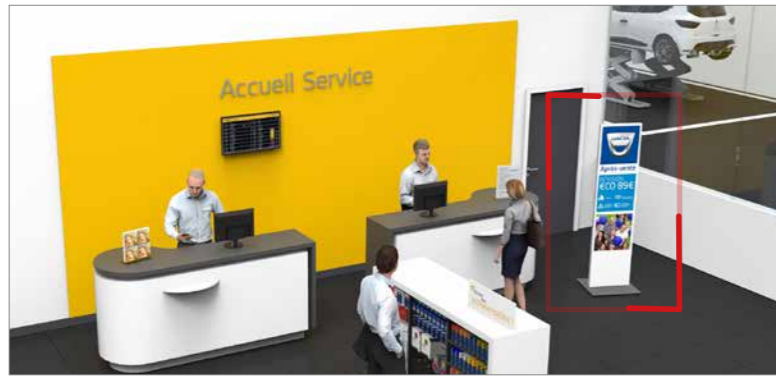
L'accueil après-vente dans le showroom Renault lorsque le flux de clients Dacia est inférieur à 50%

Le service après-vente Dacia est identifié à l'Accueil Service Renault par un Totem aux couleurs de la Marque. C'est également un support promotionnel après-vente.

- 1 L'accueil après-vente se fait à l'Accueil Service Renault lorsque le flux des clients APV Dacia est inférieur à 50%
- 2 Totem après-vente spécifique Dacia



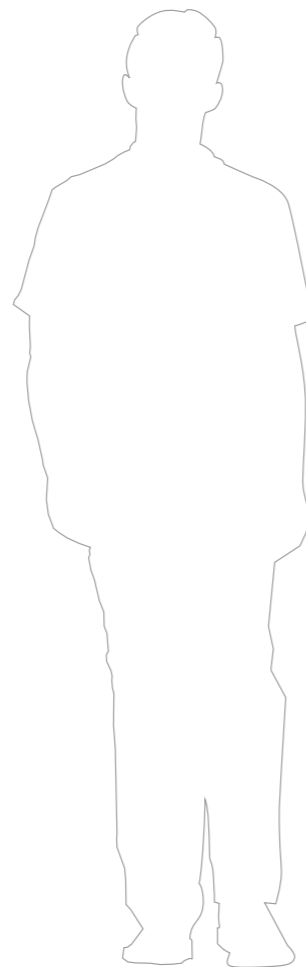
Le Corner - Le totem APV



Le totem après-vente est placé proche du comptoir Accueil Service Renault. Selon son emplacement, les informations du totem peuvent être lisibles au recto comme au verso. Lorsque le verso ne doit pas être visible, il est blanc. Sa taille est de 50 x 200 cm



Recto (et Verso 1)

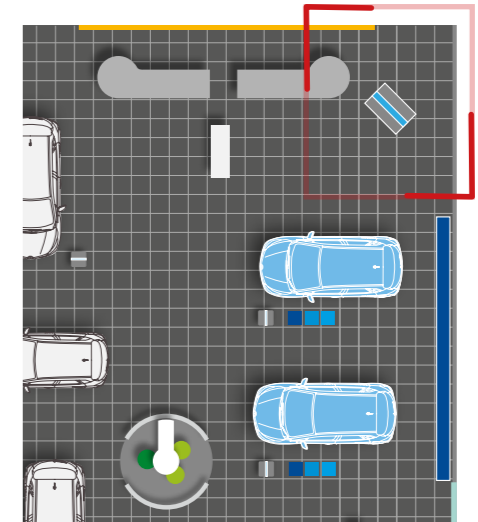


Verso 2 (neutre)

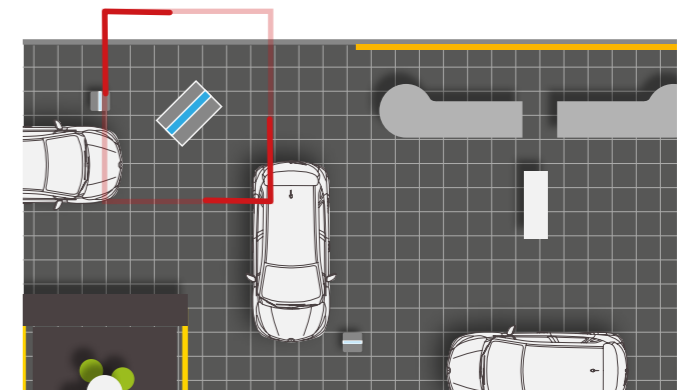
Le verso est neutre ou similaire au recto



Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays.

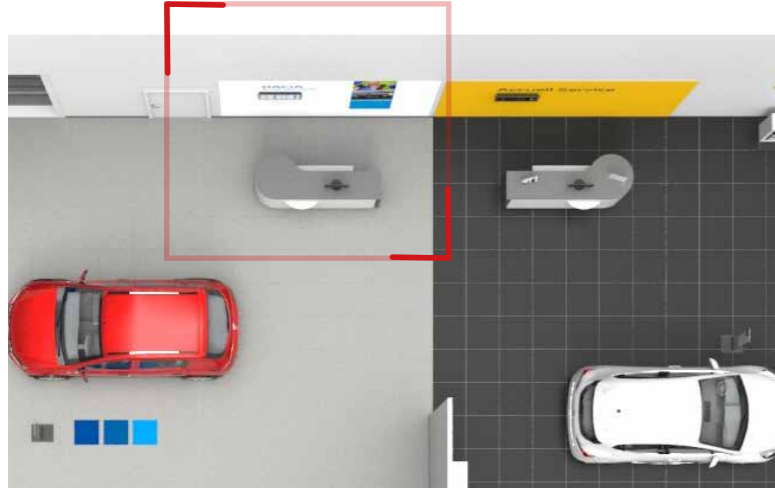


Le totem APV est disposé à proximité du comptoir APV, de préférence à 45°.



Le totem APV ne doit pas être éloigné du comptoir après-vente.

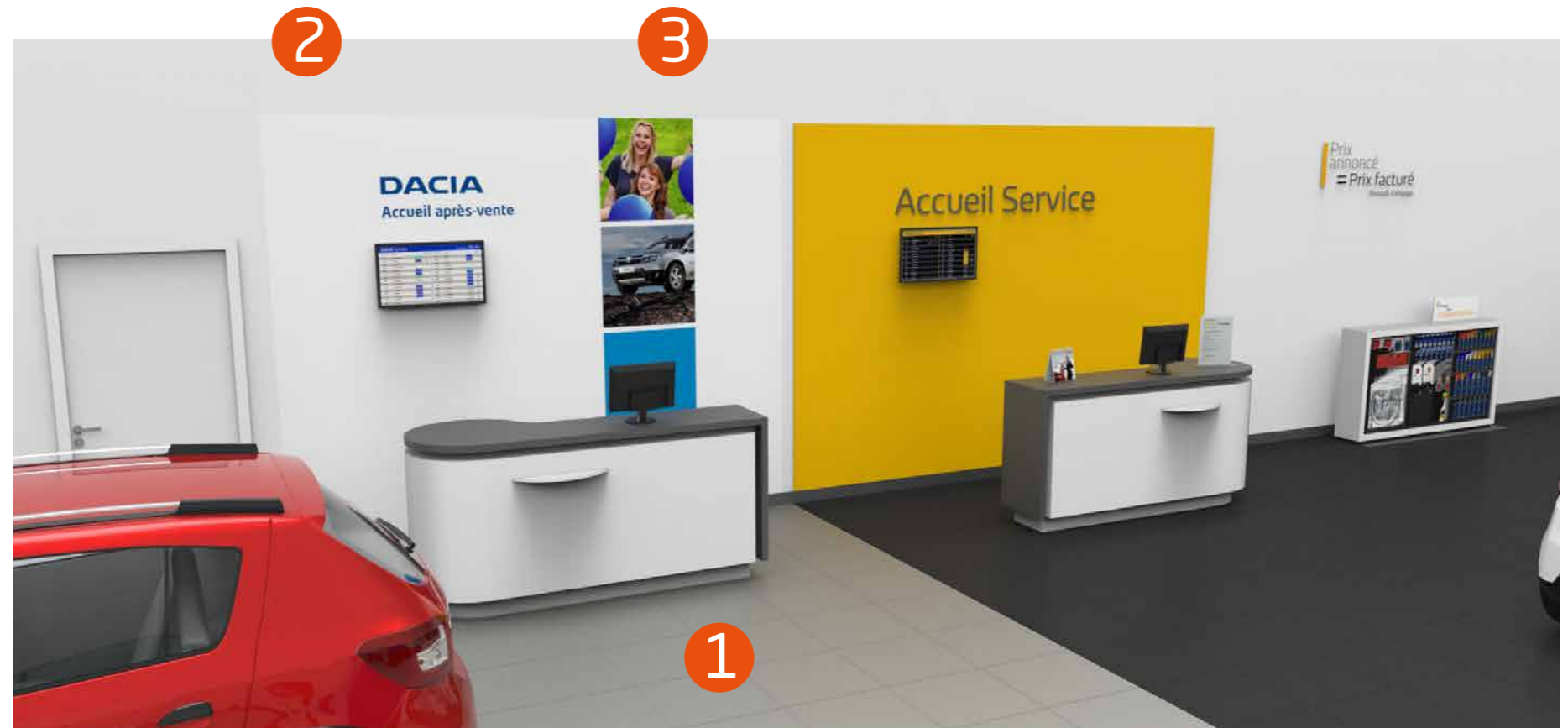
Le showroom dédié - L'accueil APV



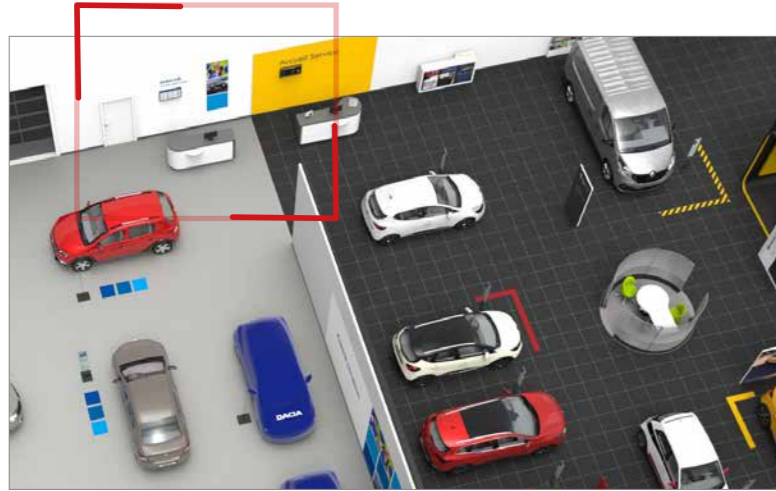
L'Accueil après-vente dans le showroom Renault lorsque le flux de clients Dacia est supérieur à 50%

L'accueil après-vente Dacia cohabite avec l'Accueil Service Renault et est identifié par une signalétique spécifique aux couleurs de la Marque

- 1 Le comptoir après-vente Dacia (identique à celui de Renault) avec écran et visuel est implanté à côté de l'Accueil Service Renault lorsque le flux clients dans le showroom est supérieur à 50%.
- 2 Écran de planning des clients Dacia
- 3 Visuel



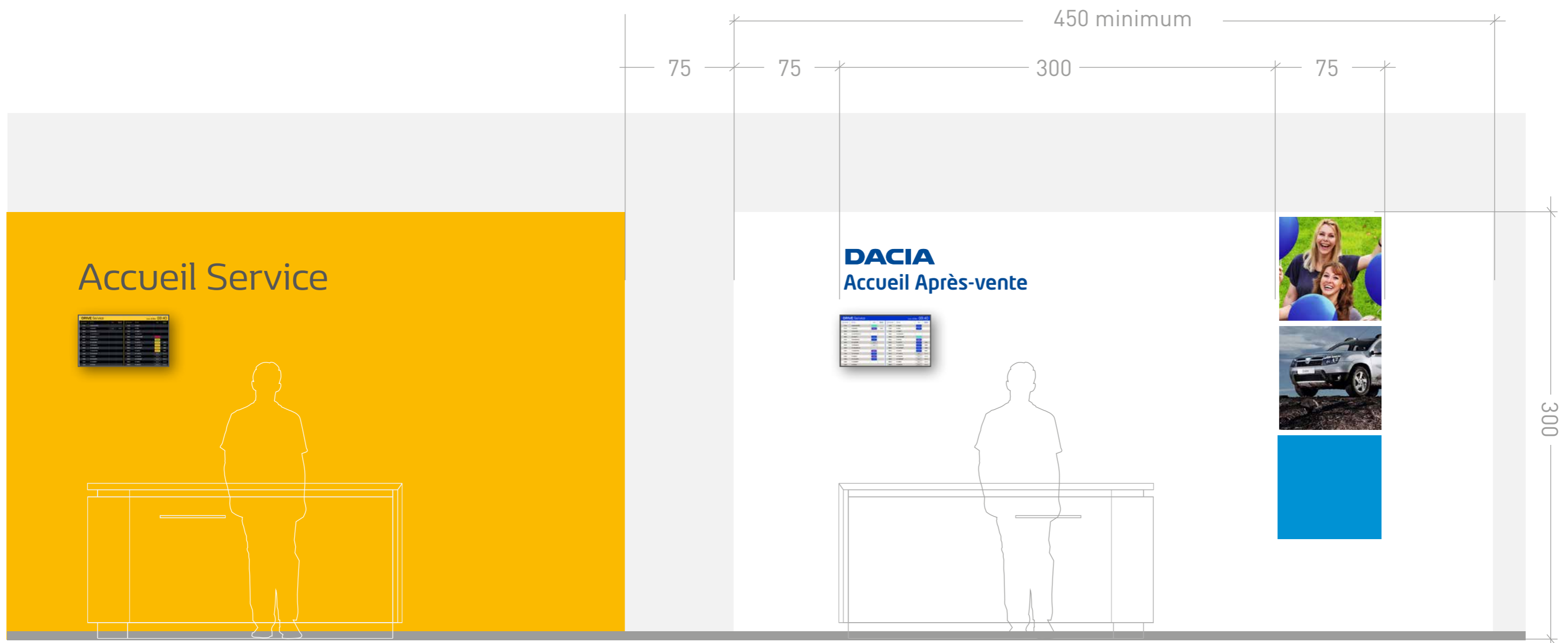
Le showroom dédié - L'accueil APV



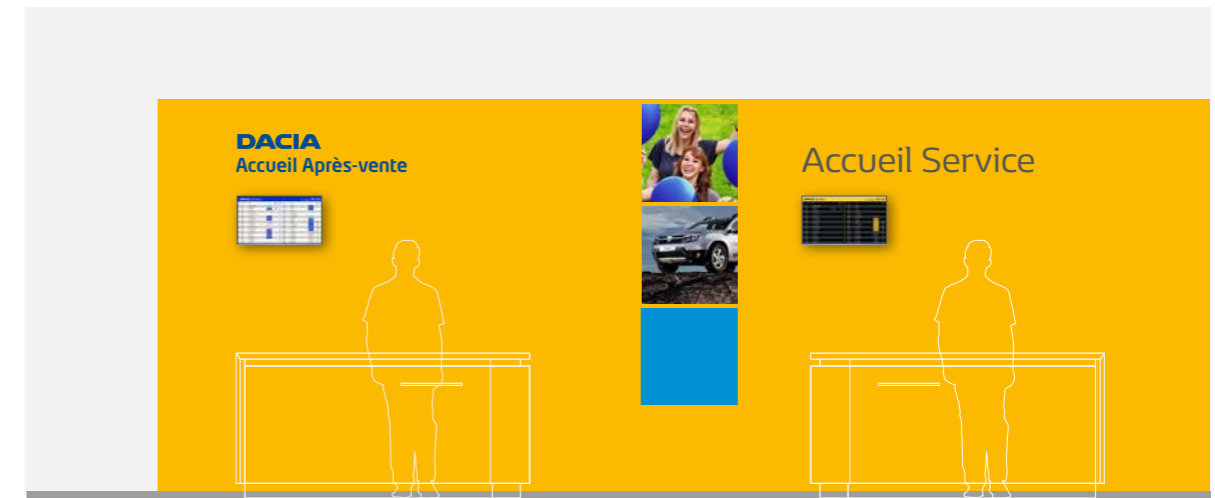
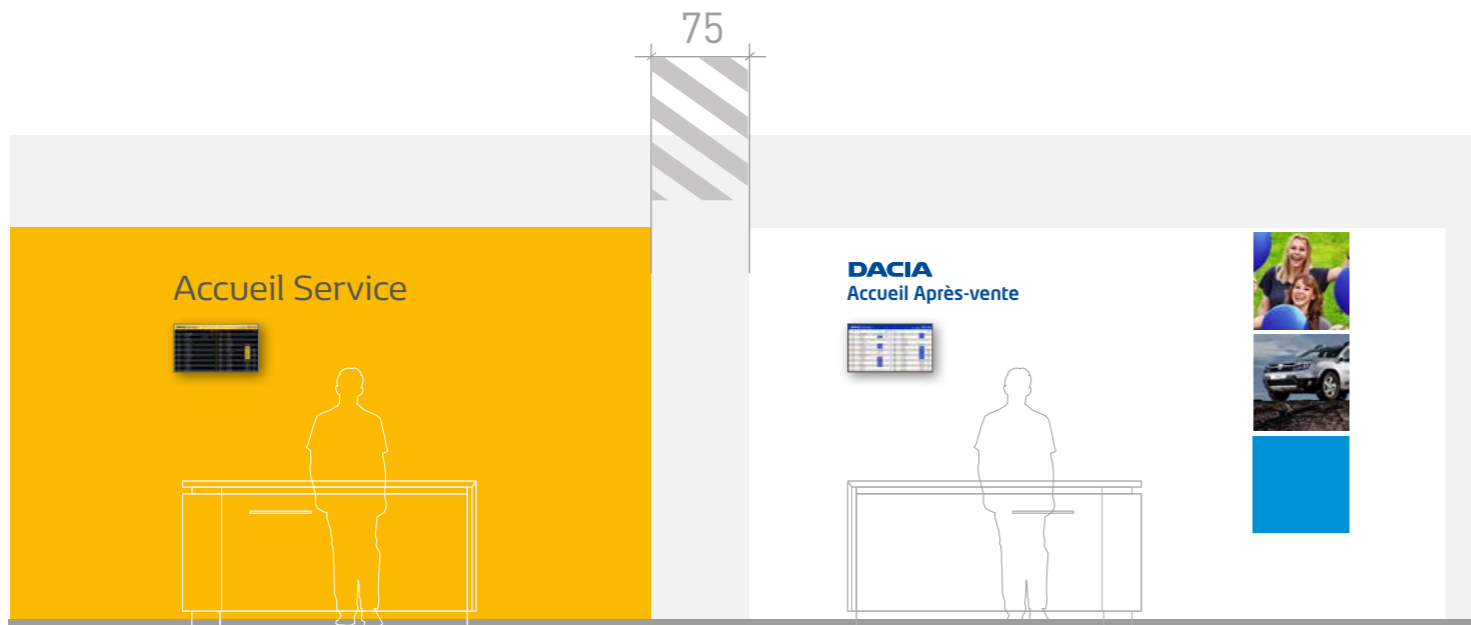
Mur d'accueil APV du showroom dédié

Lorsque l'accueil après-vente est partagé avec l'Accueil Service Renault, il est signalé par sa propre identité visuelle. Il est composé de la signature Dacia, d'un écran de suivi des services et d'un visuel.

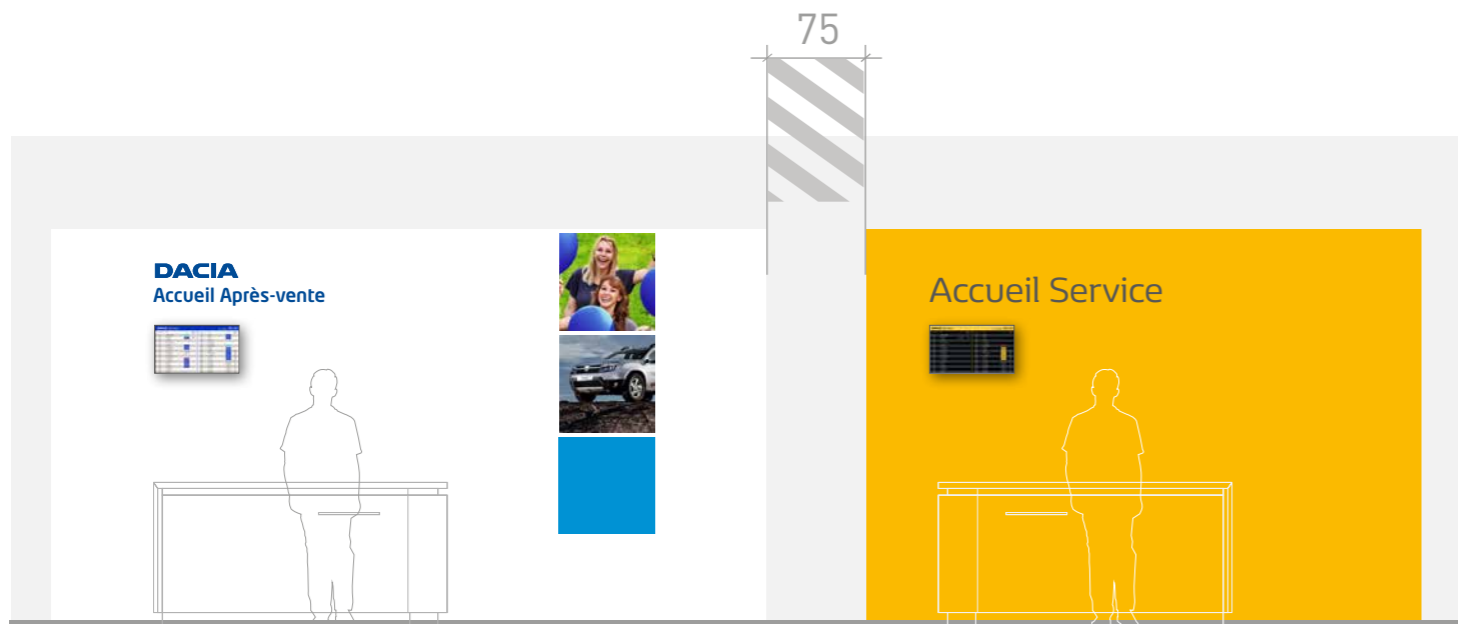
Une distance minimum de 75 cm est nécessaire pour l'isoler du mur jaune Accueil Service Renault.



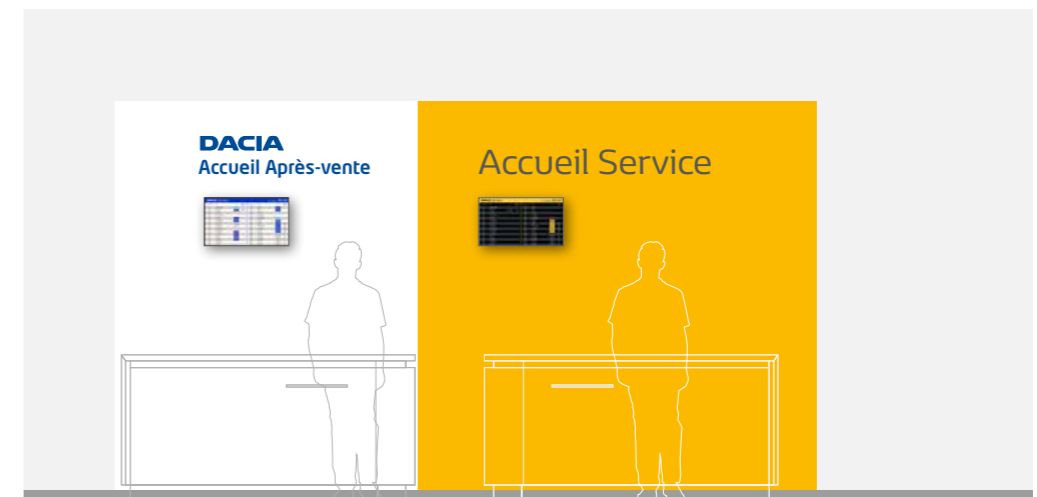
Le showroom dédié - L'accueil APV



Le mur jaune ne doit pas être utilisé l'Après vente Dacia



Une zone de neutralité de 75 cm doit être respectée entre les accueils après vente



Le visuel doit être présent sur le mur d'accueil Dacia. Les espaces doivent être équivalents.

La Livraison

- ① Espace livraison Renault + petit visuel Dacia
- ② Espace livraison Renault + grand visuel Dacia
- ③ Espace livraison dédié Dacia sur le mur de séparation entre les showrooms.

1



2



3



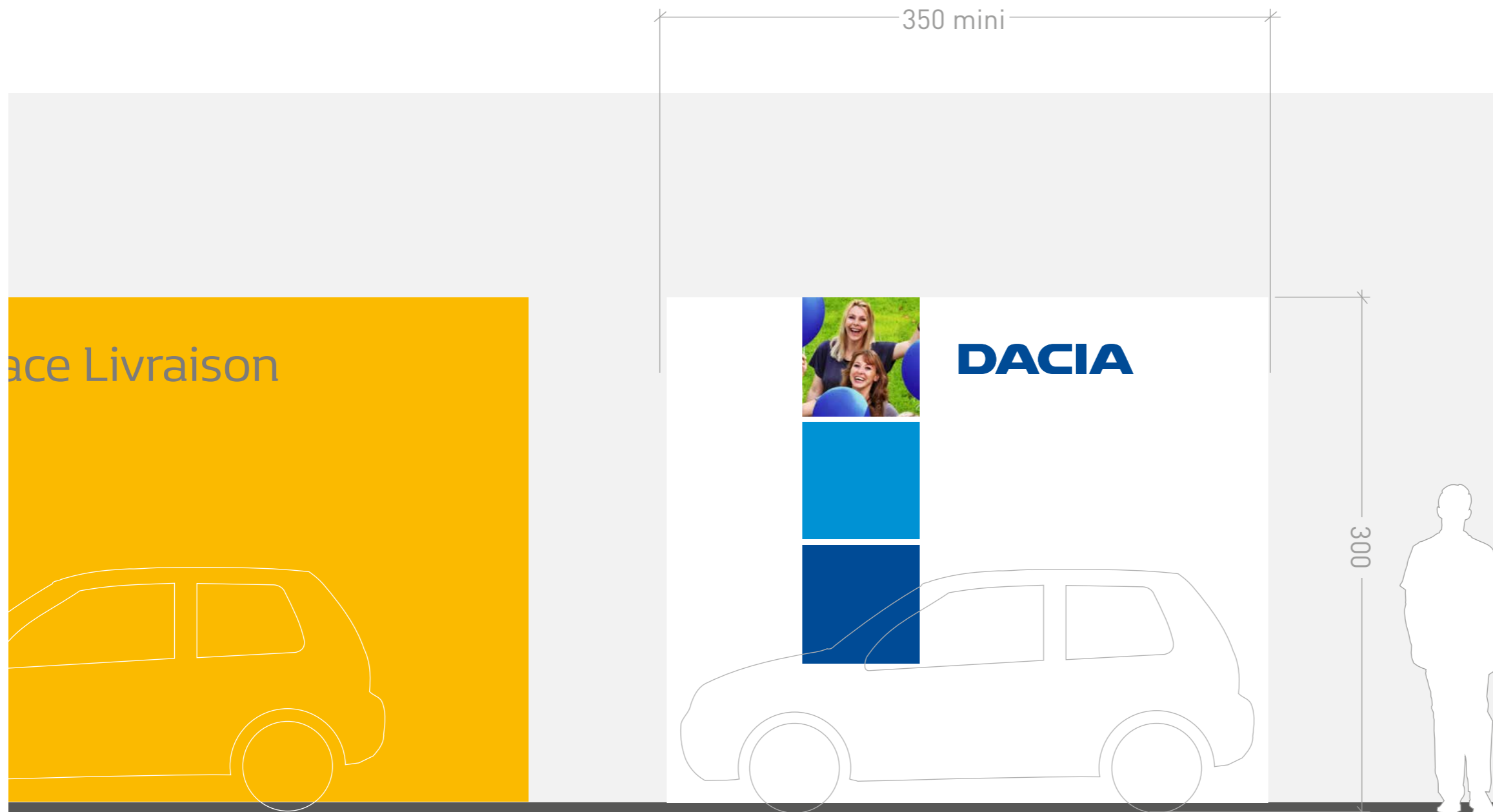
Le showroom dédié - La livraison - Type 1



Mur de livraison avec visuel utilisé dans un **espace de livraison Renault**

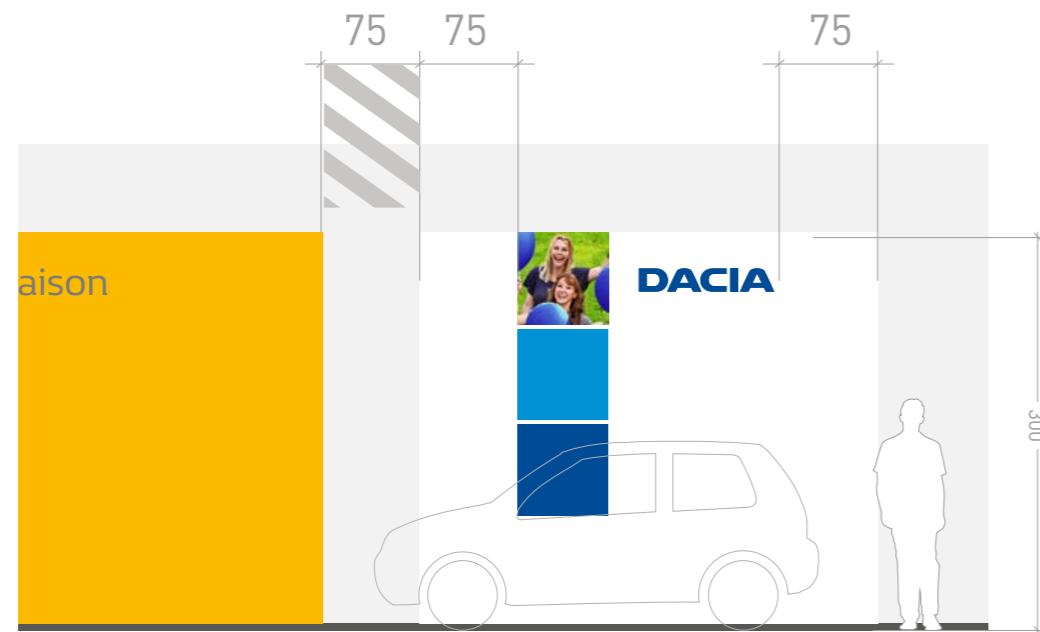
Lorsque l'affaire génère un nombre important de livraison de VN Dacia, il est nécessaire de créer un espace dédié à la livraison.

Ce dispositif minimum complète l'Espace Livraison Renault dans le showroom.

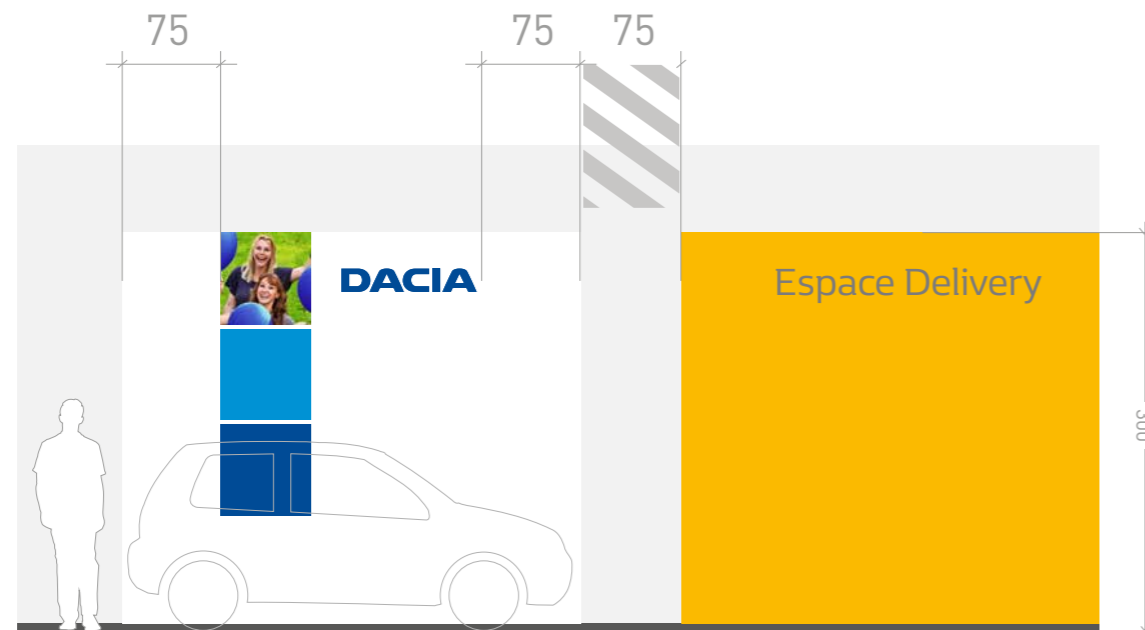


Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

Le showroom dédié - La livraison - Type 1



La livraison Dacia ne doit pas être enclavée dans les murs jaunes Renault



Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels en particulier du côté du mur de livraison Renault.

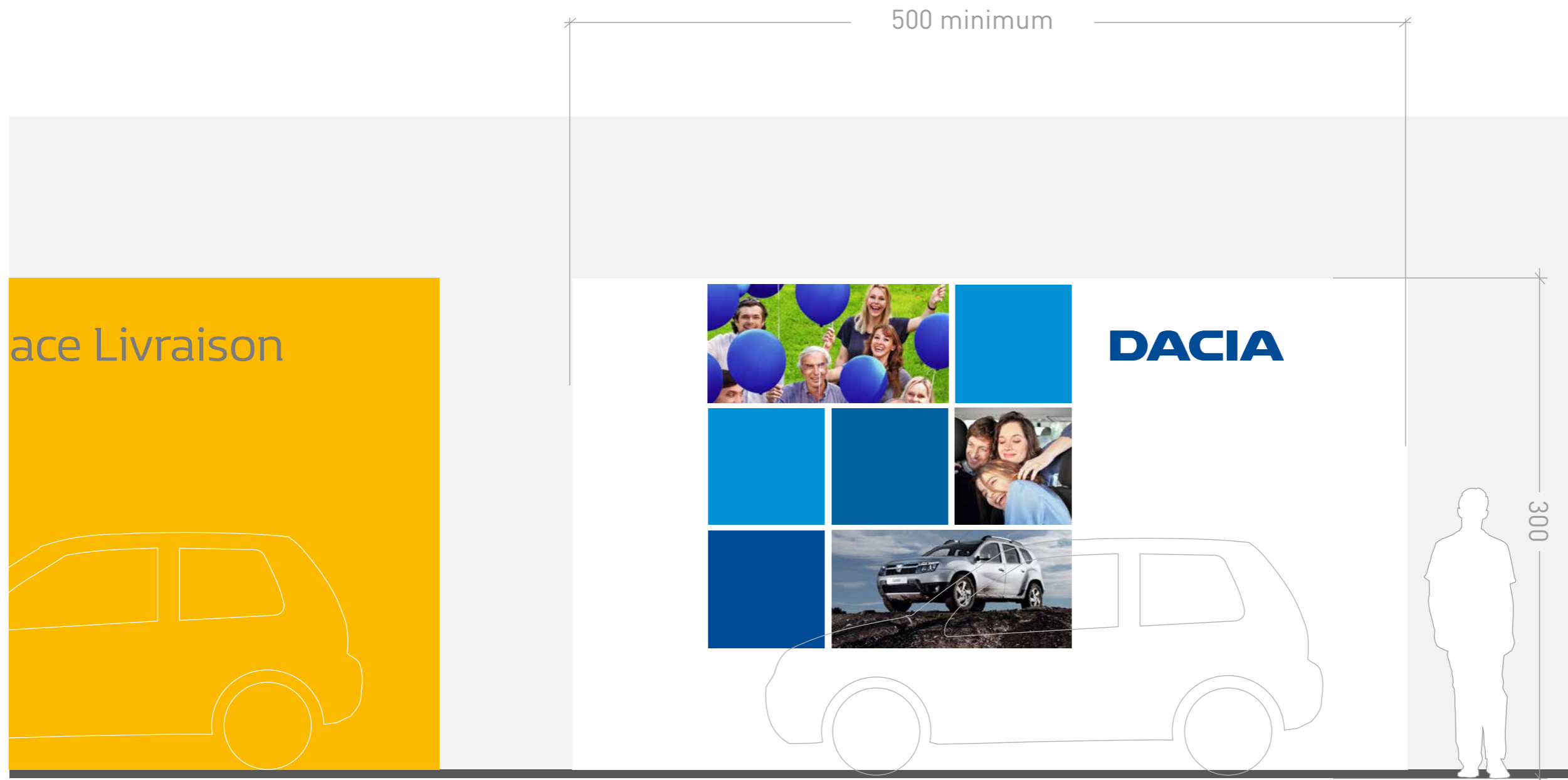


Le principe de composition graphique ne doit pas être modifié

Le showroom dédié - La livraison - Type 2

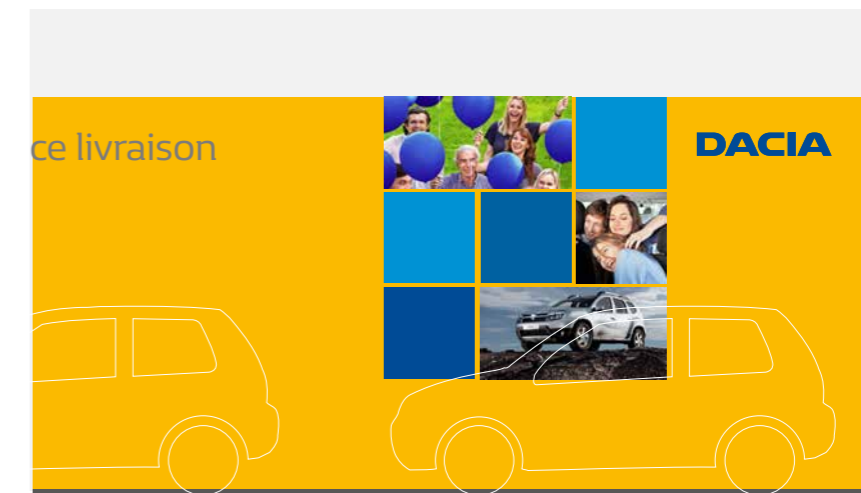
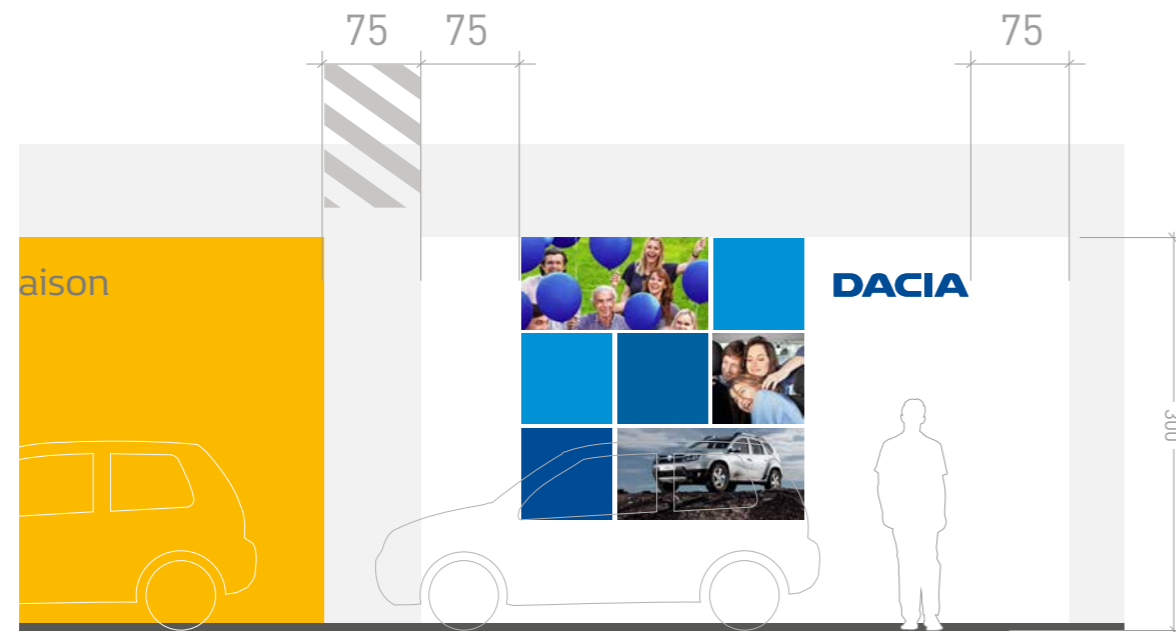


Mur de livraison avec grand visuel utilisé dans un **espace de livraison Renault**.
Lorsqu'il est nécessaire de créer un espace dédié à la livraison Dacia.
Ce dispositif complète l'Espace Livraison Renault.



Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

Le showroom dédié - La livraison - Type 2



La livraison Dacia ne doit pas être intégrée au mur jaune Renault



Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels en particulier du côté du mur de livraison Renault.



Le principe de composition graphique et les cotes ne doivent pas être modifiés.

Le showroom dédié - La livraison - Type 3

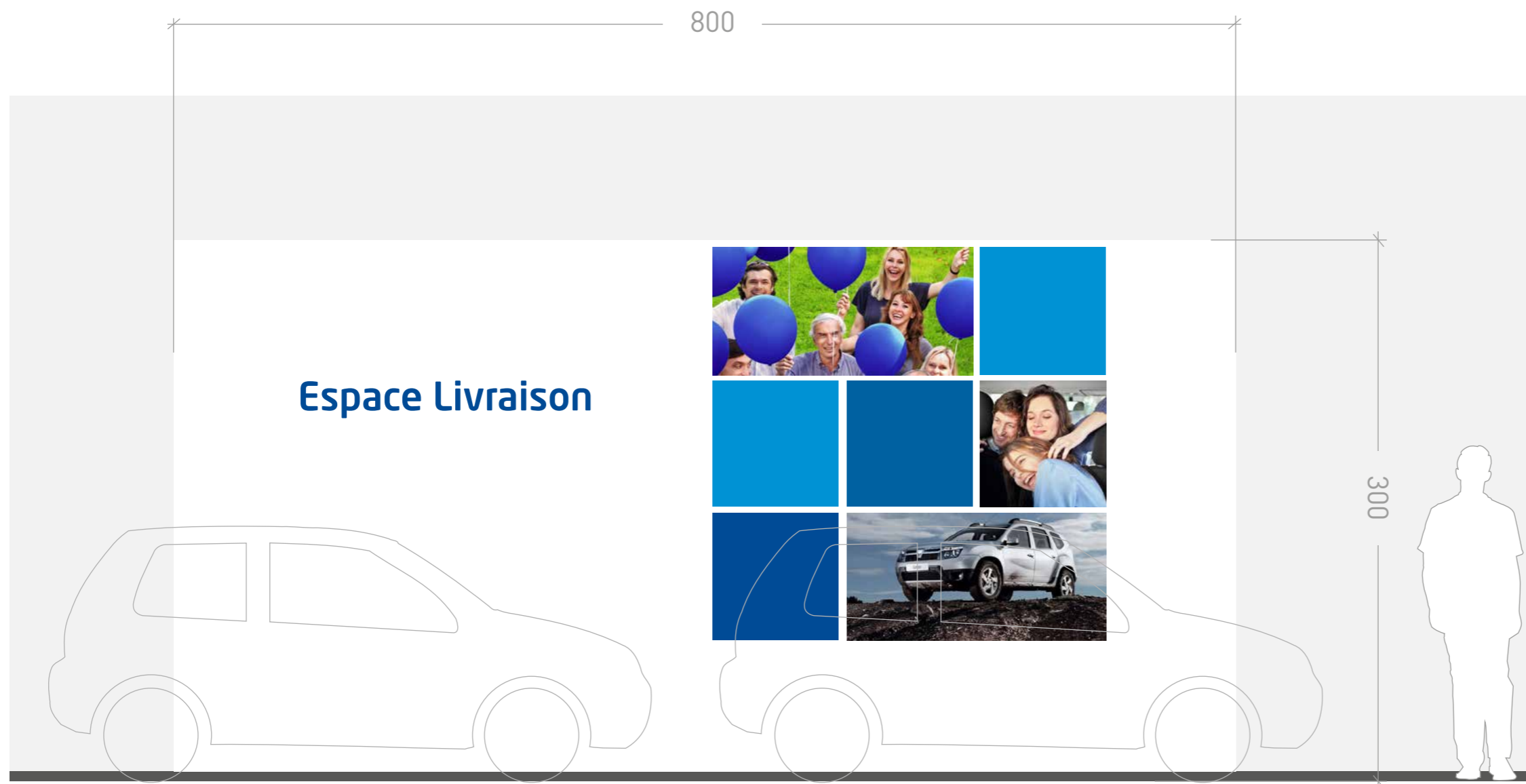


Mur de livraison utilisé dans une configuration dédiée dans un **espace de livraison spécifique Dacia**.

Cette solution personnalise la livraison d'un véhicule Dacia.

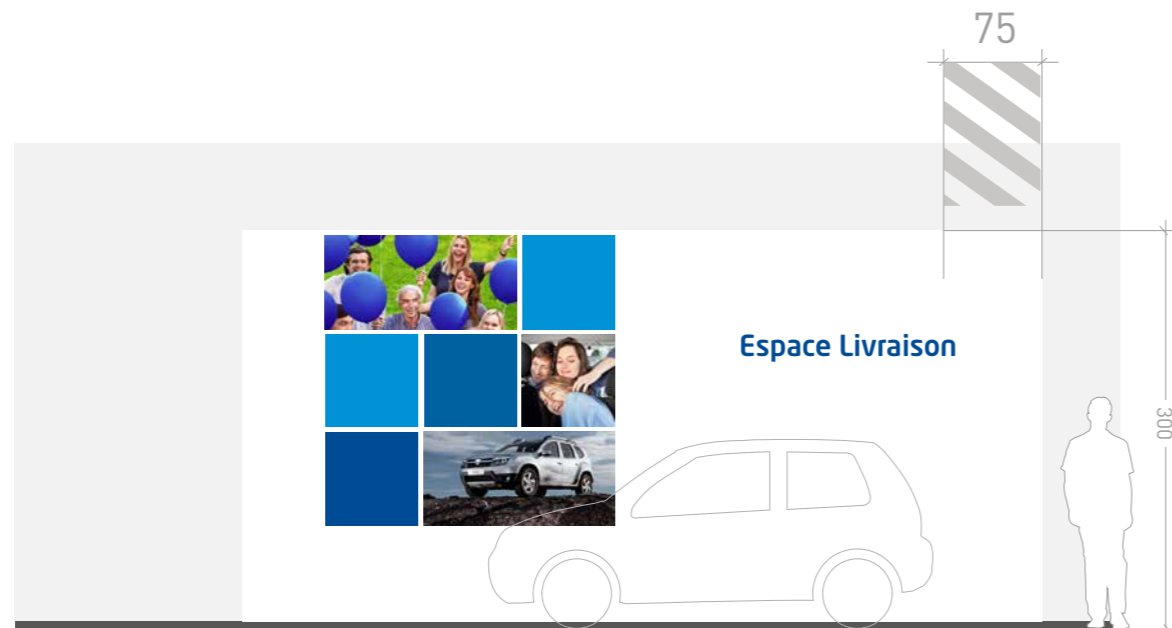
C'est un marquage mural, une cloison autoportante ou le verso d'une fresque d'un pôle Renault.

Sa dimension varie de 6 à 8 m en fonction du nombre et du cycle des livraisons et de l'espace disponible.

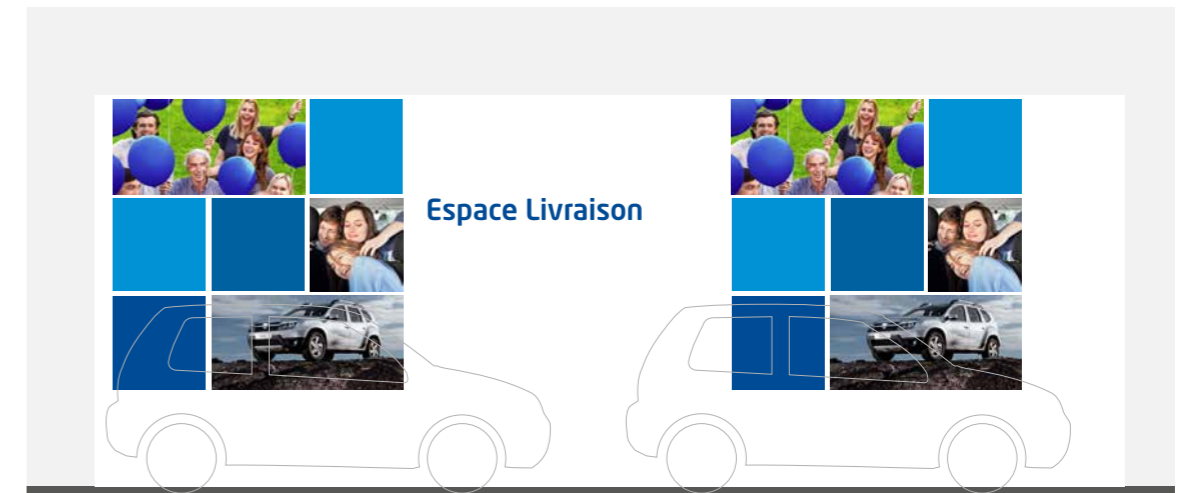


Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus définitifs seront définis par les directions marketing pays.

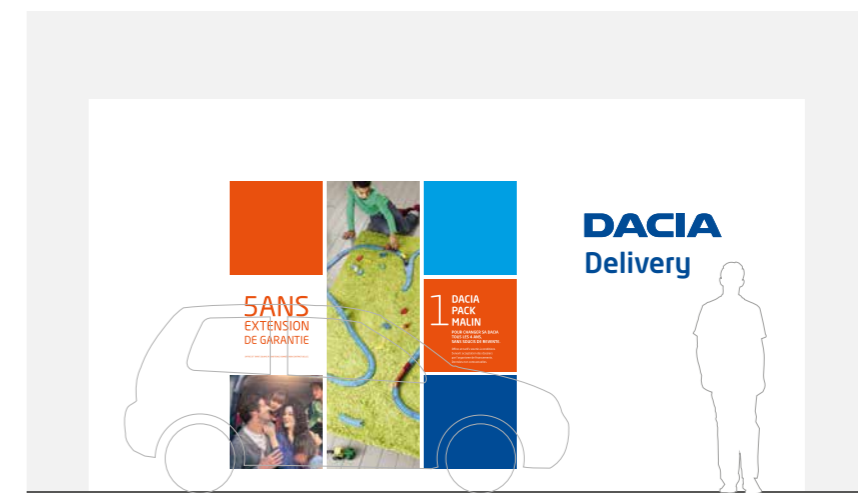
Le showroom dédié - La livraison - Type 3



Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels.



Même si l'espace concerne plusieurs véhicules, le mural ne doit pas être dupliqué.



Le principe de composition graphique et les cotes ne doivent pas être modifiés.

Le showroom dédié - Séparation des showrooms

La séparation entre les showrooms Dacia et Renault peut être réalisée par **un mur** toute hauteur ou **une cloison autoportante**.

La cloison autoportante porte les couleurs et la Marque Dacia côté showroom Dacia.

La face du côté du showroom Renault, est de couleur blanche ou décorée d'une fresque Renault Sport ou Passion.

Dans certain cas, cette cloison de séparation peut servir de mur de livraison (voir p.47).



Le showroom dédié - Les configurations possibles

En fonction de la configuration du showroom, les composantes suivantes peuvent s'appliquer :

 **La Marque**

 **Les Services**

 **Les Financements + Bureau vendeur**

 **Les Accessoires**

 **Le Teintier**

 **La Convivialité**

 **L'après-vente**

 **La Livraison**

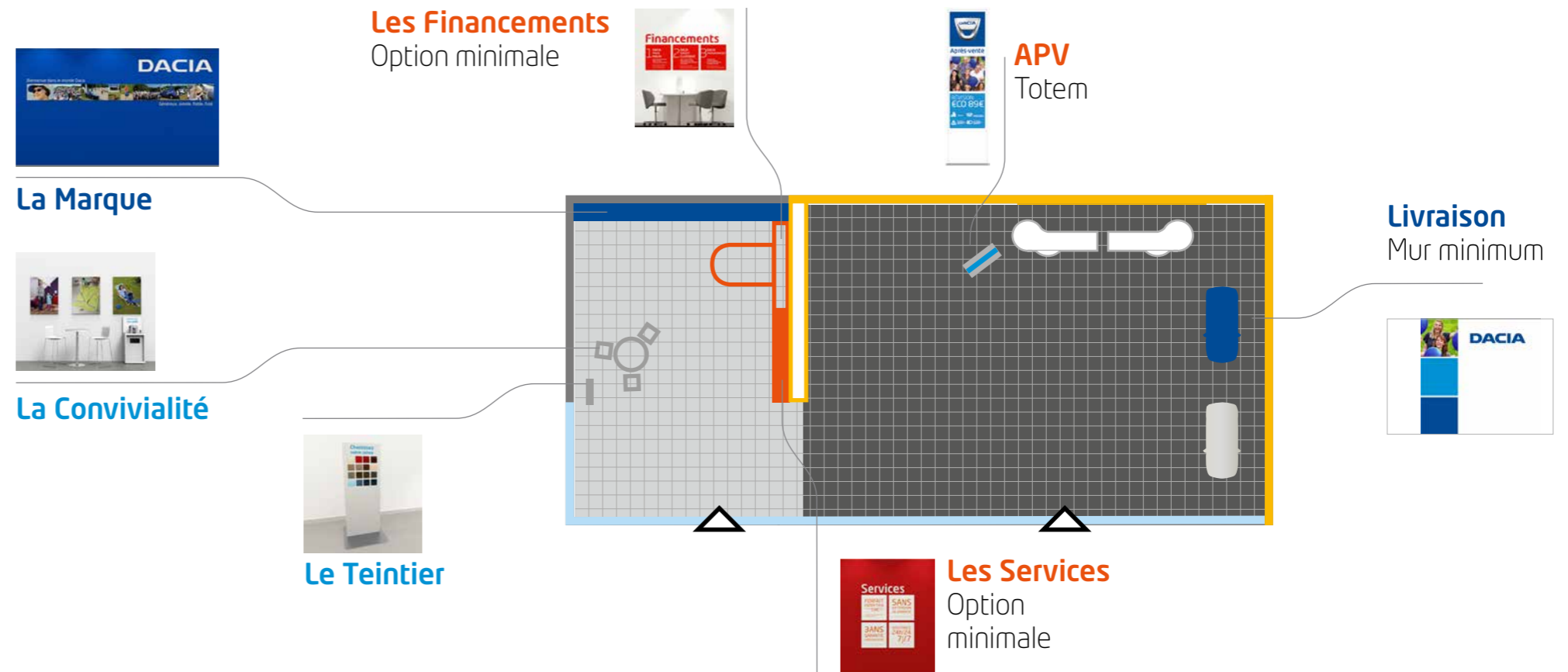
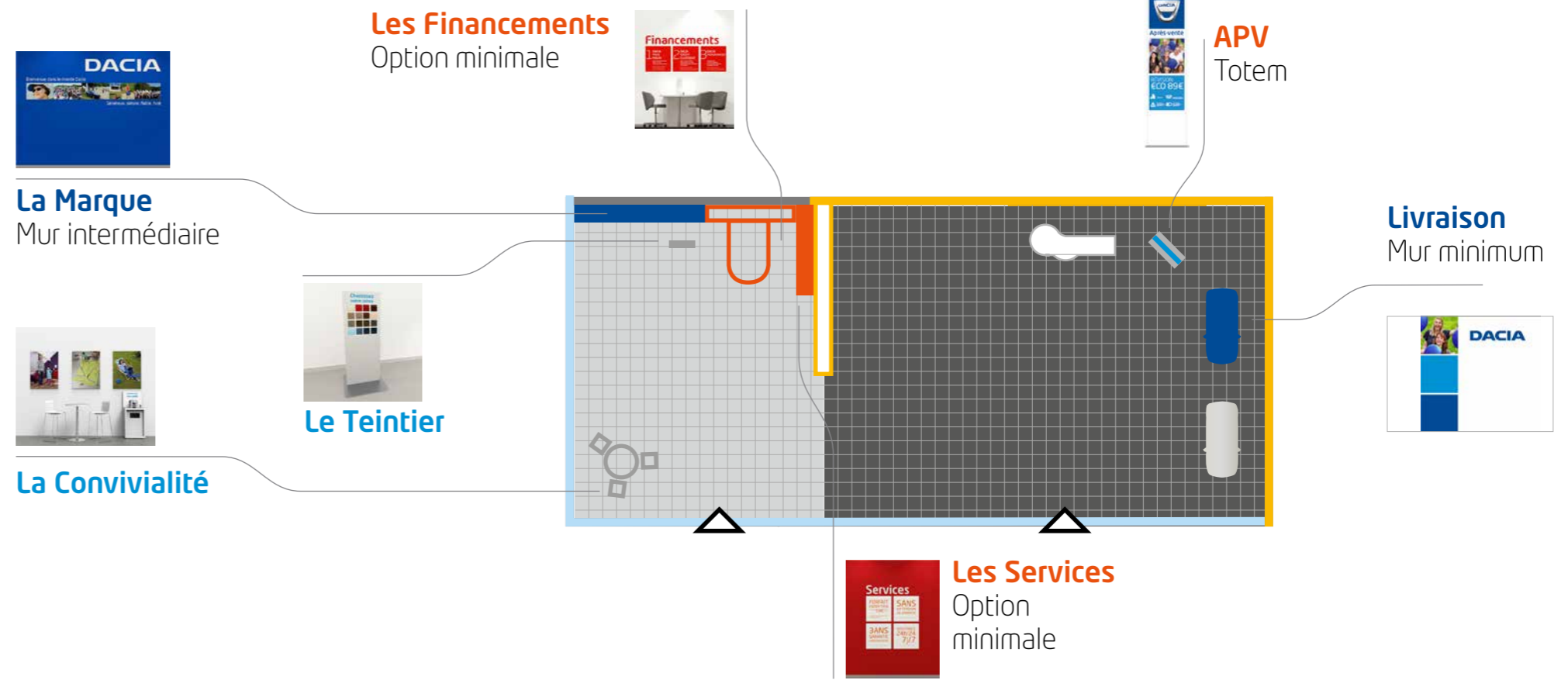
Légende :

 **Mur Renault**

 **Vitrage**

 **Mur Dacia**

 **Cloison**

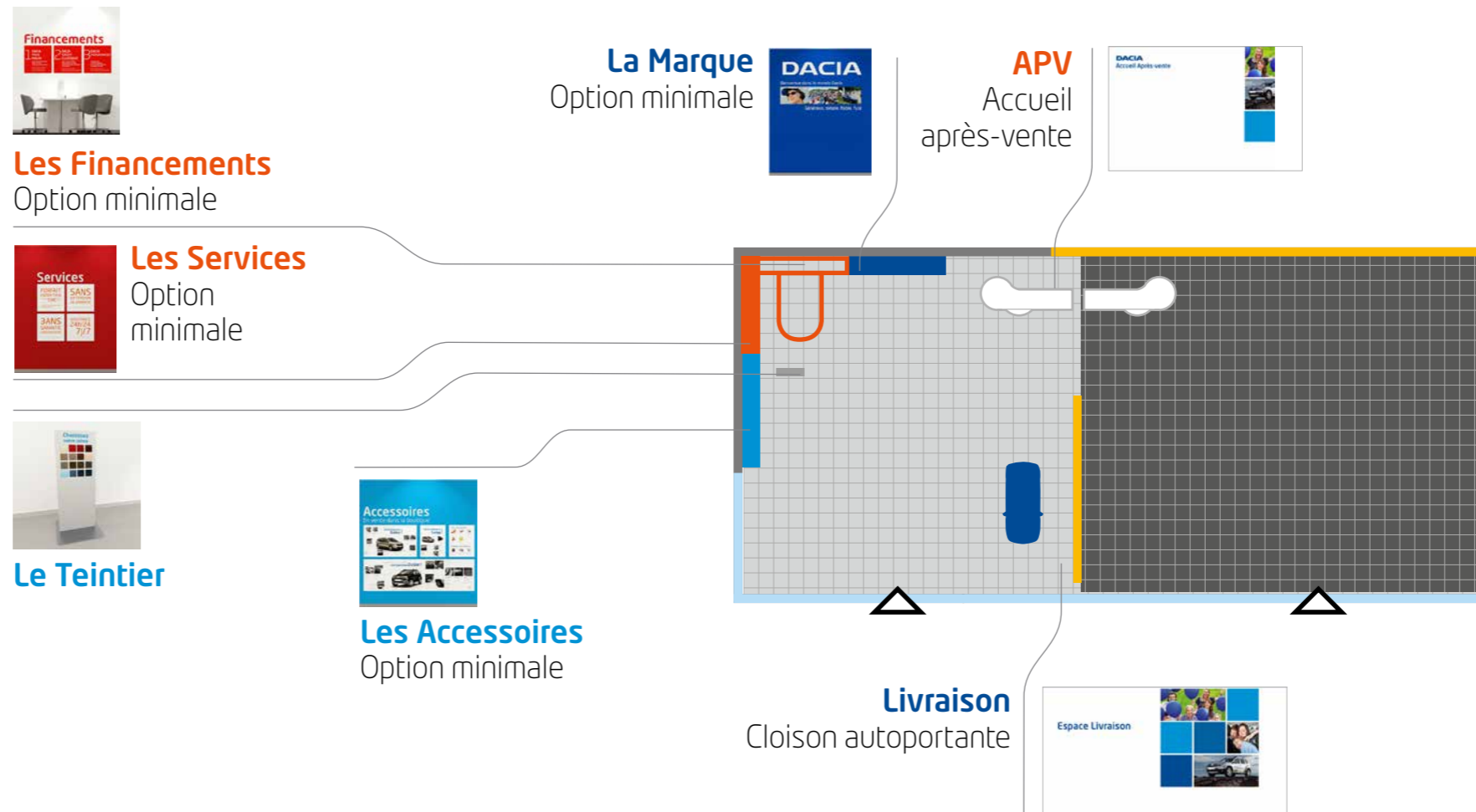


Le showroom dédié - Les configurations possibles

- La Marque
- Les Services
- Les Financements + Bureau vendeur
- Les Accessoires
- Le Teintier
- La Convivialité
- L'après-vente
- La Livraison

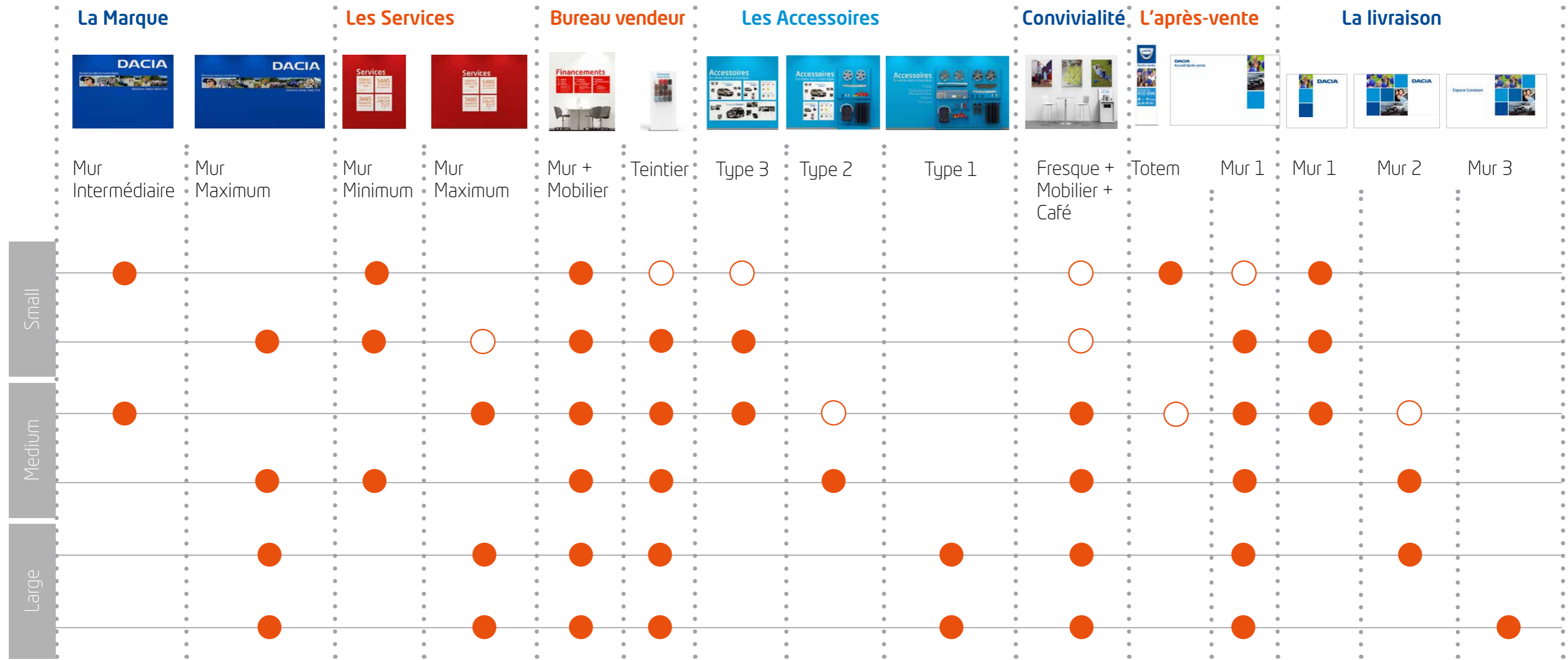
Légende :

- Mur Renault
- Vitrage
- Mur Dacia
- Cloison



Le showroom dédié - Les configurations possibles

Synthèse



- Présence préconisée
- Option possible en fonction de l'espace disponible

Le showroom dédié - Exposition VN



Pour rendre la gamme lisible :

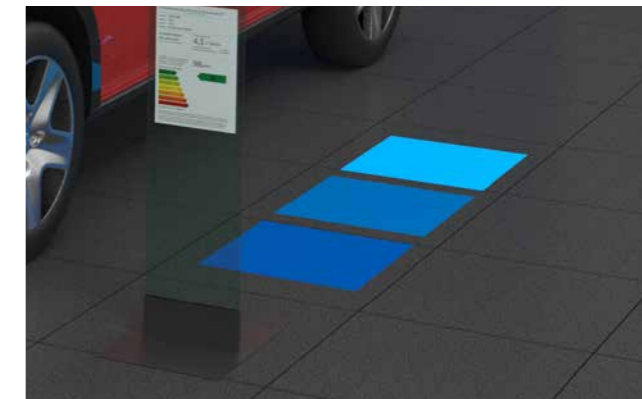
Le marquage permet de mieux organiser l'exposition dans le showroom car les véhicules sont toujours exposés au bon endroit.

L'éclairage directionnel peut être réglé au mieux pour valoriser les véhicules.



Détail pastille
Les pastilles sont toujours positionnées du côté conducteur.

Le présentoir prix est disposé à 45 cm devant la pastille bleue foncée, lisible par le client.



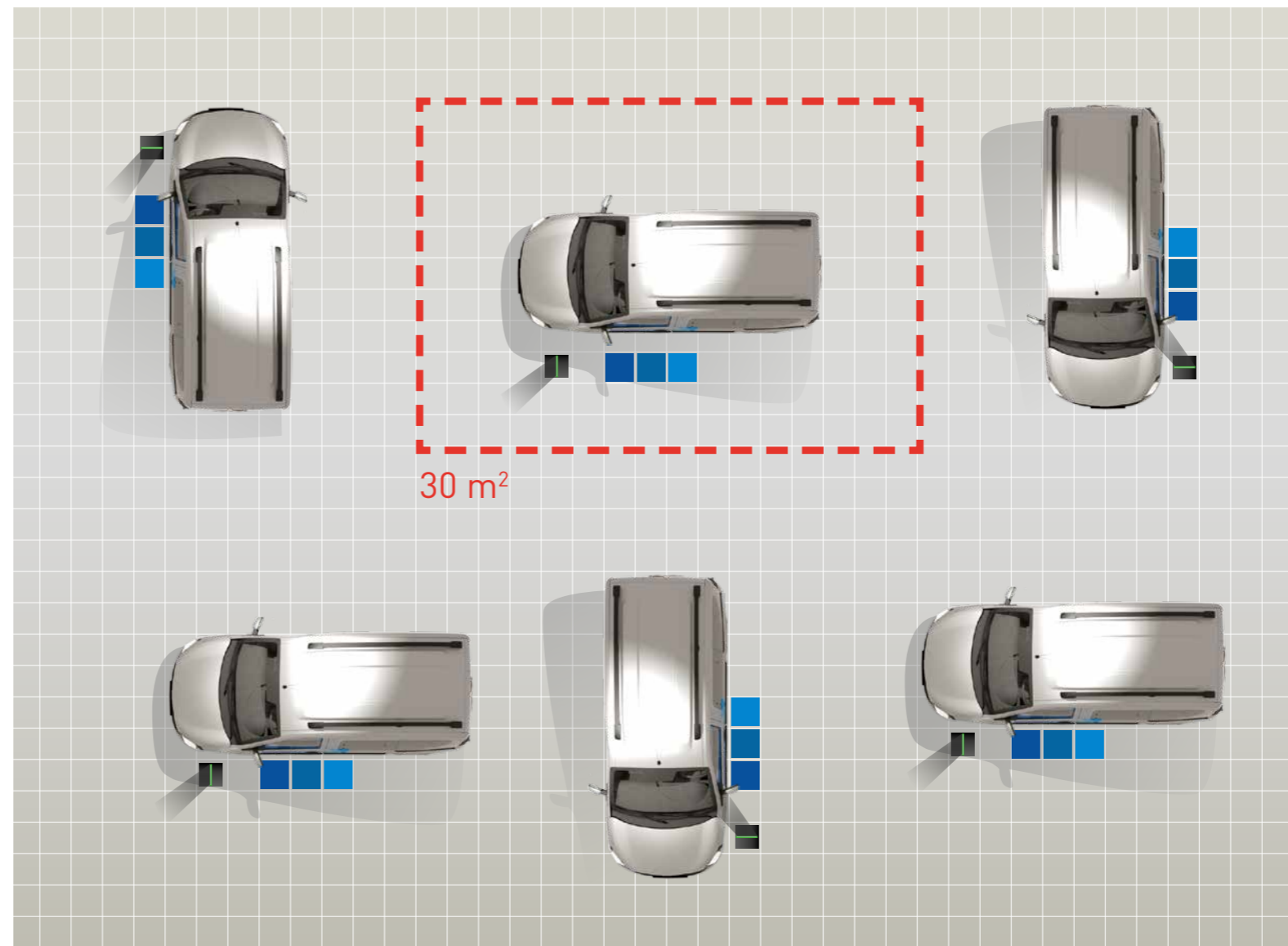
Lorsque le marquage est posé sur le carrelage d'un showroom Renault, les pastilles conservent leurs dimensions (cf. p. 18)

Le showroom dédié - Exposition VN



Règle d'orthogonalité :

Les véhicules sont exposés de manière perpendiculaire en suivant la trame du carrelage. Chaque véhicule doit disposer d'une surface minimum de 30 m².

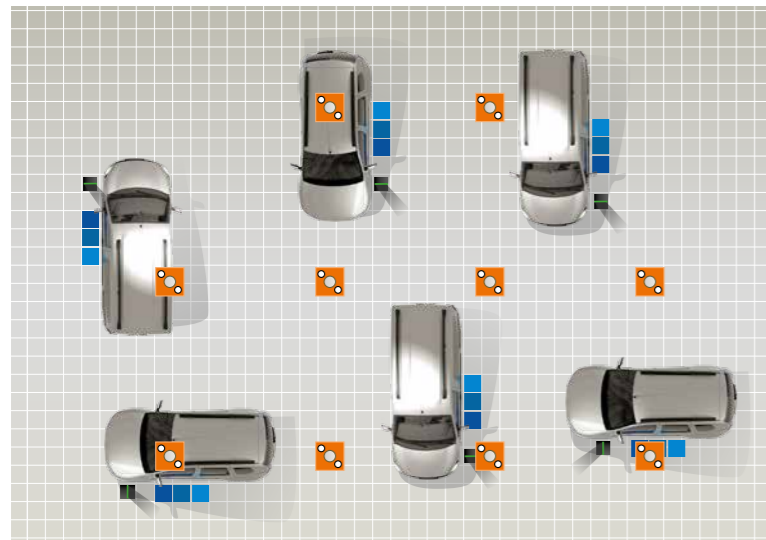


Le showroom dédié - L'éclairage

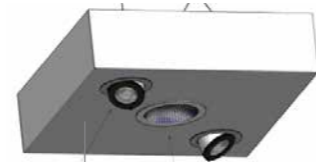
Une trame lumineuse pour structurer l'espace

Avec ou sans faux plafond, le principe réside dans la combinaison d'un éclairage générique à LED, procurant la lumière d'ambiance et de deux éclairages d'accentuation, pour la mise en valeur des véhicules.

Dans un showroom Dacia à proximité avec le showroom Renault, l'éclairage peut être généralisé pour les deux marques.



Exemple de trame dans le showroom



Module autonome installé à 3 m du sol



Le plafond est à ± 3 m du sol, le module est encastré dans le faux plafond



Modules suspendus installés à 3 m du sol



Modules encastrés dans le faux plafond

La Dacia Box

Un showroom Dacia Évolution complet

Les caractéristiques :

- › Pas d'exposition Renault à proximité directe,
- › Un carrelage gris clair Dacia.

Les points de contact :

- ① Mur de Marque ,
Services,
Financements,
- ② Bureaux vendeurs dédiés Dacia,
- ③ Un Espace Livraison spécifique,
- ④ L'Accueil après-vente.



La Dacia Box - les Muraux

La vente

- 1 Mur de Marque / Services / Financements,
- 2 Des bureaux vendeurs dédiés Dacia,
- 3 Un espace convivialité.



La Dacia Box - Le mur de Marque



Découverte et projection dans l'univers Dacia :

Un mural reprend les codes couleurs de la Marque et met en avant la communauté Dacia et le contenu de la Marque.

Il se décline en deux formats selon l'espace disponible et la composition préconisée.

Il est idéalement placé face à l'entrée, entre le mur des Services et celui des Accessoires.

N.B. Les muraux sont juxtaposés :

Les mises en peinture des murs thématiques sont réalisés sans séparations ou zones de neutralité.

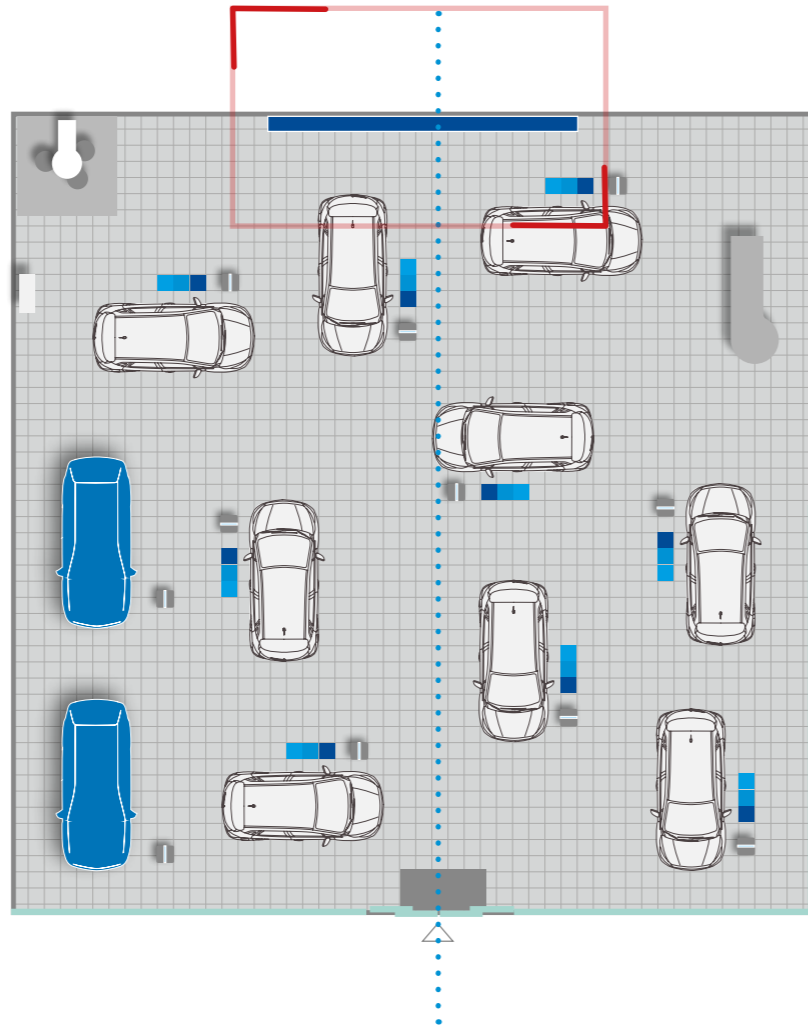


Mur intégral
6 x 3 m

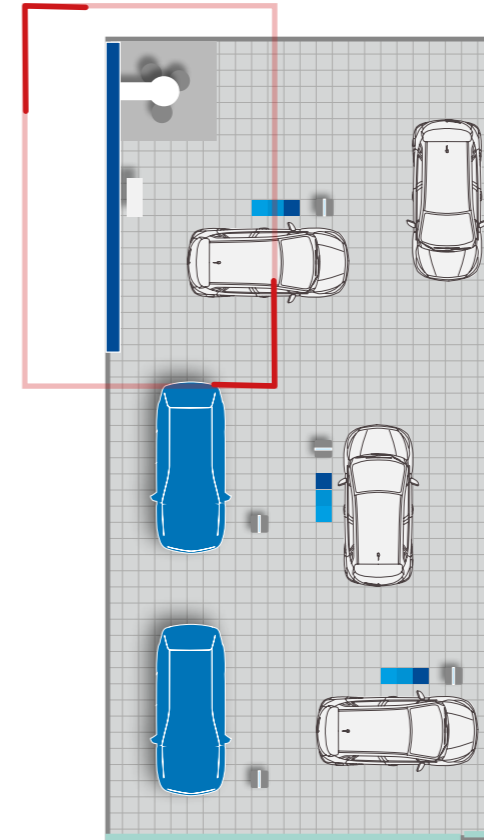


Option intermédiaire
3,8 x 3 m

La Dacia Box - Le mur de Marque



😊 Le mur de Marque est idéalement placé dans l'axe de l'entrée au milieu du showroom.



😞 Le mur de Marque ne doit jamais prolonger l'aire de livraison ou est associé à un bureau vendeur.

La Dacia Box - Les Accessoires



Accessibilité et choix des accessoires sur mesure :

Pour vendre davantage, un mural bleu clair porte le message Accessoires et présente l'offre Accessoires Dacia.

Différentes configurations sont possibles en fonction de l'espace disponible et de l'assemblage retenu.

L'offre Accessoires Dacia est mise en lumière dans le showroom.

Les plans merchandising sont indiqués dans le cahier des charges technique.



Type 1

Meuble autoportant 2 modules +
marquages adhésifs.
5 x 3 m



Type 2

Meuble autoportant 1 module +
marquages adhésifs + visuels
5 x 3 m



Type 3

Marquages adhésifs + visuels
5 x 3 m

Les muraux sont juxtaposés :

Les mises en peinture des murs thématiques sont réalisés sans séparations ou zones de neutralité.

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

La Dacia Box - Les Accessoires - Type 1



Accessibilité et choix des accessoires sur-mesure :

Type 1 : Une présentation des accessoires physiques.

Le choix des accessoires est à définir par le pays en fonction des recommandations de la Direction Après Vente.

Le meuble autoportant est toujours implanté devant le mur mis en peinture et accompagné des marquages adhésifs.



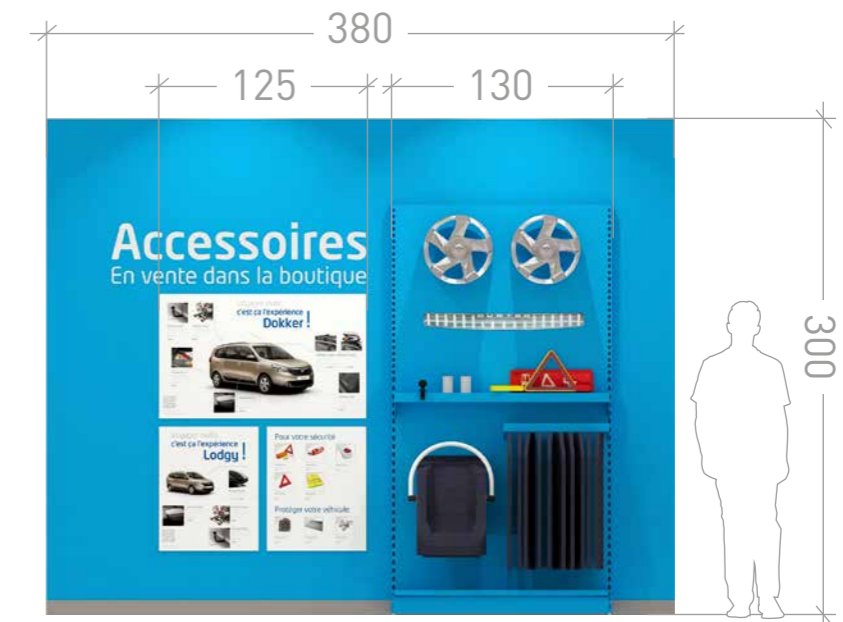
Détail meuble Accessoires :
Meuble autoportant en acier laqué bleu clair à crémaillères.

La Dacia Box - Les Accessoires - Type 2



Accessibilité et choix des accessoires :

Type 2 : Une variante de la typologie 1, un mixte entre la présentation physique et la représentation des accessoires sous la forme de visuels.



Option intermédiaire

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

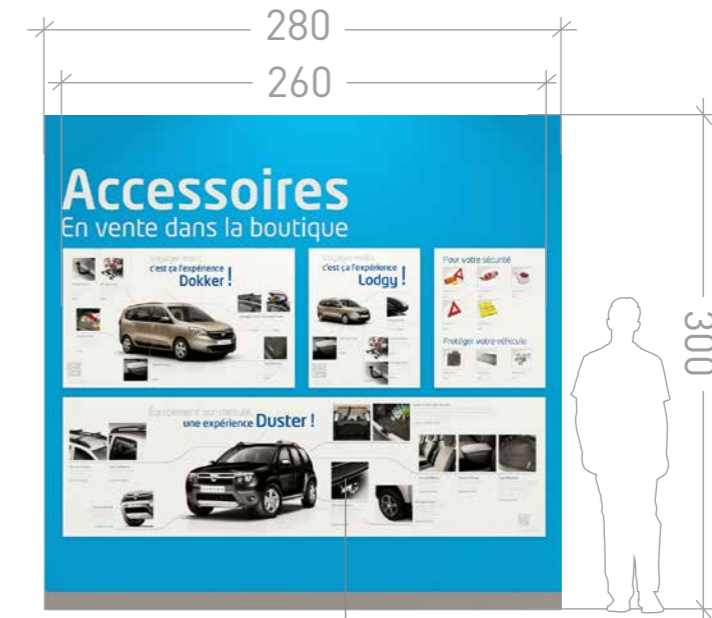
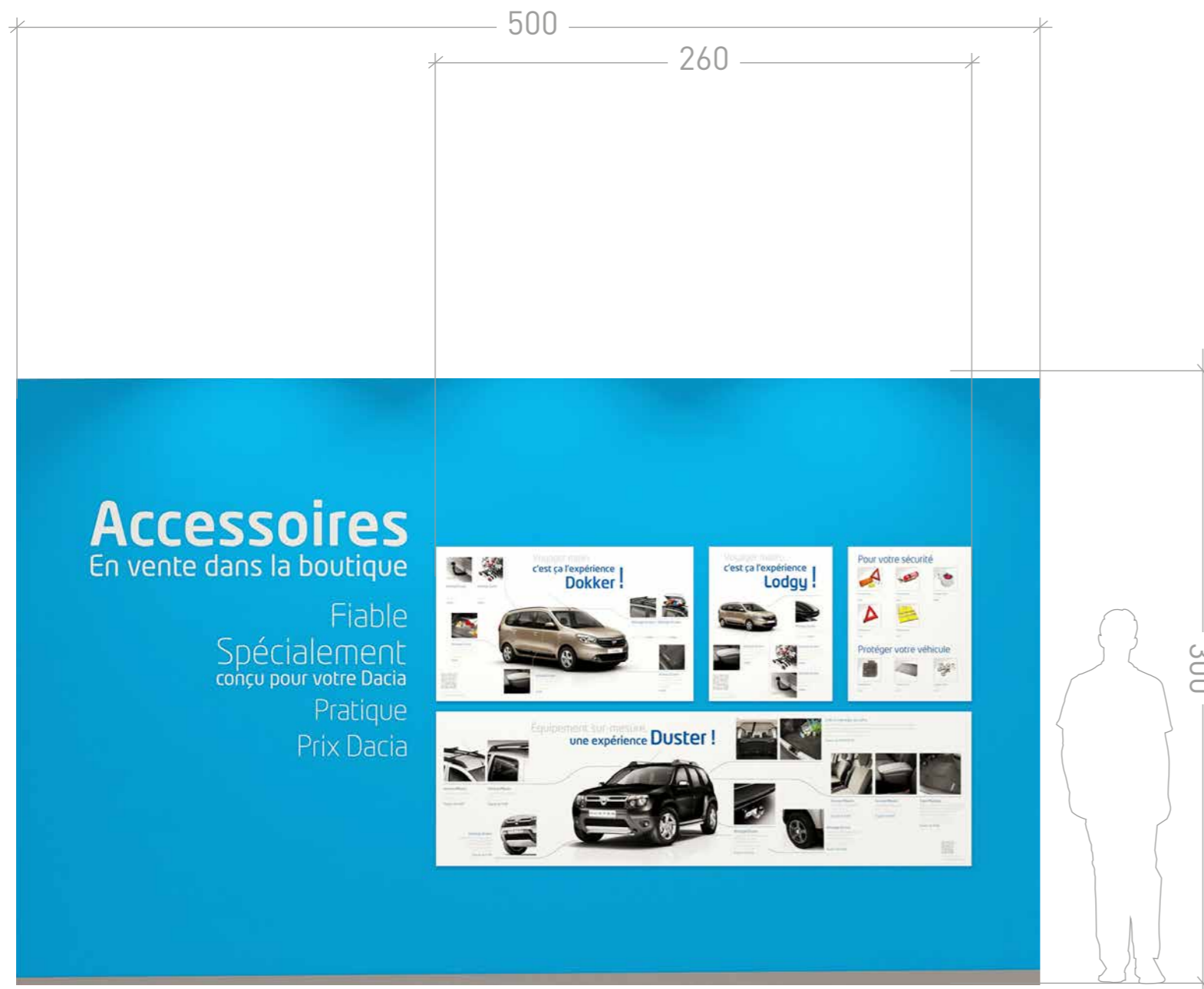
La Dacia Box - Les Accessoires - Type 3



Accessibilité et choix des accessoires sur mesure :

Type 3 : Une option 100% visuelle est possible pour mettre en avant les Accessoires.

Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.



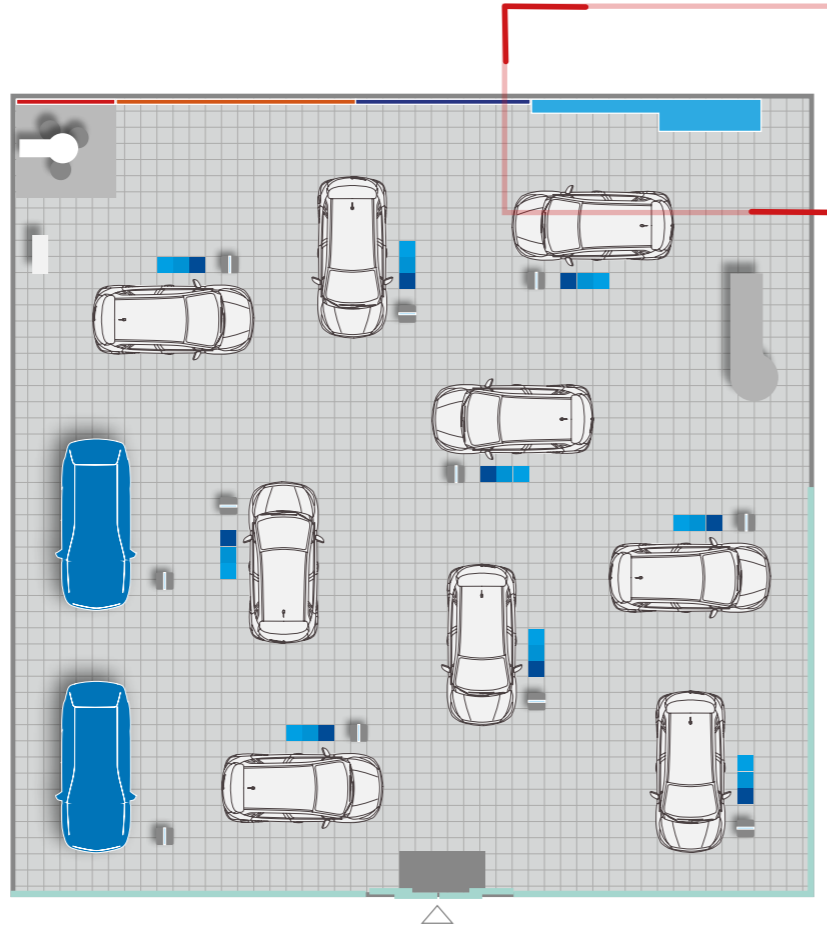
Option minimale



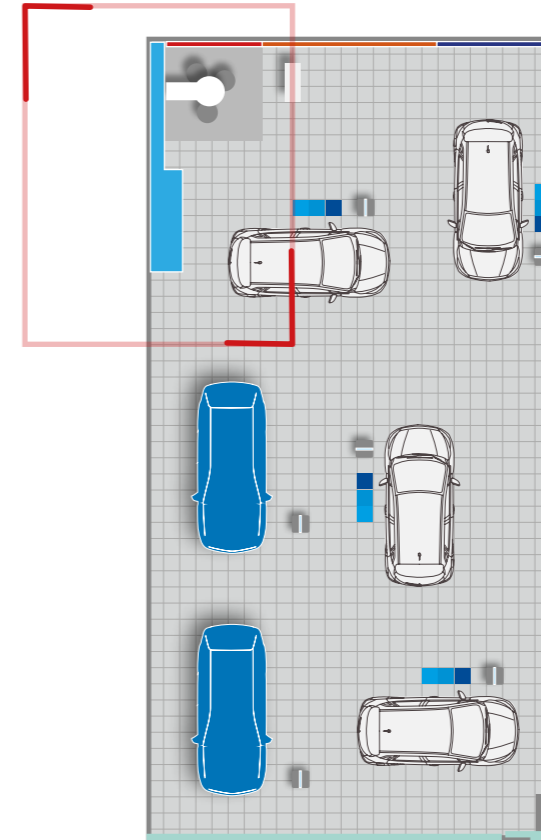
Détail : Valorisation des USP des accessoires.

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

La Dacia Box - Les Accessoires



Le mural Accessoires est situé plutôt du côté du service après-vente



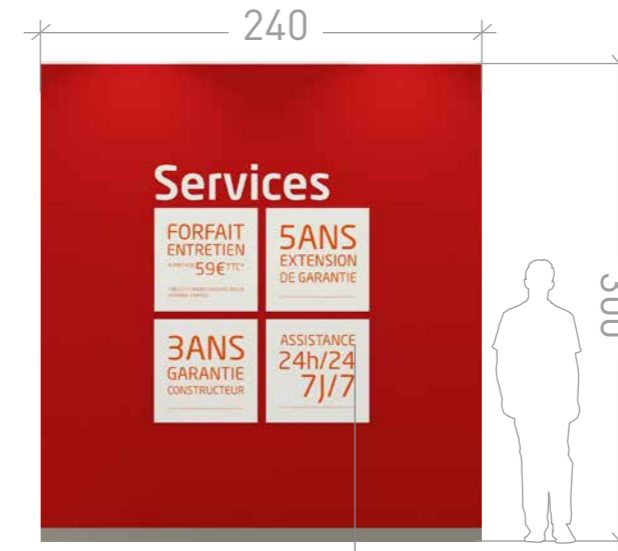
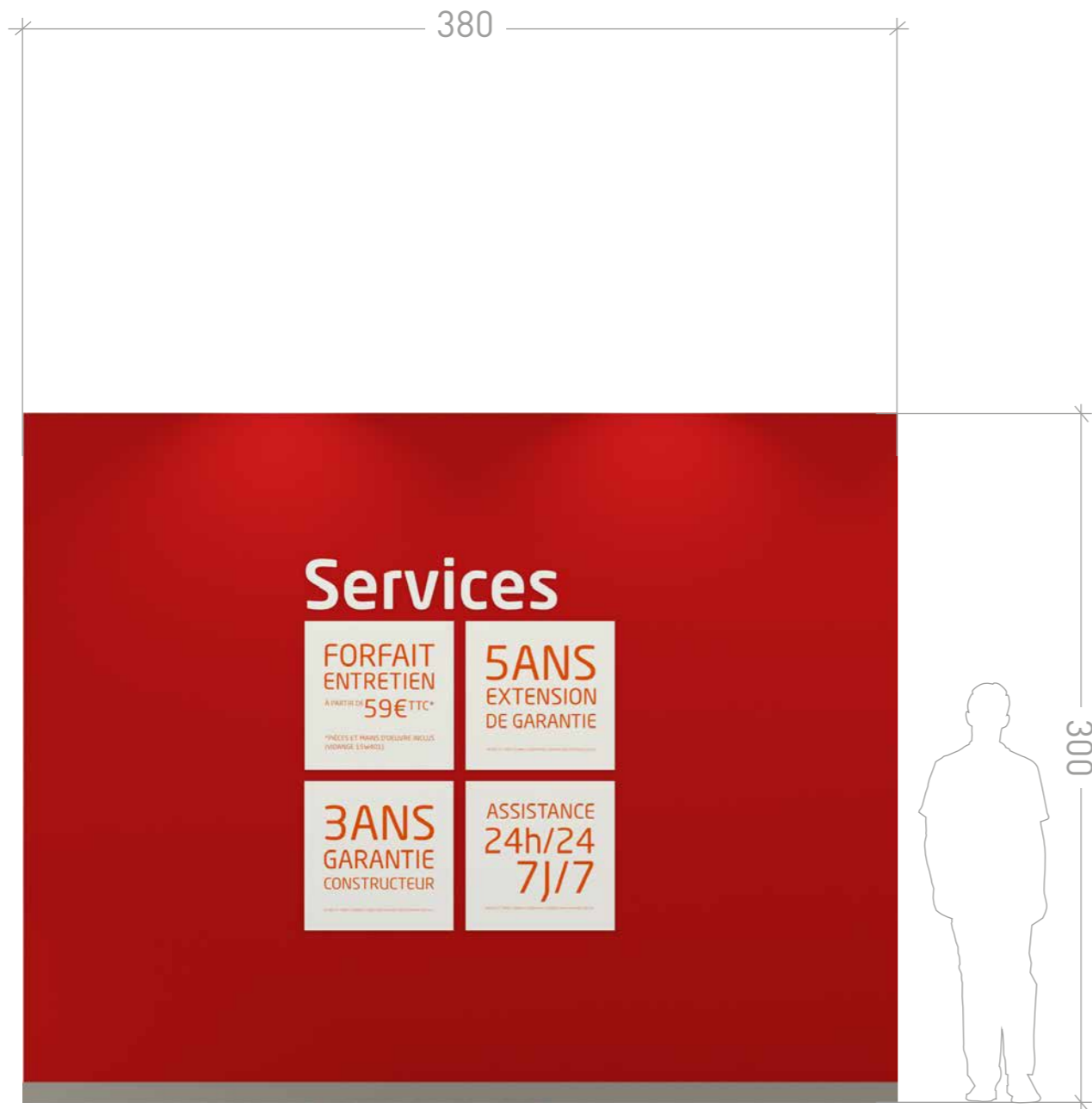
Le bureau vendeur ne doit pas être devant le mural Accessoires.

La Dacia Box - Les Services



Pour mettre en avant l'offre de services :

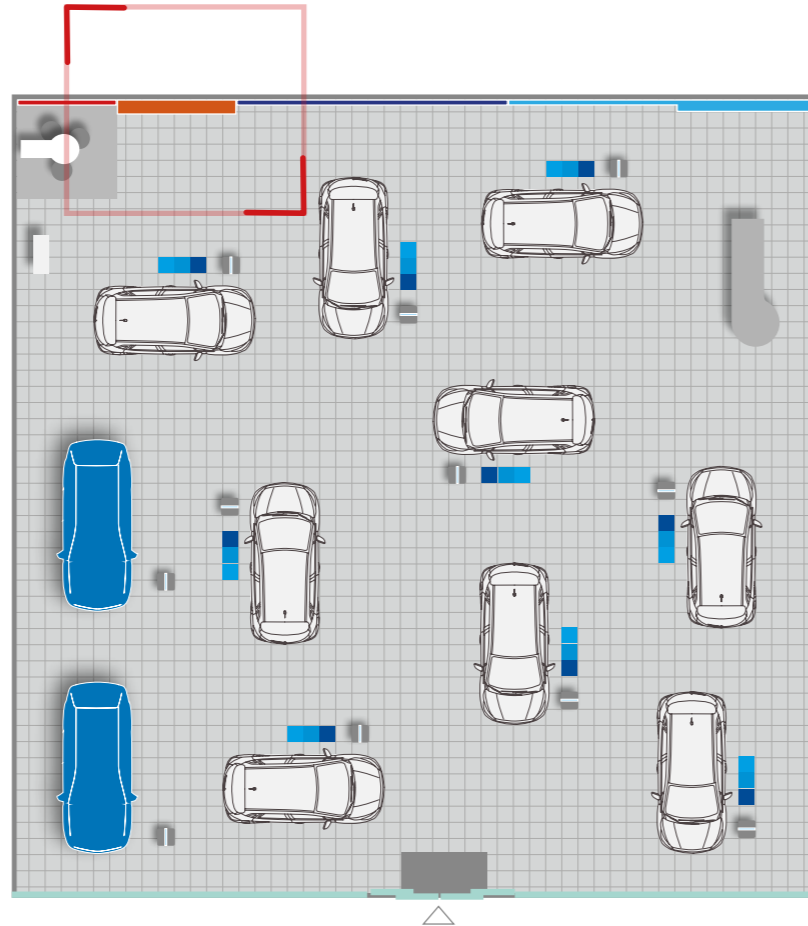
4 Services phares proposés par la Marque sont présentés sur un fond rouge orangé. N.B. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.



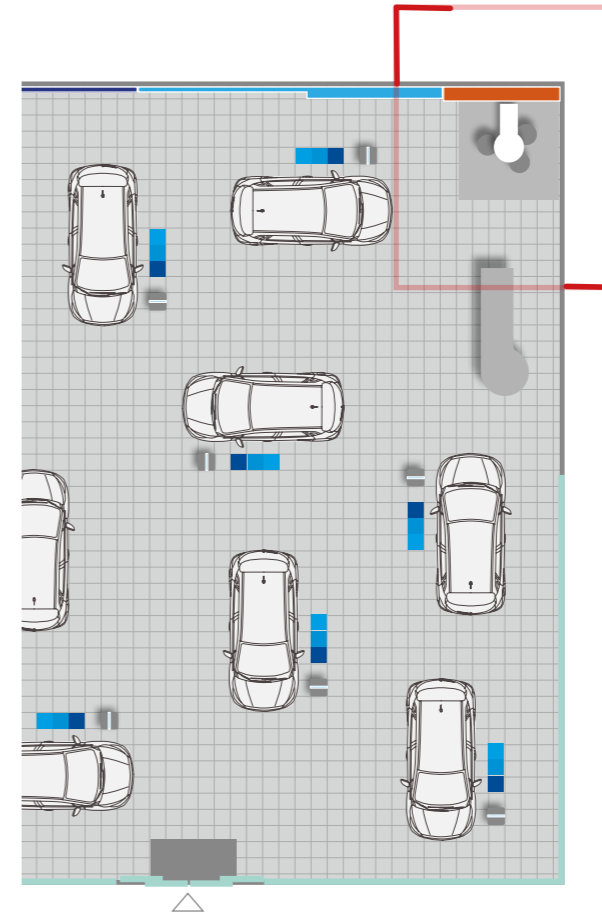
Option minimale



Détail : les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

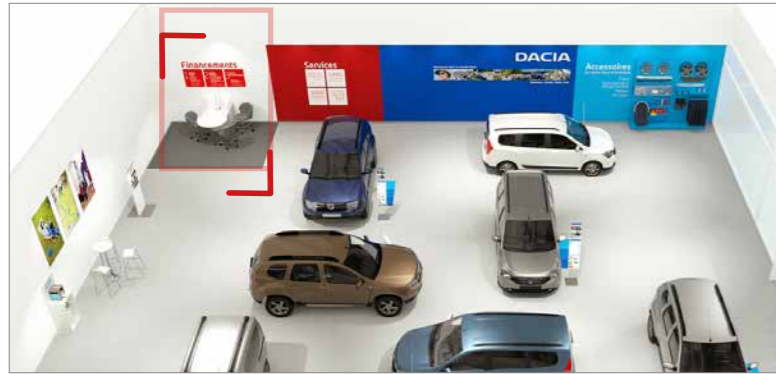


😊 Le mural Services est disposé à proximité du bureau vendeur entre le mur de Marque et le mur Financement.



😞 Le mural Services ne doit pas être à proximité de l'accueil après-vente.

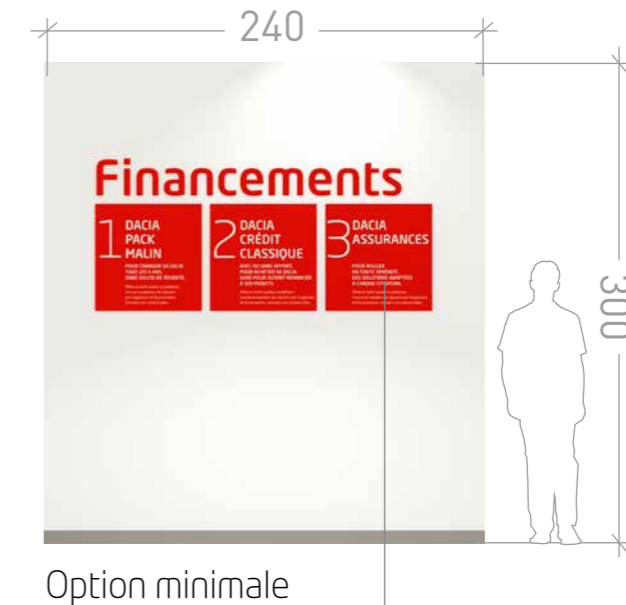
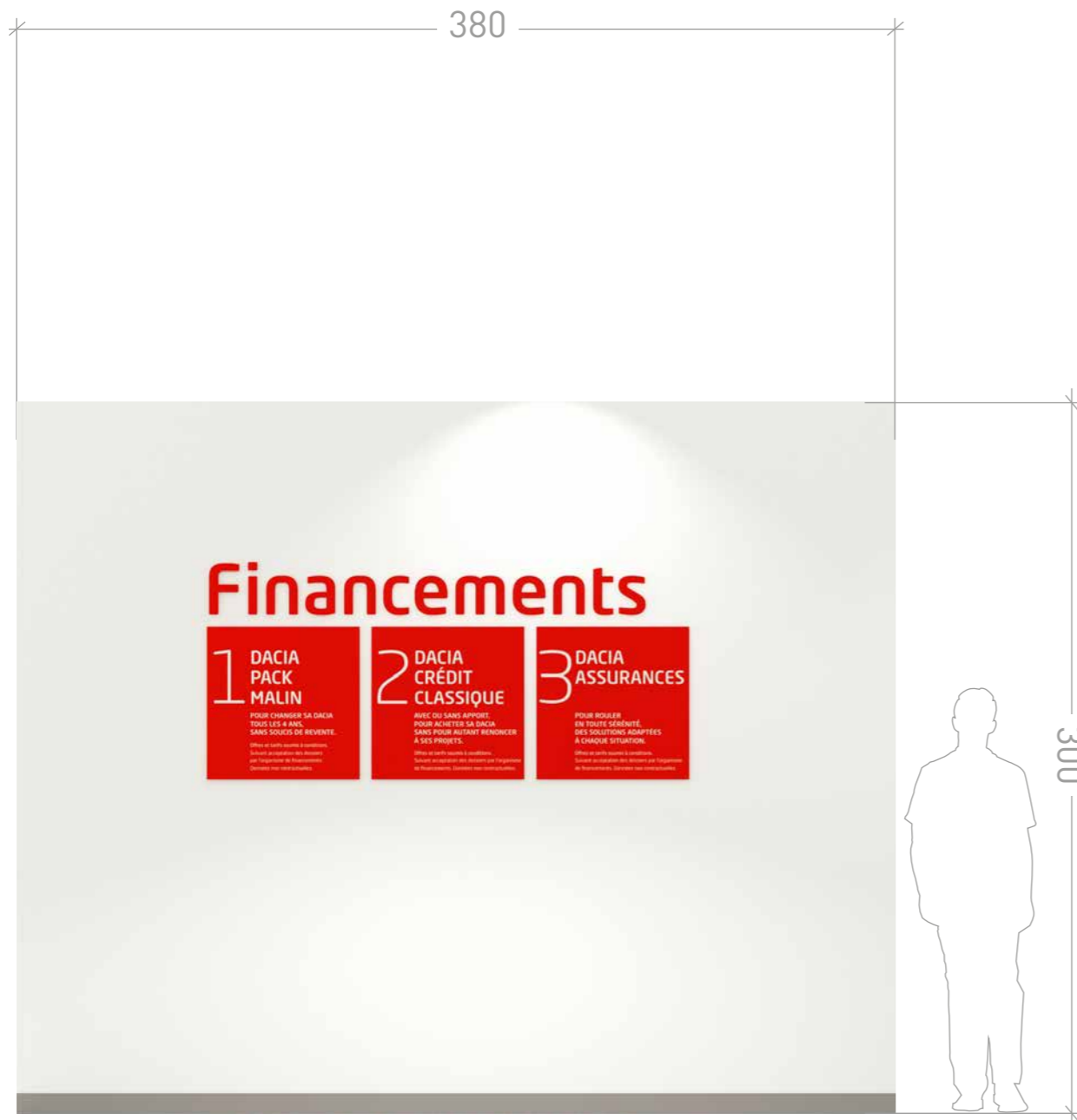
La Dacia Box - Les Financements



Un outil de conseil et d'aide à la vente :

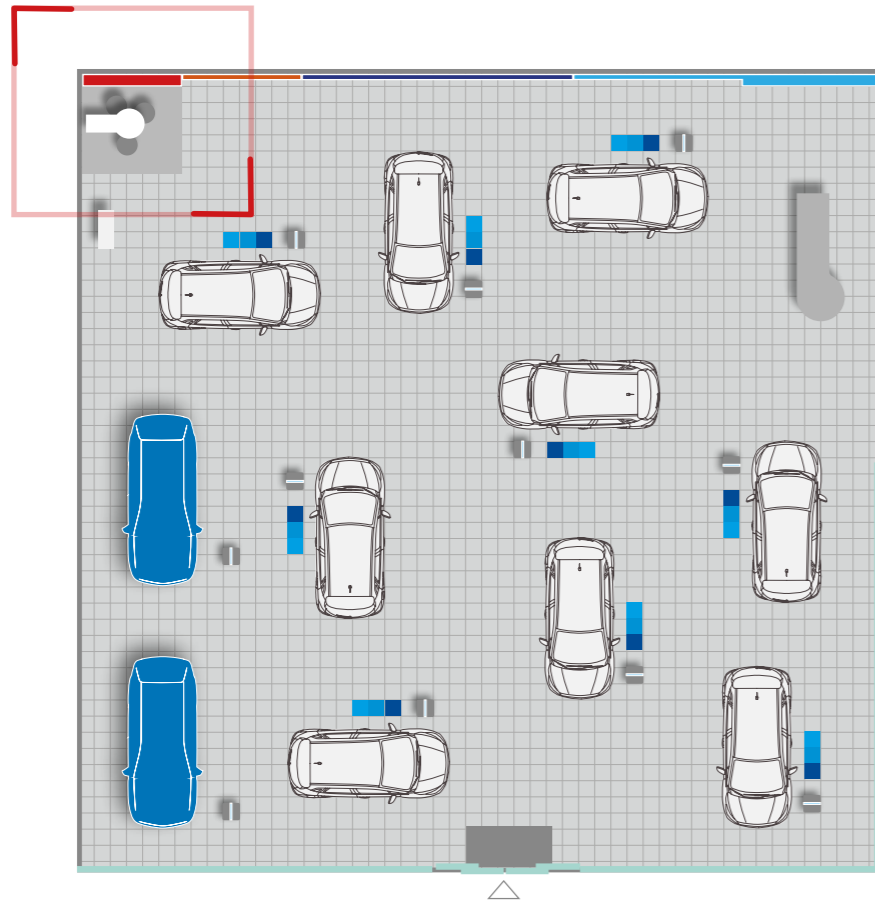
Pour faciliter le parcours achat du client, positionné derrière le bureau vendeur, un mural renseigne sur les solutions de financement.

Prérequis : le mur doit être absolument blanc avant l'application des éléments de marquage.

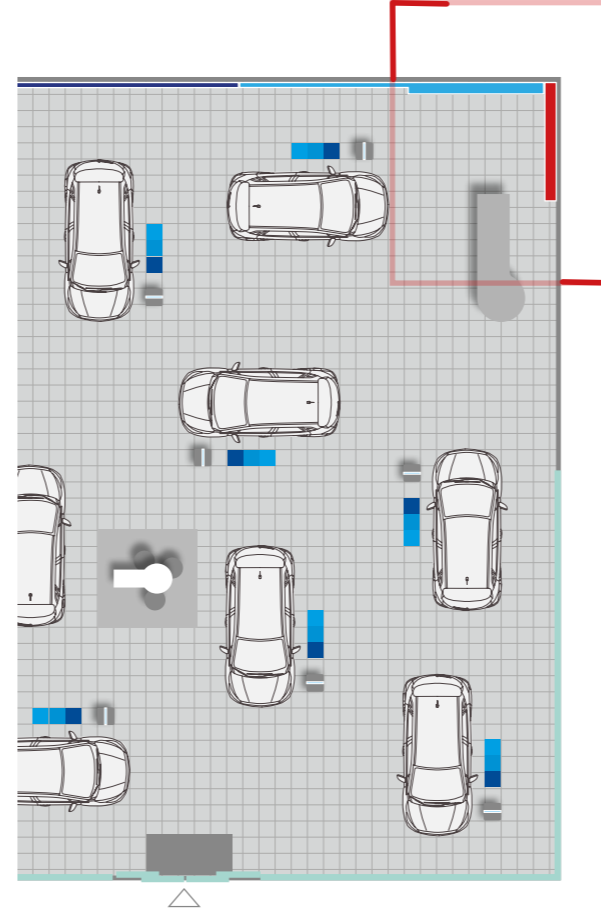


Détail : les contenus sont donnés à titre indicatif ; les contenus définitifs seront définis par les directions marketing pays.

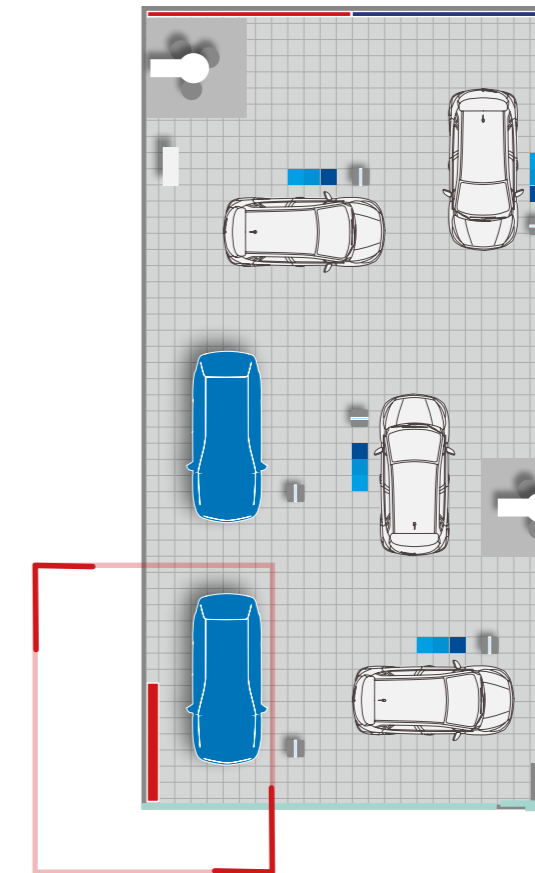
La Dacia Box - Les Financements



Le mural Financements est proche du bureau vendeur.



Le mural Financements ne doit pas être à proximité du comptoir après-vente.



Le mural Financements ne doit pas être isolé des autres murs et déconnecté du bureau vendeur.

La Dacia Box - Le bureau vendeur



Le mobilier du bureau vendeur

Il permet d'accueillir le client de manière formelle et pratique. Il est associé au mural « Financements » (sauf lorsqu'il est placé en îlot).



Le Bureau de vente :

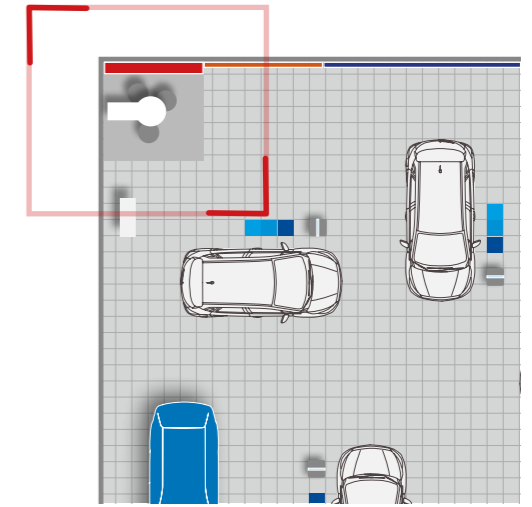
> Mobilier identique au bureau vendeur Renault

Les sièges :

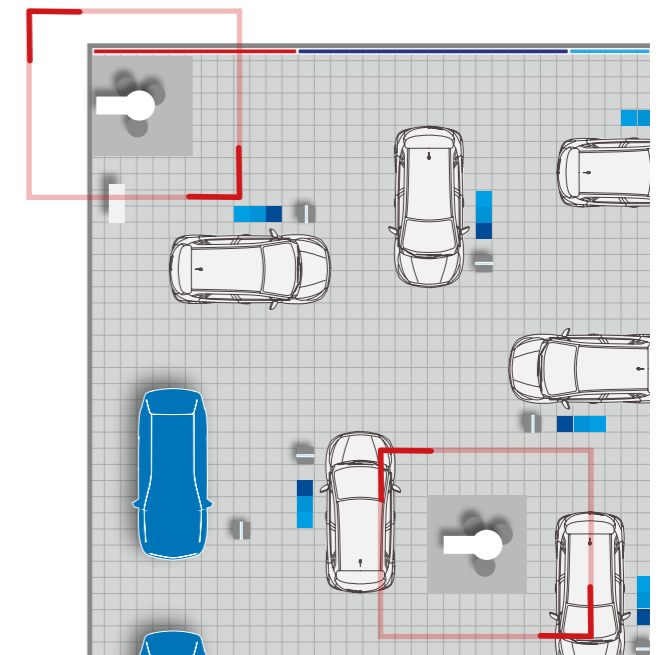
> 3 sièges de couleur grise :
1 siège vendeur
+ 2 sièges clients

Le tapis :

> Formats : dépendant du mural « Financements »
3,80 x 3,80 m ou 2,80 x 2,80 m



Le bureau vendeur est contre un des murs du showroom et solidaire du mural Financements.



D'autres bureaux vendeur peuvent être placés en îlot dans le showroom.

La Dacia Box - L'espace de convivialité



Pour partager un moment convivial :

La possibilité de disposer d'un espace café pour accueillir et échanger de manière informelle.

Cet espace est associé aux fresques d'ambiance.



Meuble Café



Table haute



Tabouret haut standard

La Dacia Box - L'espace de convivialité



Représentation de l'univers de Marque Dacia
à travers trois fresques.

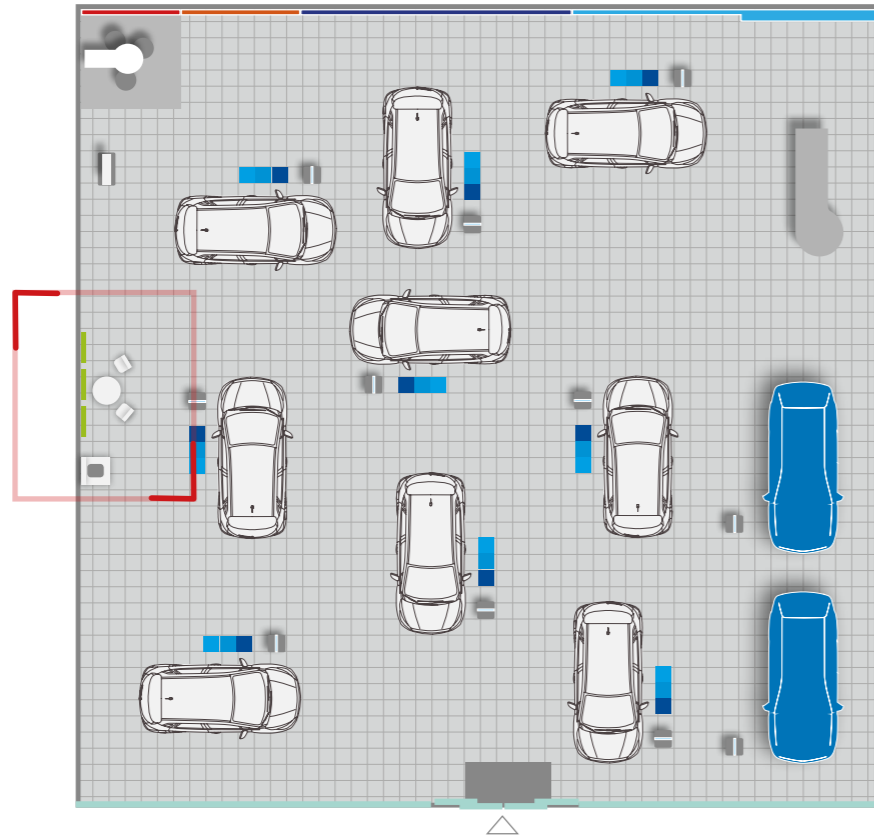
N.B. Les dimensions sont données à titre indicatif.
La dimension des fresques peut être augmentée
en fonction de la taille et de la hauteur du showroom.



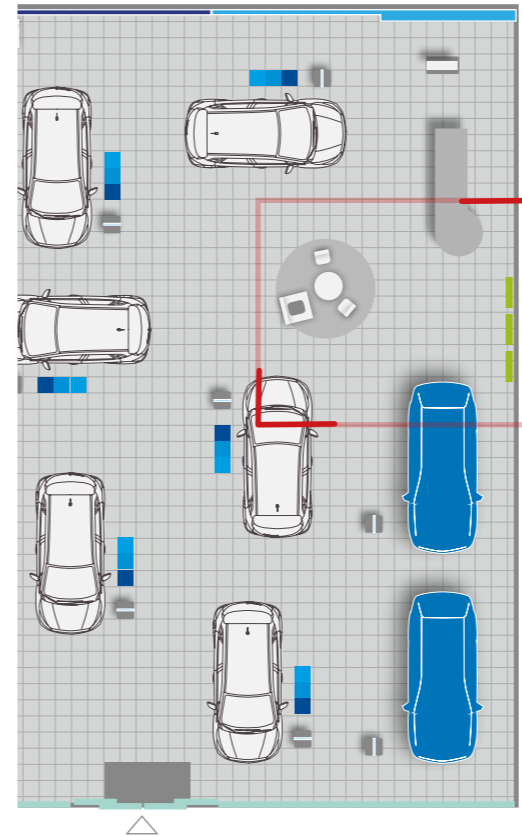
N.B. Chaque région/pays a la possibilité d'utiliser les fresques corporate ou de sélectionner d'autres visuels. Dans ce dernier cas, les visuels sélectionnés seront à transmettre à Brand Stores pour validation.

Exemple : Fresques exposées dans les showrooms en France.

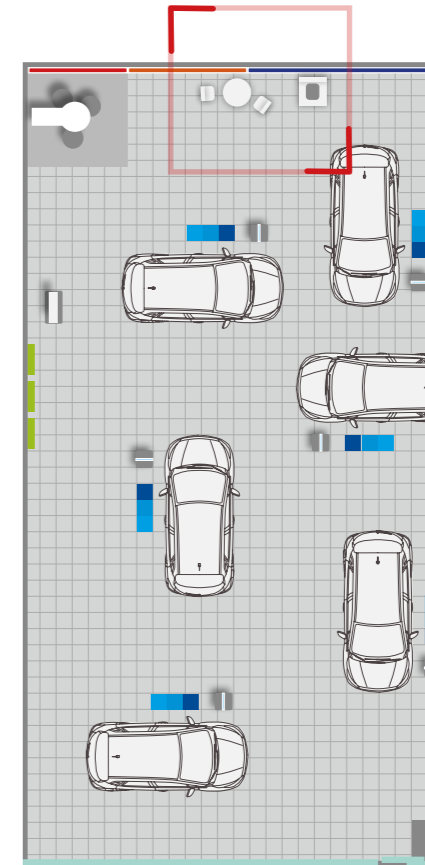
La Dacia Box - L'espace de convivialité



L'espace convivialité est placé dans un espace calme du showroom, à distance des murs, des espaces de vente ou après-vente.



L'espace convivialité ne doit pas être en îlot dans le showroom et dans un flux client.

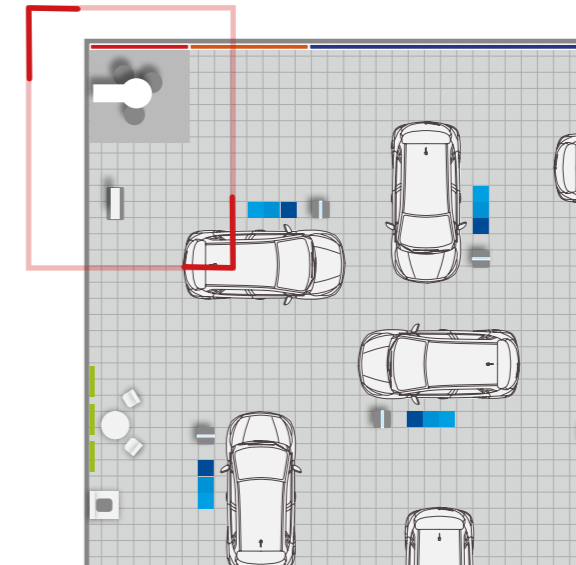
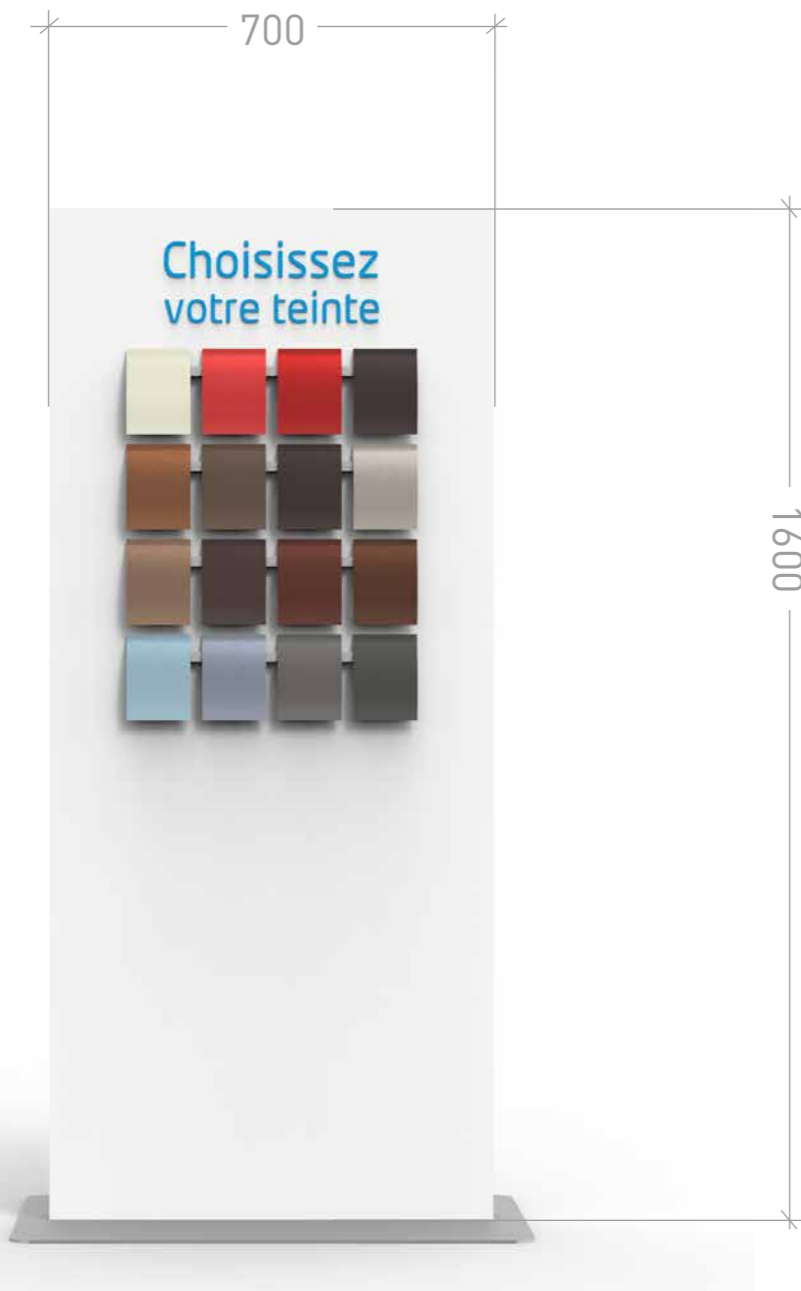


L'espace convivialité ne doit pas être contre un mural et/ou à proximité d'un bureau vendeur.



Le nuancier des teintes de carrosserie :

Pour configurer son véhicule et choisir sa finition, le teintier est présent dans le showroom à proximité du bureau vendeur ou de l'espace convivialité lorsqu'il est présent. C'est un dispositif utile pour les vendeurs et pour le client.



Le nuancier est idéalement disposé près du bureau vendeur.

L'Accueil après-vente

Un mur aux couleurs de la Marque signale l'accueil après-vente.

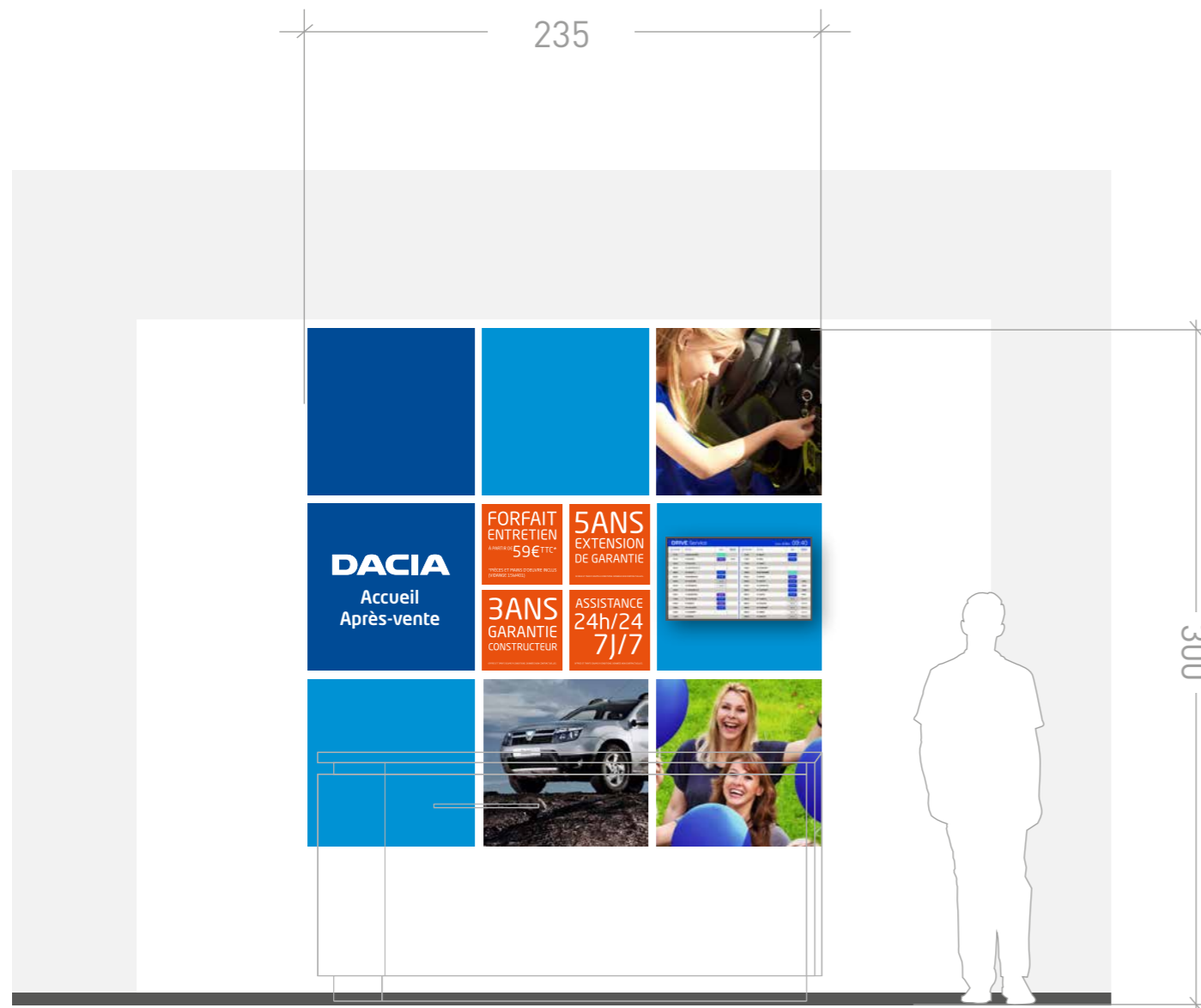
Il comprend le comptoir après-vente avec l'écran de suivi des services et des visuels promotionnels.



La Dacia Box - L'accueil après-vente

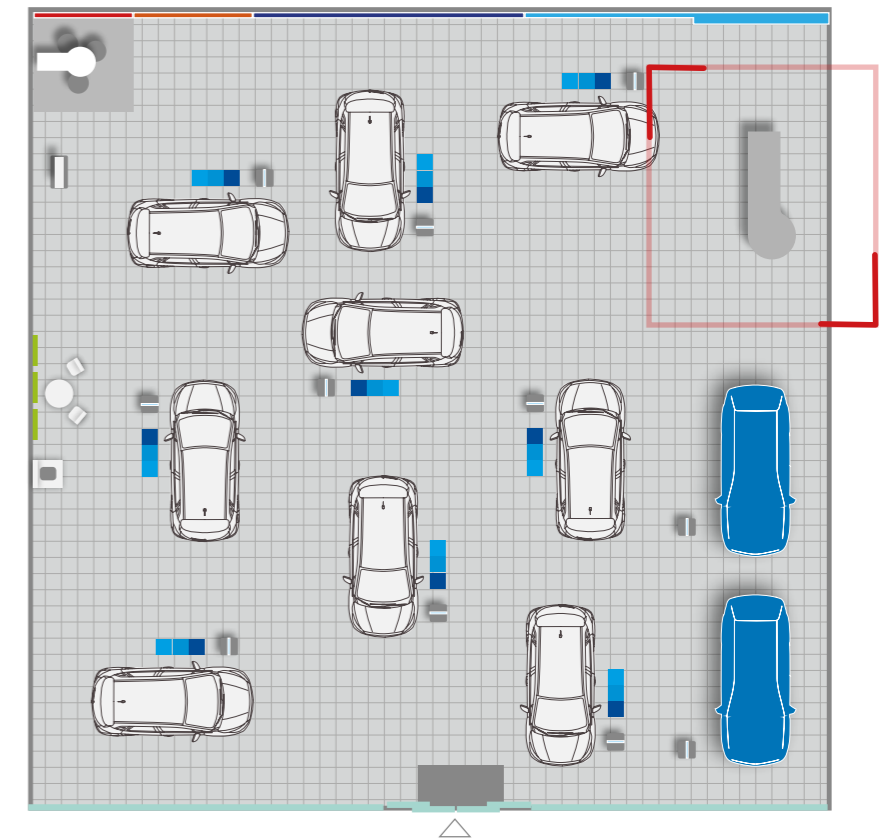


Cette configuration reprend tous les codes graphiques de la Marque, couleurs et visuels.
L'écran de suivi des services est intégré au visuel.



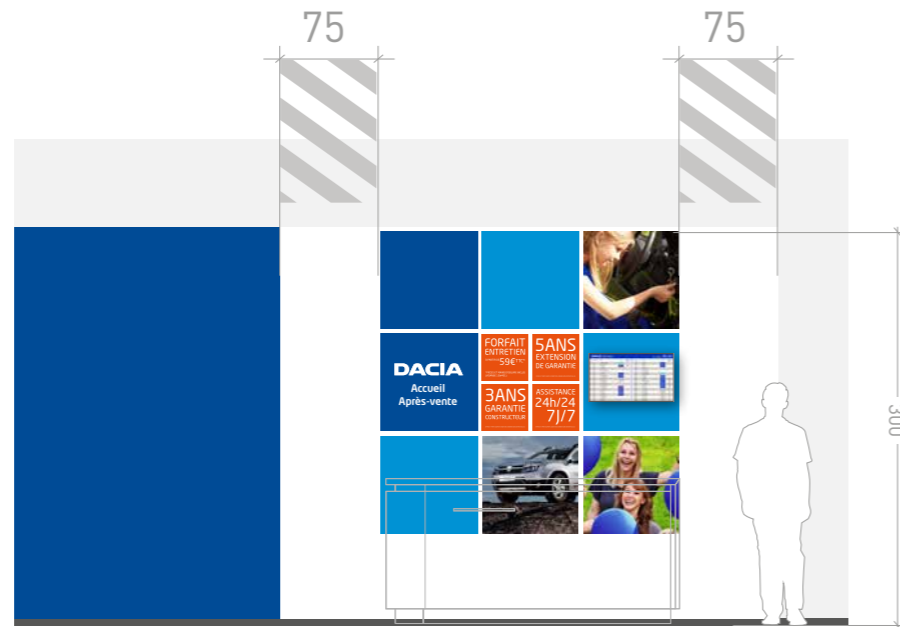
FORFAIT ENTRETIEN A PARTIR DE 59€ TTC* <small>*PIÈCES ET MAINS D'ŒUVRE INCLUS (EXEMPLE SCHNORR)</small>	5 ANS EXTENSION DE GARANTIE
3 ANS GARANTIE CONSTRUCTEUR	ASSISTANCE 24h/24 7J/7

Détail : les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

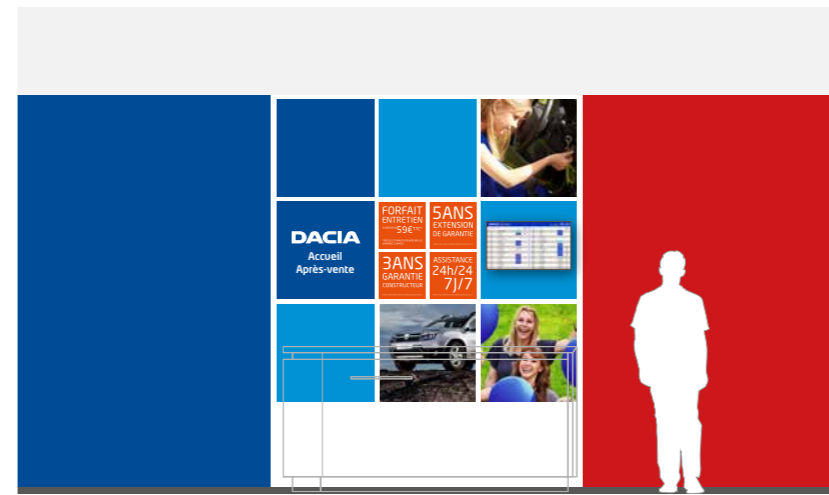


 L'accueil après-vente est placé de préférence au fond du showroom vers une porte d'accès au back-office.

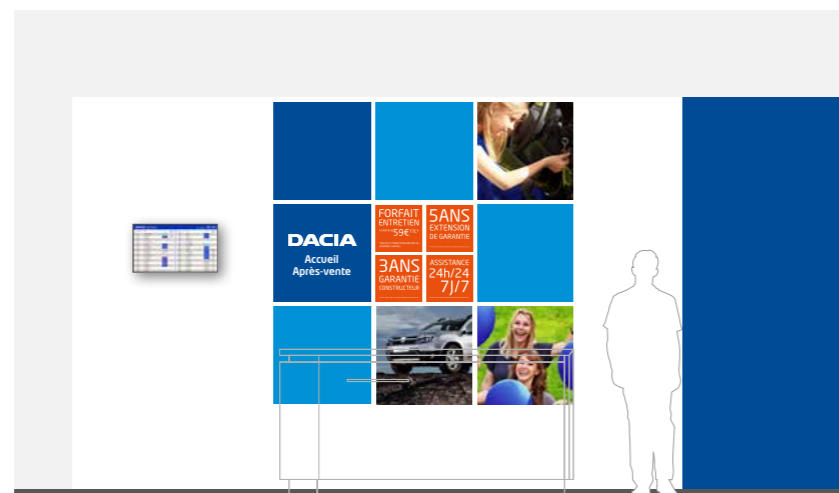
La Dacia Box - L'accueil après-vente



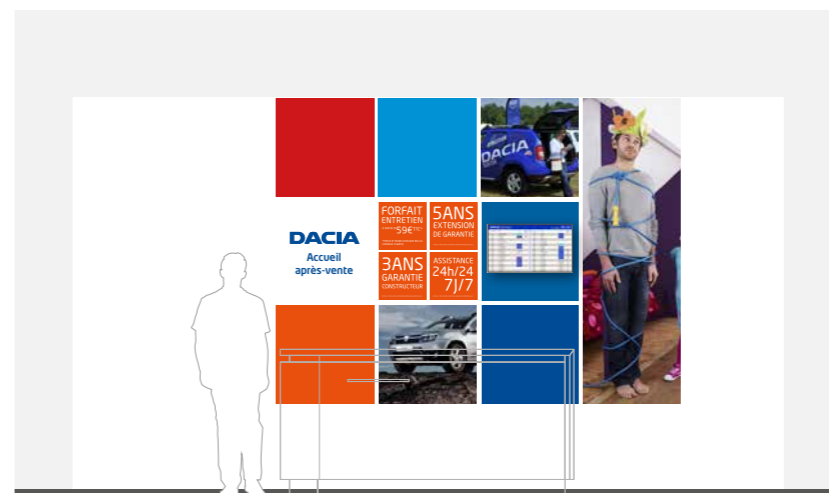
Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels de l'accueil après-vente.



L'accueil après-vente ne doit pas être enclavé dans les murs.



L'écran de suivi des services ne doit pas être excentré du mural.



Le principe de composition graphique ne doit pas être modifié.

La Livraison

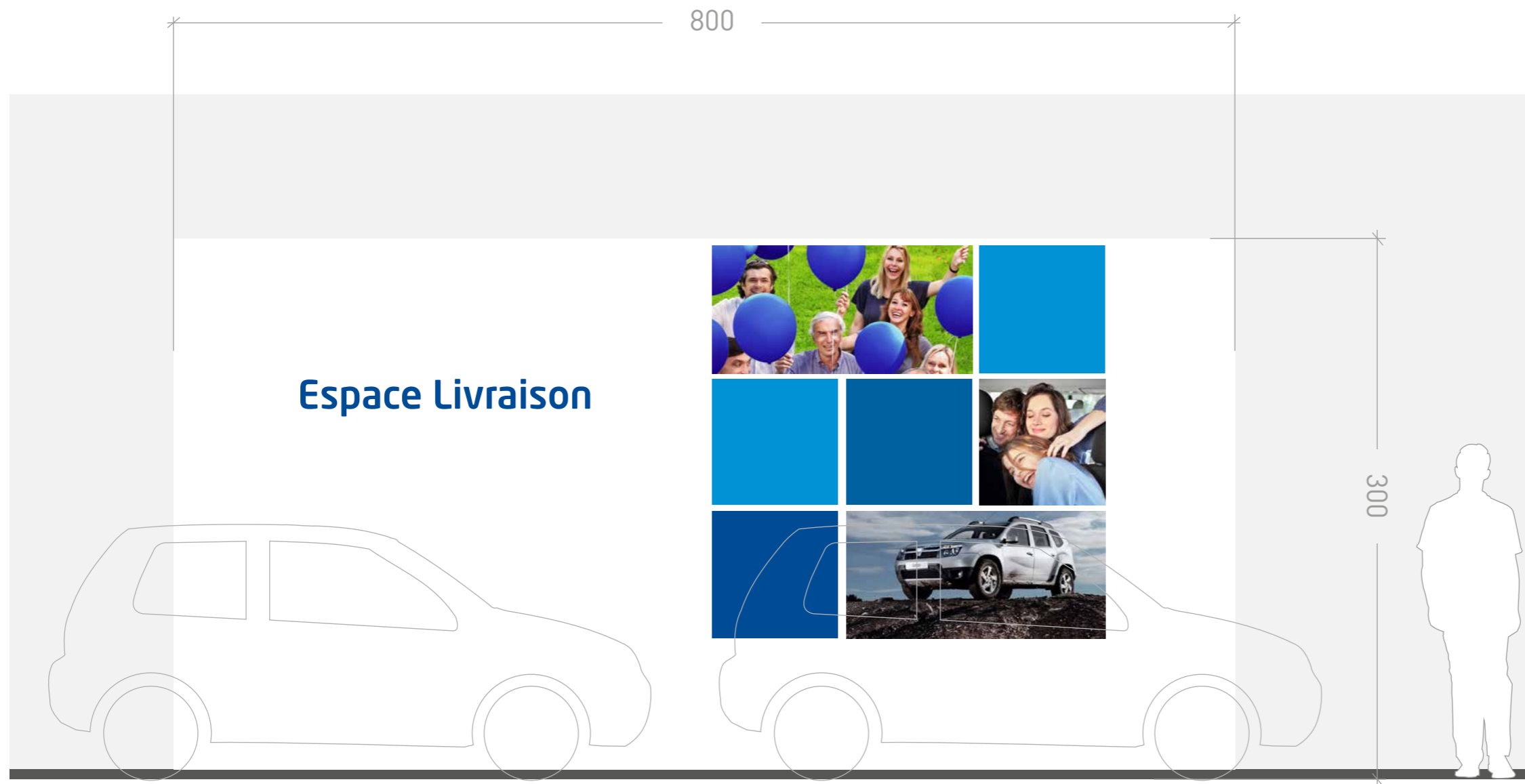
Espace livraison spécifique Dacia.



La Dacia Box - La livraison

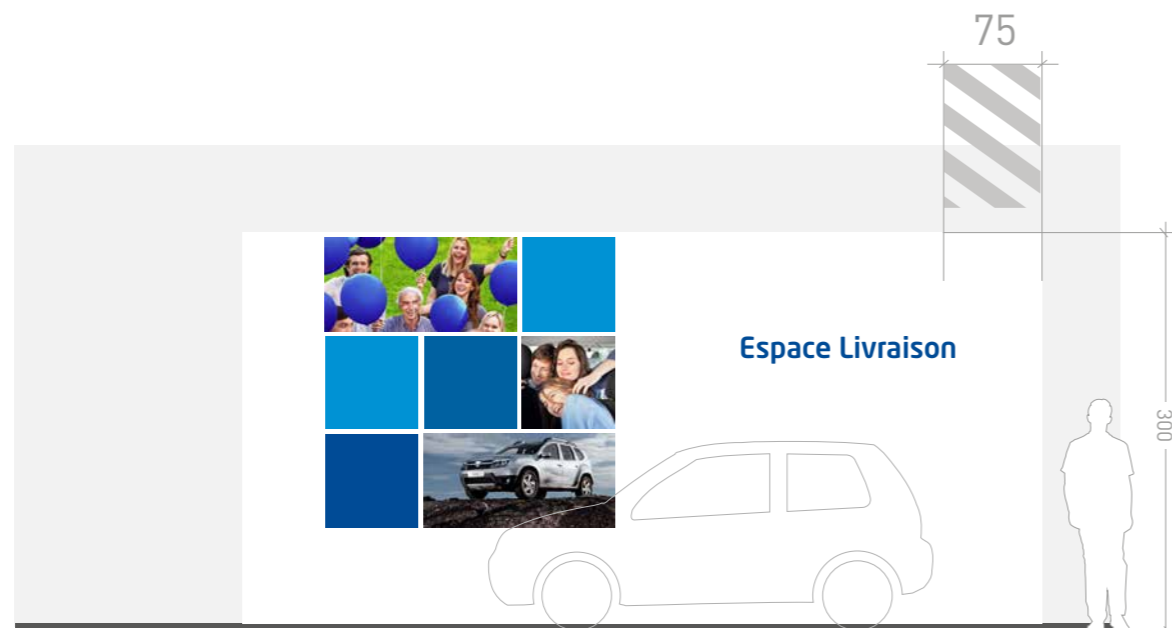
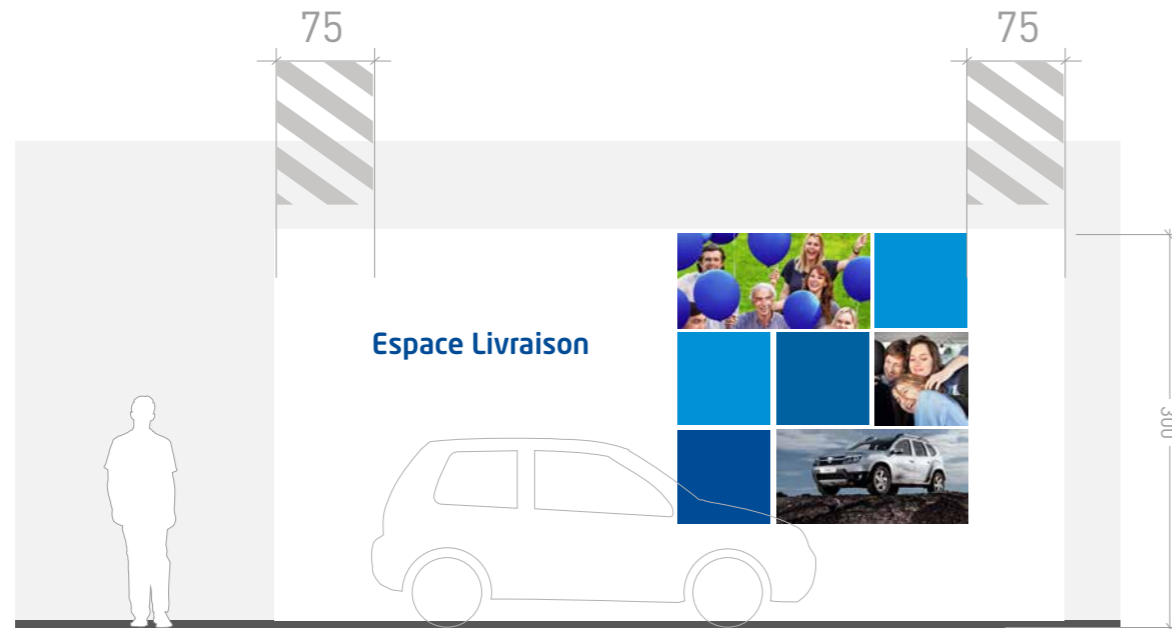


Mur destiné à un **espace de livraison spécifique Dacia**.
Cette solution personnalise la livraison d'un véhicule Dacia.
C'est un marquage mural.

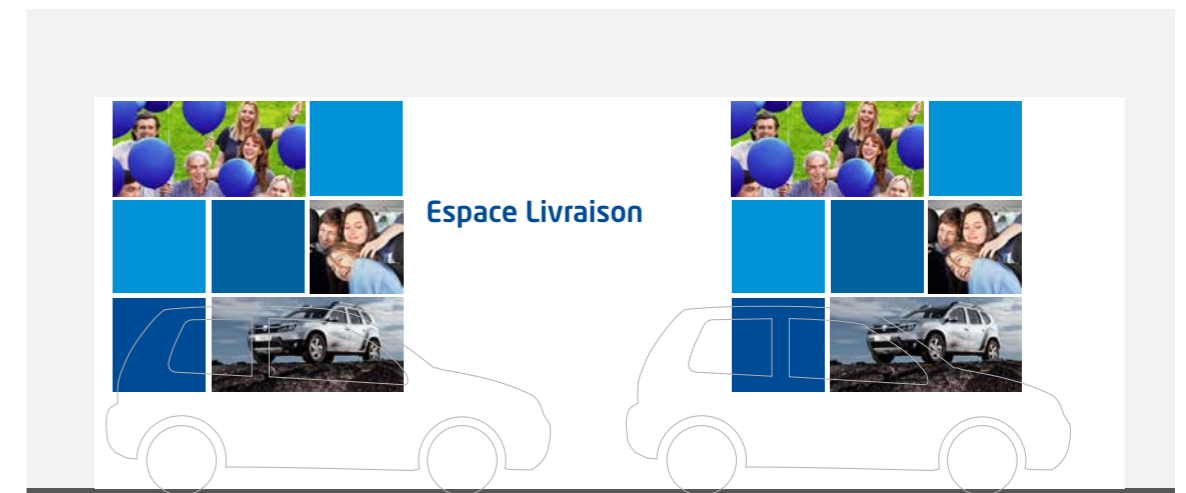


Détail : les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

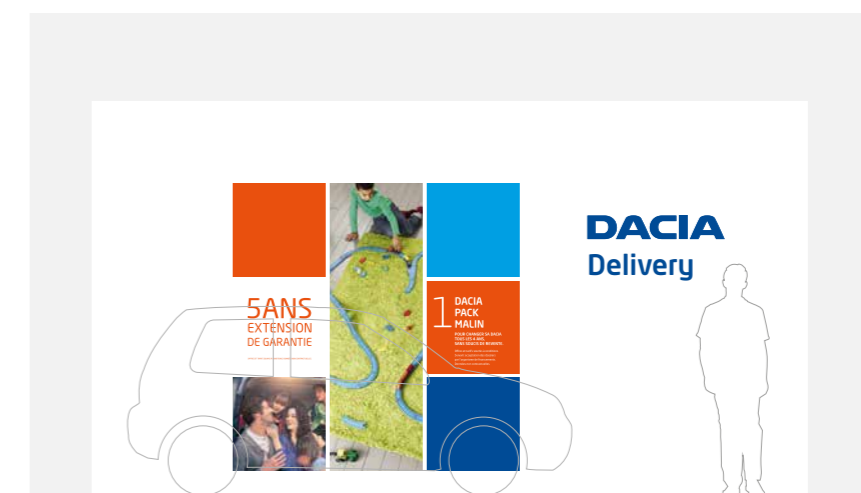
La Dacia Box - La livraison



Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels.




Même si l'espace concerne plusieurs véhicules, le mural n'est jamais dupliqué.



Le principe de composition graphique et les cotes ne doivent pas être modifiés.

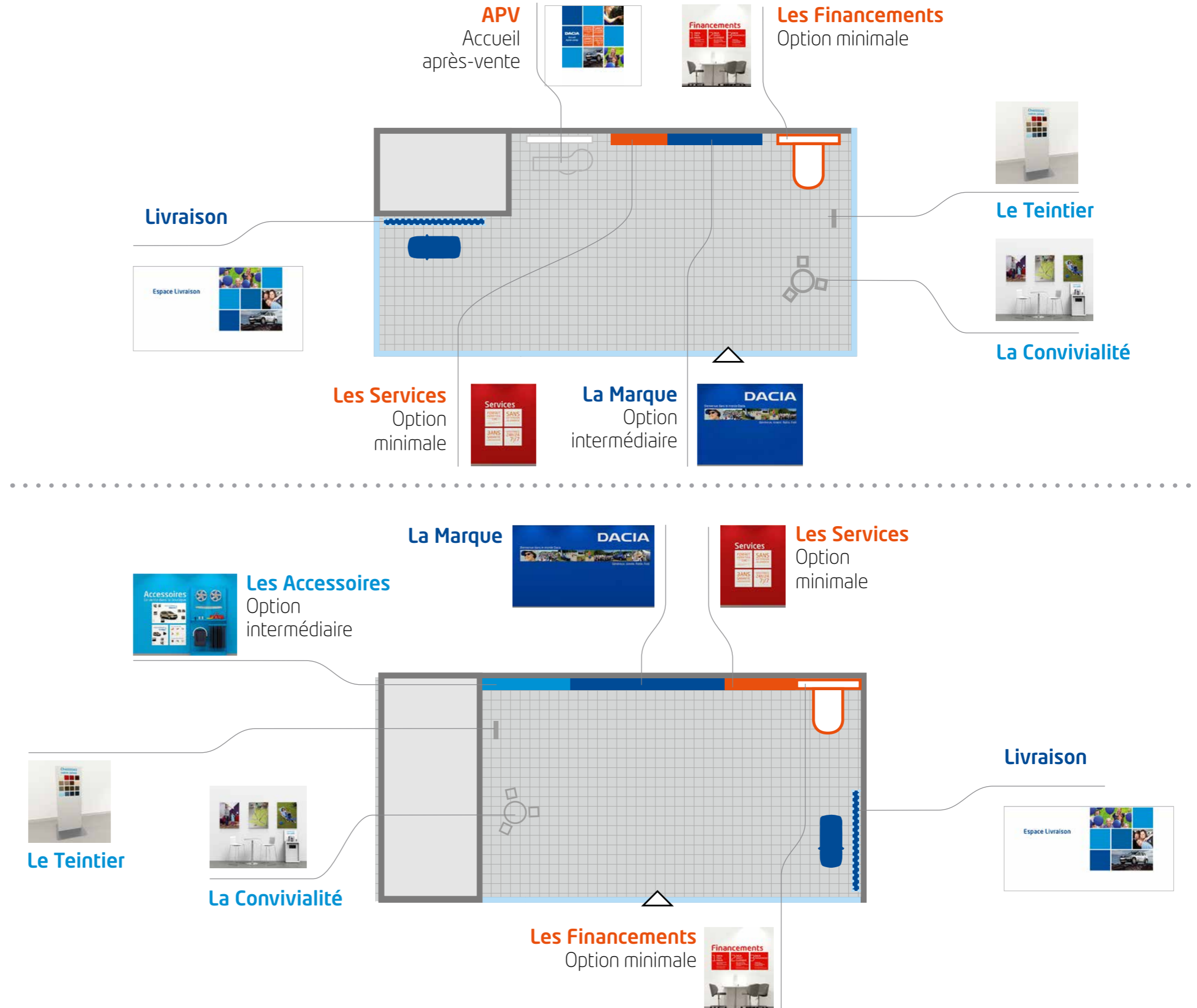
La Dacia Box - Les configurations possibles

En fonction de la configuration du showroom, les composantes suivantes peuvent s'appliquer :

-  La Marque
-  Les Services
-  Les Financements + Bureau vendeur
-  Les Accessoires
-  Le Teintier
-  La Convivialité
-  L'après-vente
-  La Livraison









Légende :

-  Vitrage
-  Mur



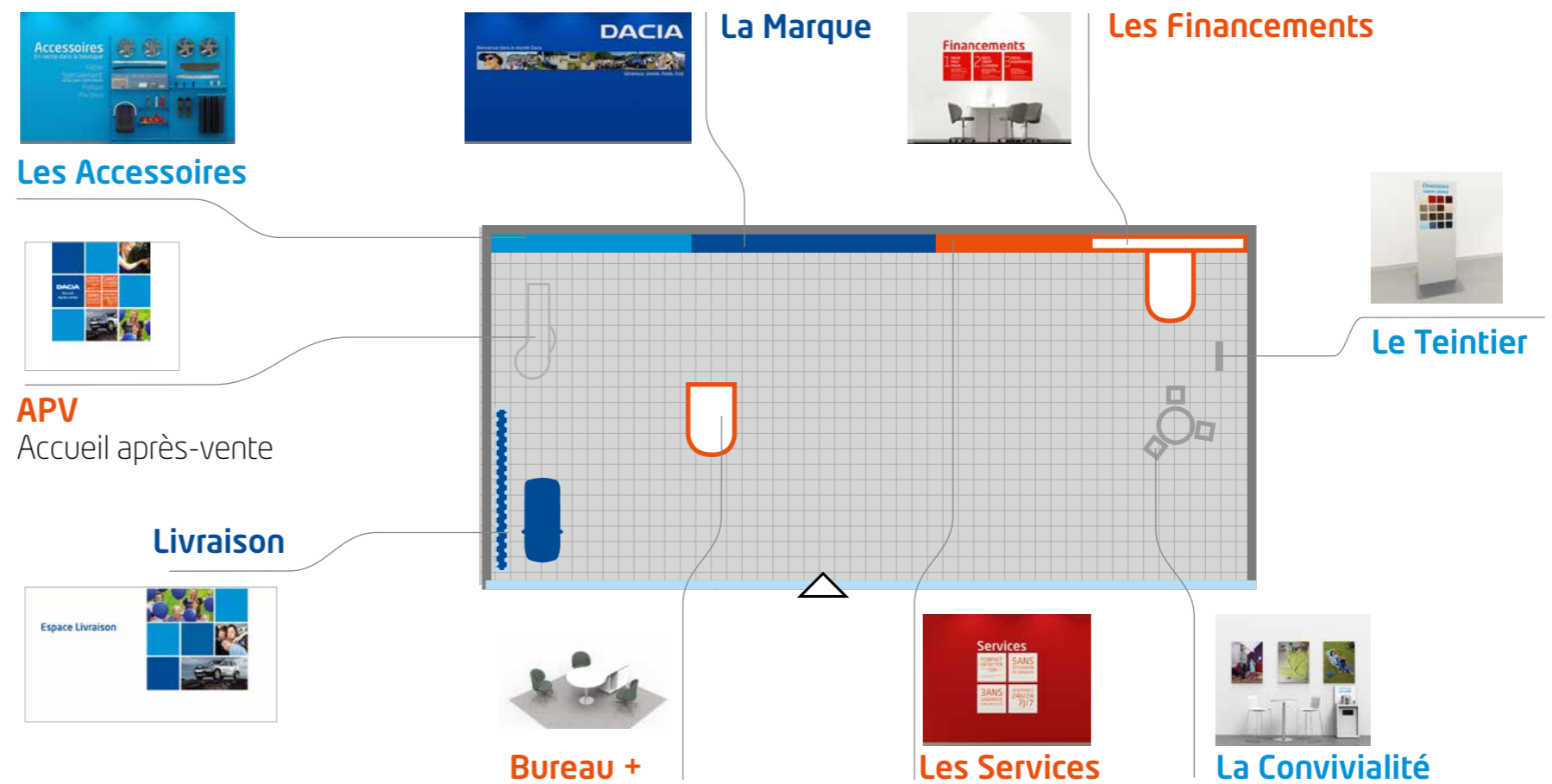
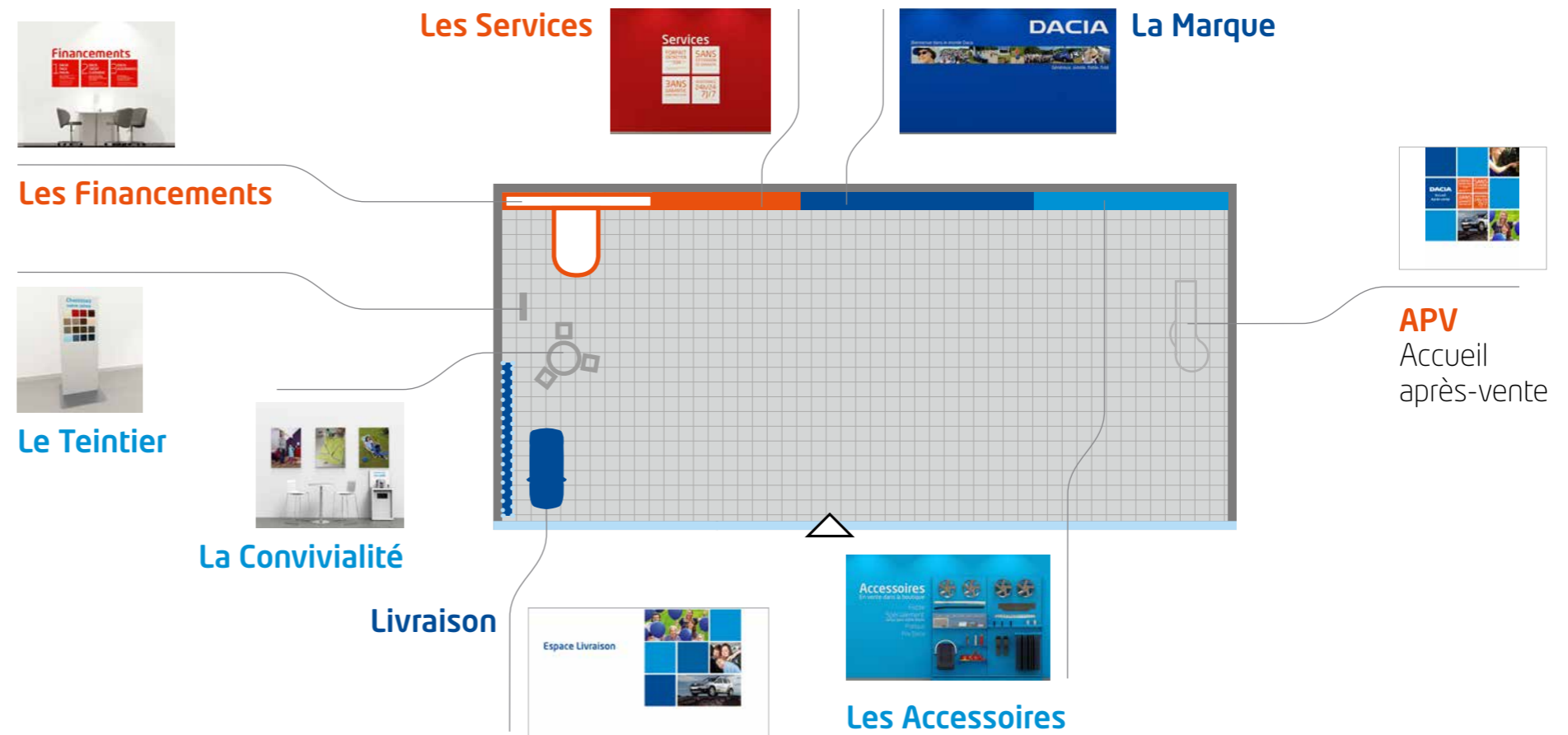
La Dacia Box - Les configurations possibles

En fonction de la configuration du showroom, les composantes suivantes peuvent s'appliquer :

-  La Marque
-  Les Services
-  Les Financements + Bureau vendeur
-  Les Accessoires
-  Le Teintier
-  La Convivialité
-  L'après-vente
-  La Livraison

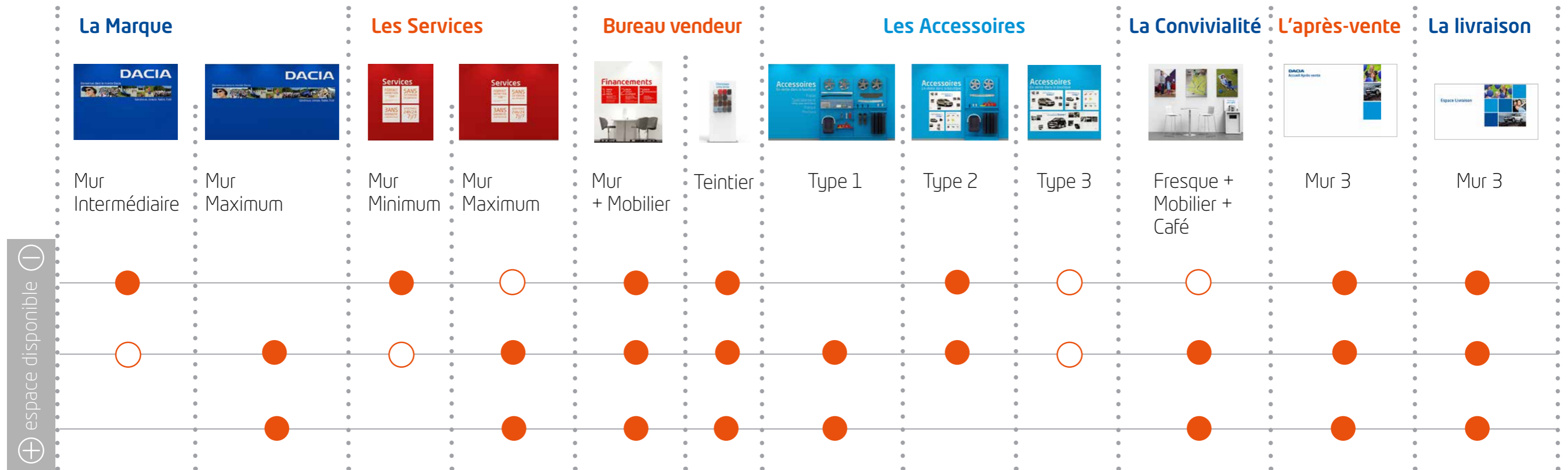
Légende :

-  Vitrage
-  Mur



La Dacia Box - Les configurations possibles

Synthèse



- Présence préconisée
- Option possible en fonction de l'espace disponible

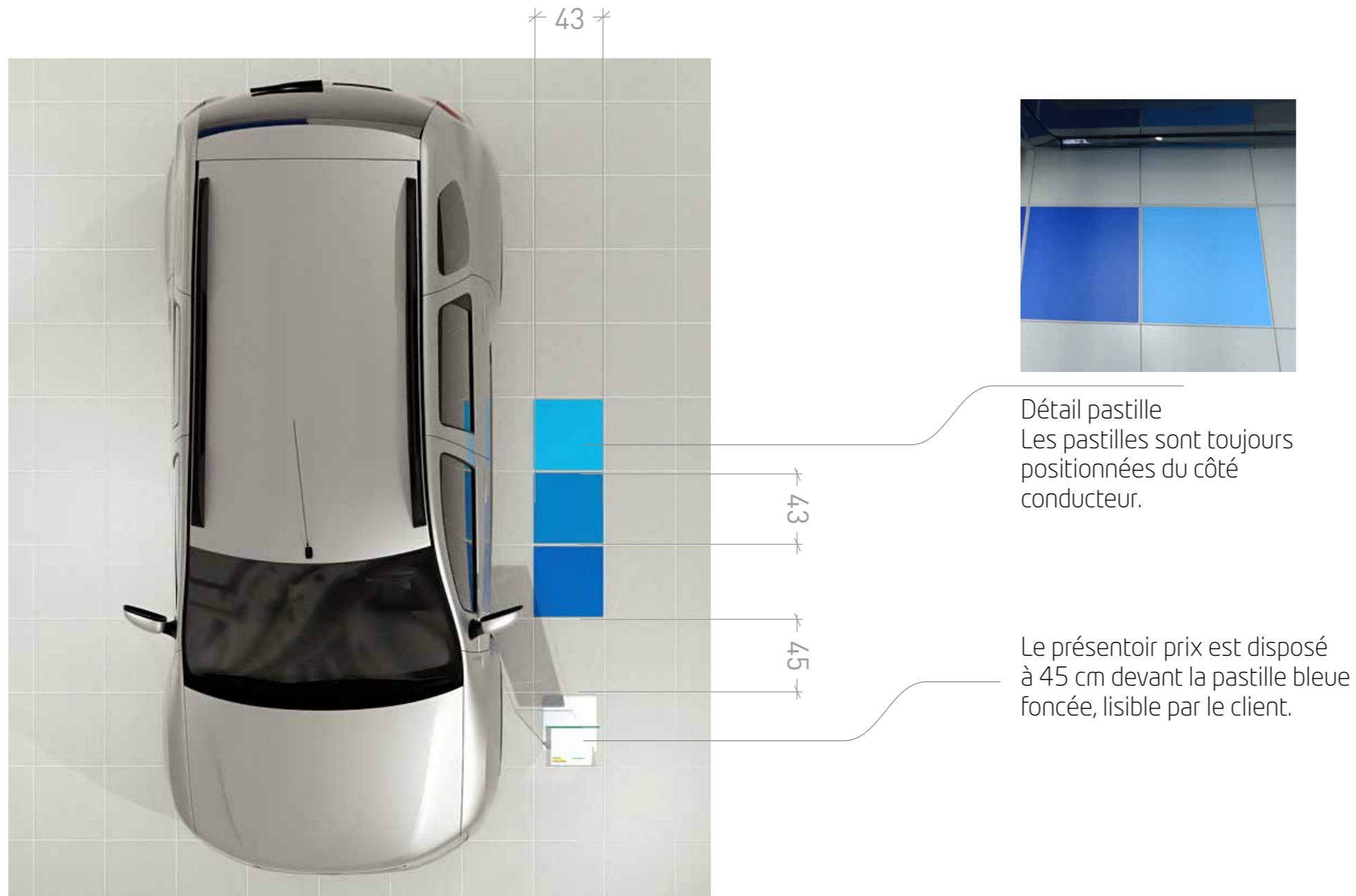
La Dacia Box - Exposition VN



Pour rendre la gamme lisible :

Le marquage permet de mieux organiser l'exposition dans le showroom car les véhicules sont toujours exposés au bon endroit.

L'éclairage directionnel peut être réglé au mieux pour valoriser les véhicules.

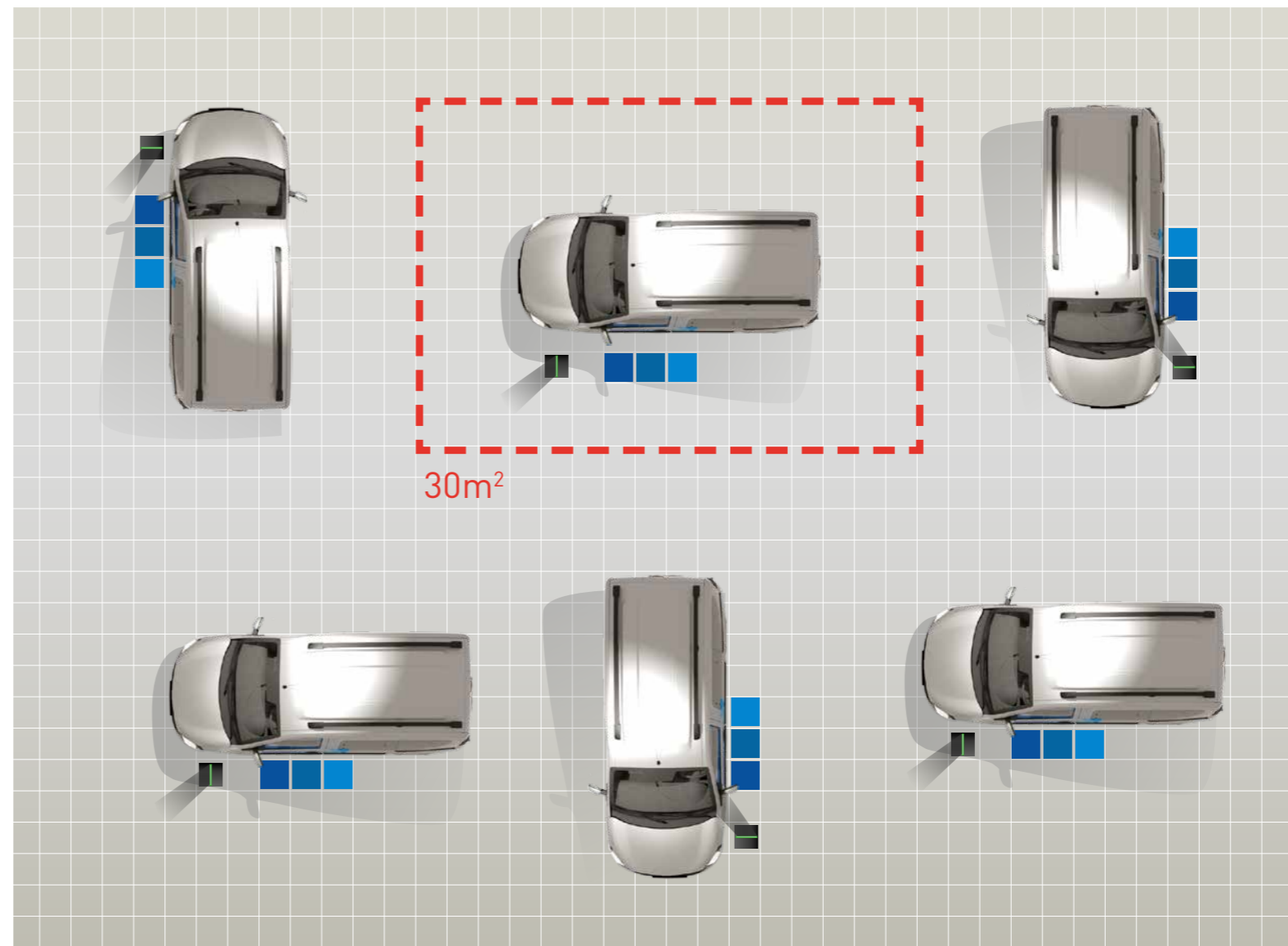




Règle d'orthogonalité :

Les véhicules sont exposés de manière perpendiculaire en suivant la trame du carrelage.

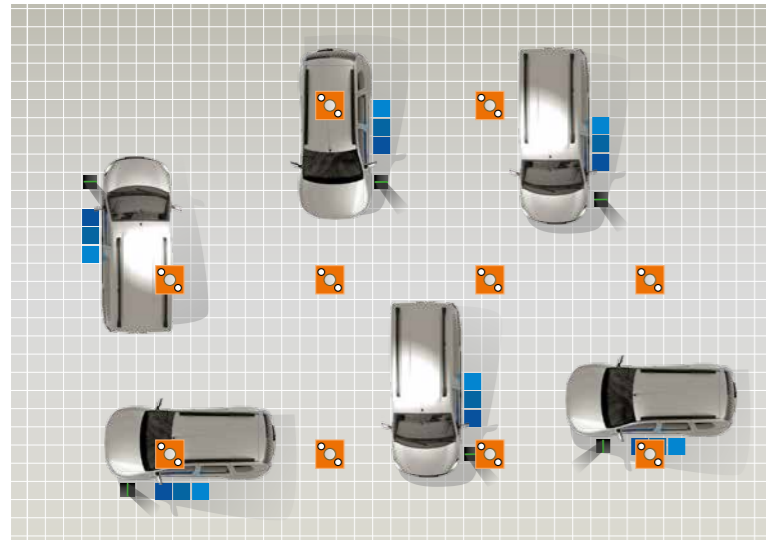
Chaque véhicule doit disposer d'une surface minimum de 30 m².



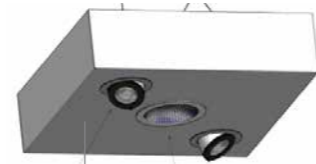
La Dacia Box - L'éclairage

Une trame lumineuse pour structurer l'espace

Avec ou sans faux plafond, le principe réside dans la combinaison d'un éclairage générique à LED, procurant la lumière d'ambiance de deux éclairages d'accentuation, pour la mise en valeur des véhicules.



Exemple de trame dans le showroom



Module autonome installé à 3 m du sol



Le plafond est à ± 3 m du sol, le module est encastré dans le faux plafond



Modules suspendus installés à 3 m du sol



Modules encastrés dans le faux plafond

Le showroom multimarques

Le format pour intégrer un showroom multimarques

Les caractéristiques :

- > Showroom séparé
- > Un carrelage gris clair Dacia

Les points de contact :

- > ① Une entrée dédiée
- > ② Mur de Marque / Services / Financements
- > ③ Des bureaux vendeurs dédiés Dacia
- > ④ La Livraison sur un Espace livraison spécifique Dacia
- > ⑤ L'Accueil APV est partagé avec les autres marques. Dacia est identifié par une plaque institutionnelle derrière le comptoir.



Le showroom multimarques - Le mur de Marque



Découverte et projection dans l'univers Dacia :

Un mural reprend les codes couleurs de la Marque et met en avant la communauté Dacia et le contenu de la Marque.

Il se décline en deux formats selon l'espace disponible et la composition préconisée.

Il est idéalement placé face à l'entrée, entre le mur des Services et celui des Accessoires.

N.B. Les muraux sont juxtaposés :

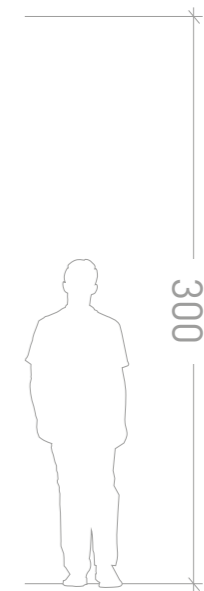
Les mises en peinture des murs thématiques sont réalisés sans séparations ou zones de neutralité.



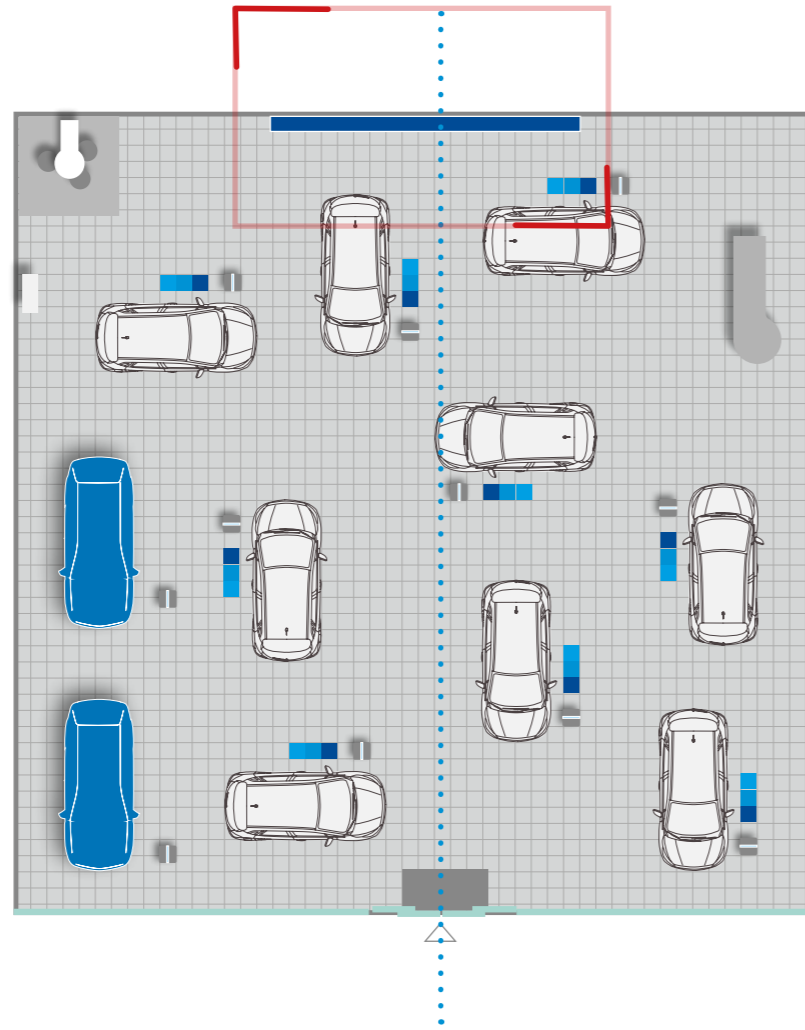
Mur intégral
6 x 3 m



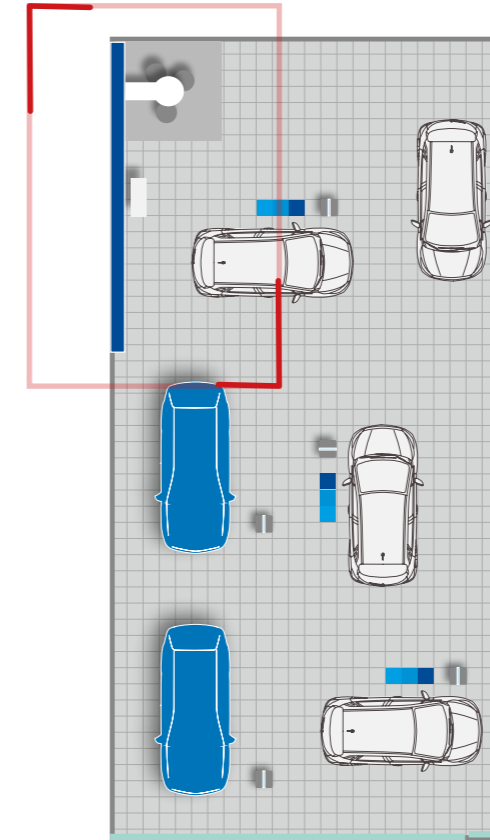
Option intermédiaire
3,8 x 3 m



Le showroom multimarques - Le mur de Marque



Le mur de Marque est idéalement placé dans l'axe de l'entrée au milieu du showroom.



Le mur de Marque ne doit jamais prolonger l'aire de livraison ou servir de décoration à un bureau vendeur.

Le showroom multimarques - Les Accessoires



Accessibilité et choix des accessoires sur mesure :

Pour vendre davantage, un mural bleu clair porte le message Accessoires et présente l'offre Accessoires Dacia.

Différentes configurations sont possibles en fonction de l'espace disponible et de l'assemblage retenu.

L'offre Accessoires Dacia est mise en lumière dans le showroom.

Les plans merchandising sont indiqués dans le cahier des charges technique.



Type 1

Meuble autoportant 2 modules
+ marquages adhésifs.
5 x 3m



Type 2

Meuble autoportant 1 module
+ marquages adhésifs + visuels
5 x 3 m



Type 2 Version intermédiaire

Petit meuble autoportant,
+ marquages adhésifs + visuels
2,80 x 3 m

N.B. Les muraux sont juxtaposés :

Les mises en peinture des murs thématiques sont réalisés sans séparations ou zones de neutralité.

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.



Type 3

Marquages adhésifs + visuels
5 x 3 m



Type 3 Version minimal

Marquages adhésifs + visuels
2,80 x 3 m

Le showroom multimarques - Les Accessoires - Type 1

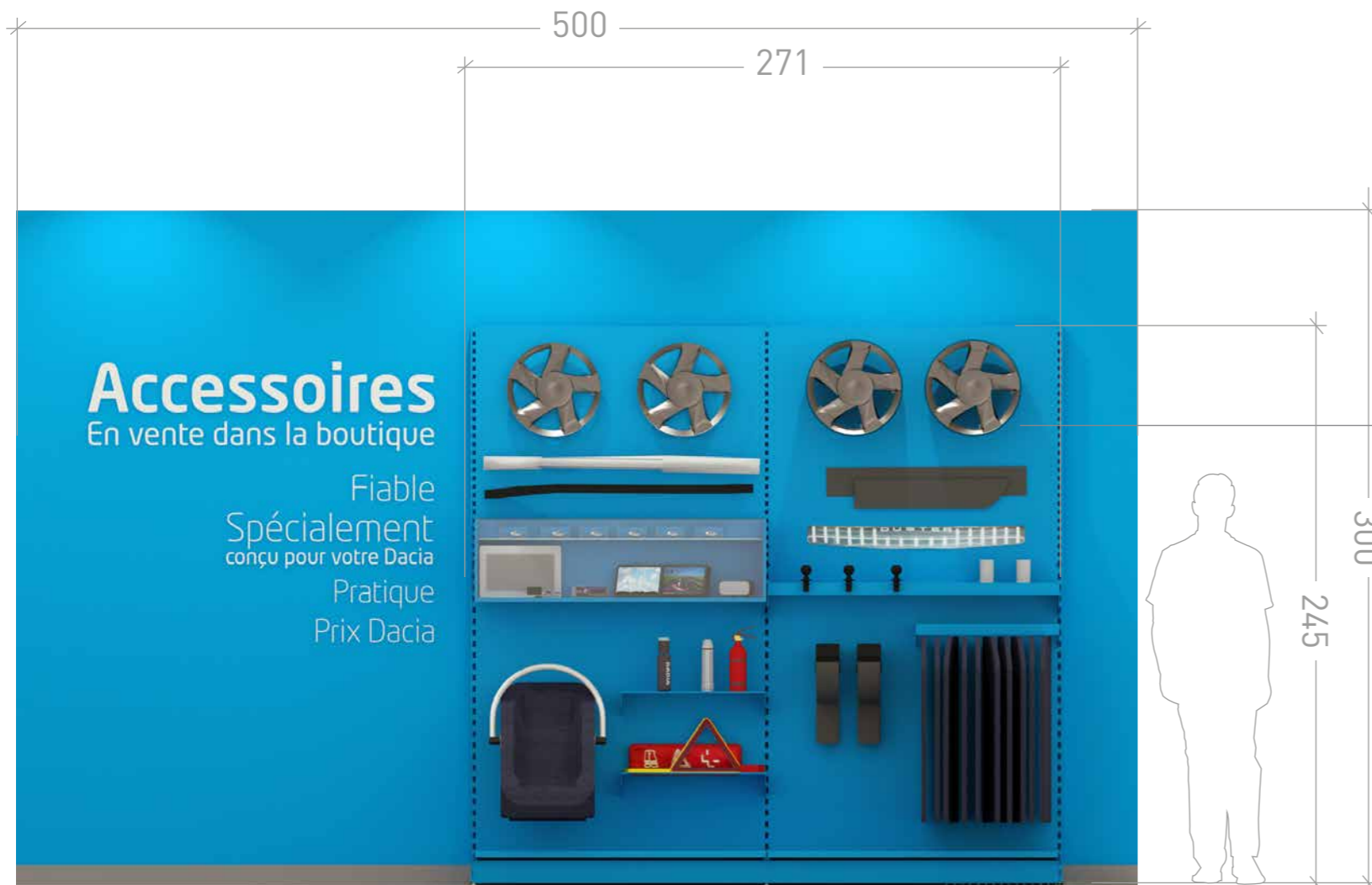


Accessibilité et choix des accessoires sur-mesure :

Type 1 : Une présentation optimisée des Accessoires.

Le choix des accessoires est à définir par le pays en fonction des recommandations de la Direction Après Vente.

Le meuble autoportant est toujours implanté devant le mur mis en peinture et accompagné des marquages adhésifs.

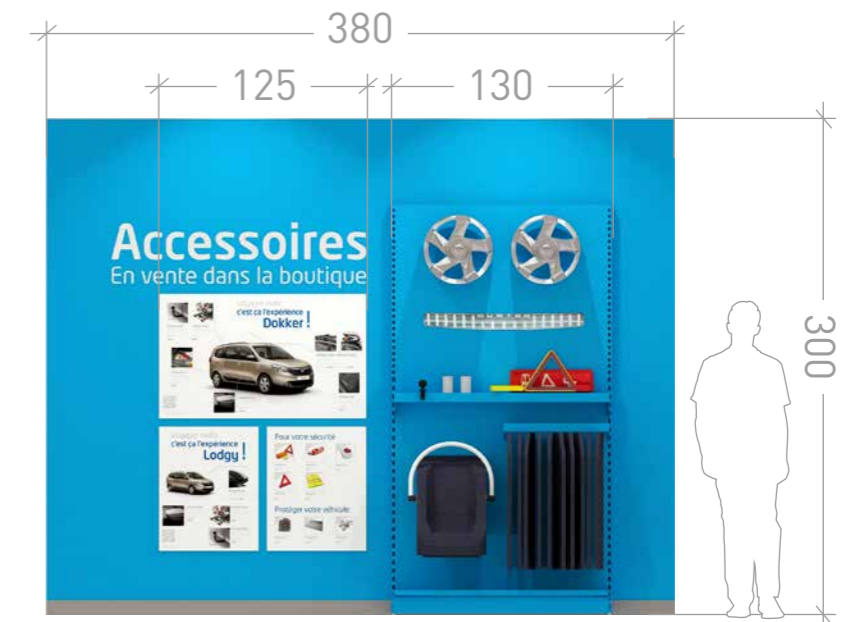


Détail meuble Accessoires :
Meuble autoportant en acier laqué bleu clair à crémaillères.

Le showroom multimarques - Les Accessoires - Type 2



Accessibilité et choix des accessoires sur-mesure :
Type 2 : Une variante de la typologie 1, un mixte entre Accessoires et visuels.



Option intermédiaire

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

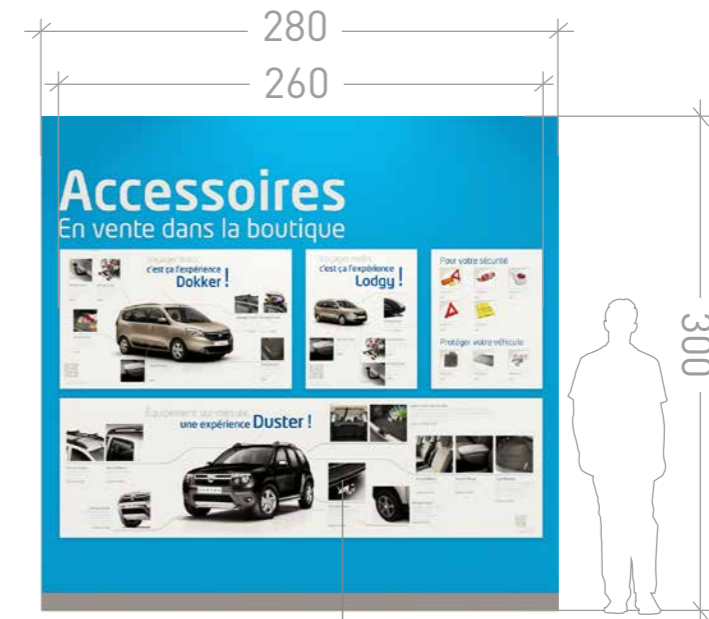
Le showroom multimarques - Les Accessoires - Type 3



Accessibilité et choix des accessoires sur mesure :

Type 3 : Une option 100% visuelle est possible pour mettre en avant les Accessoires.

N.B. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.



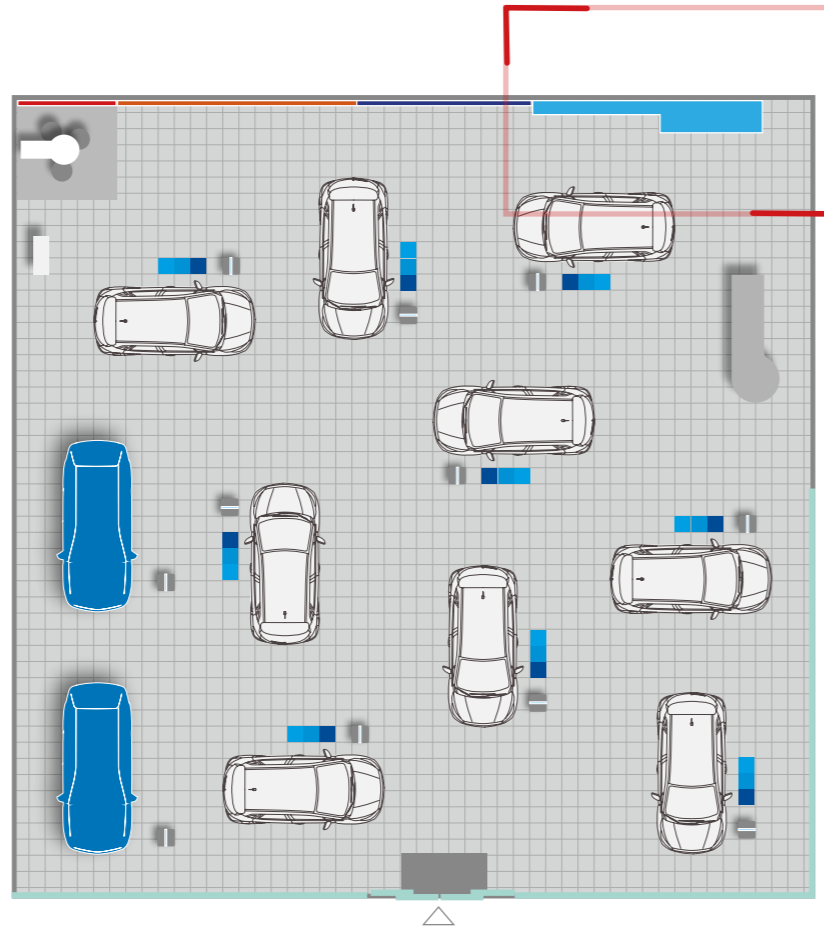
Option minimale



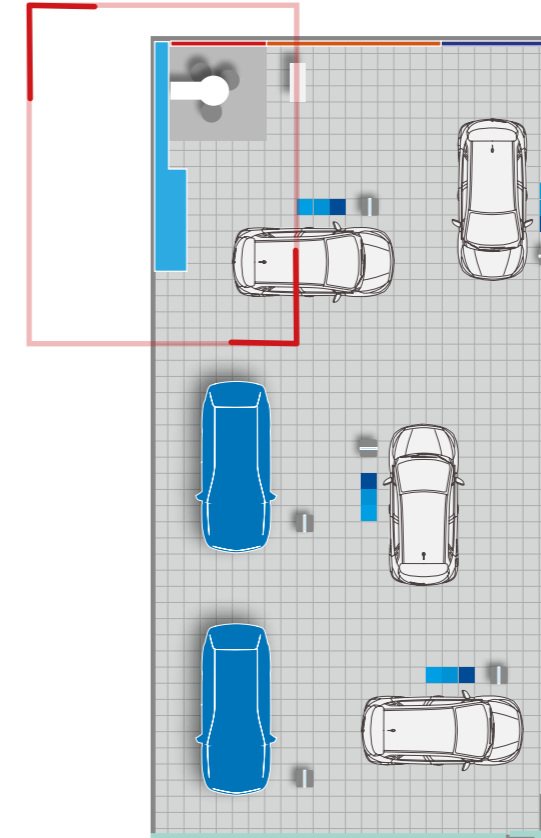
Détail :
Valorisation des USP des accessoires.

N.B. Les visuels sont donnés à titre indicatif ; les visuels définitifs seront définis par les directions marketing après-vente pays. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.

Le showroom multimarques - Les Accessoires



Le mural Accessoires est situé plutôt du côté du service après-vente.



Le bureau vendeur ne doit pas être devant le mural Accessoires.

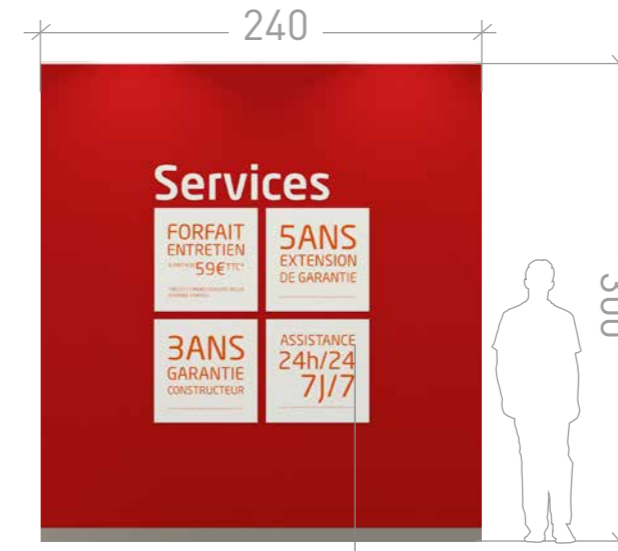
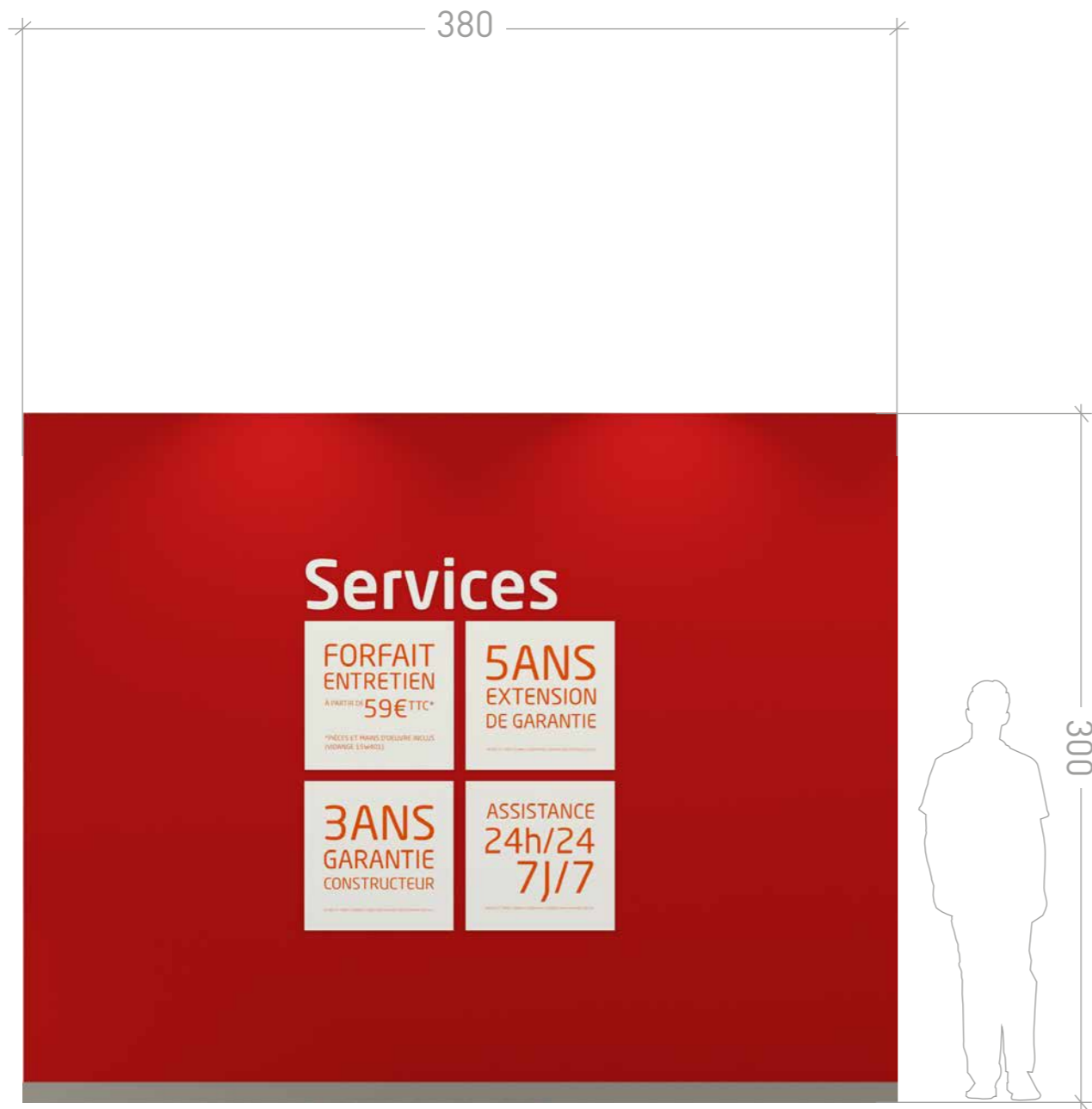
Le showroom multimarques - Les Services



Pour mettre en avant l'offre de services :

4 Services phares proposés par la Marque sont présentés sur un fond rouge orangé.

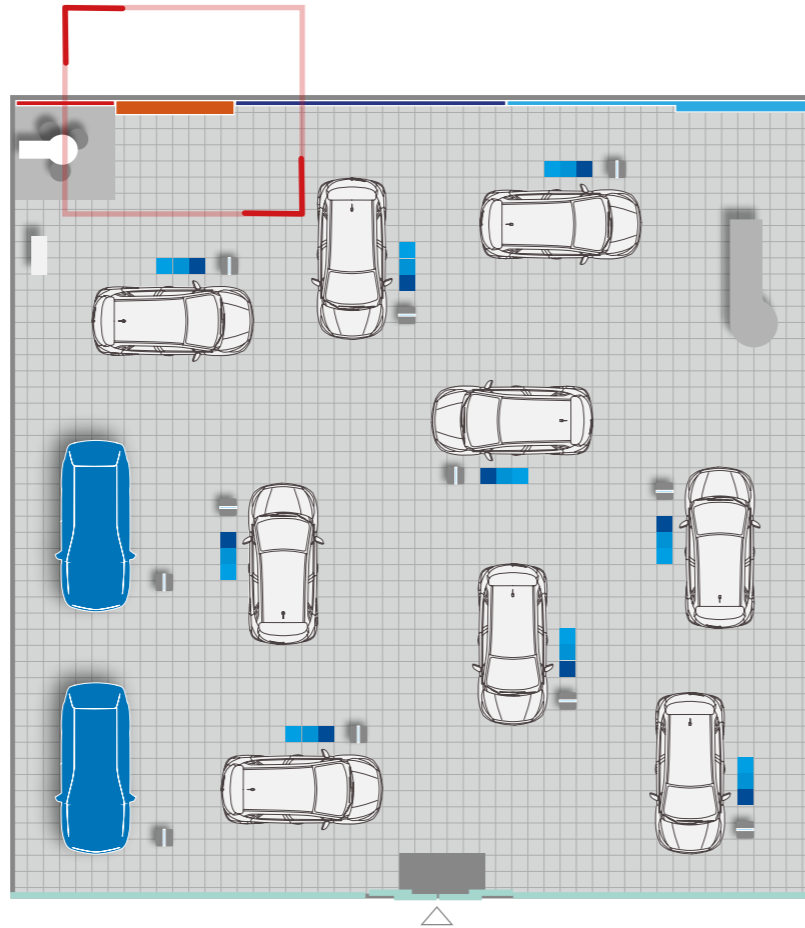
N.B. Pour la mise en peinture du mur, respecter les cotes indiquées.



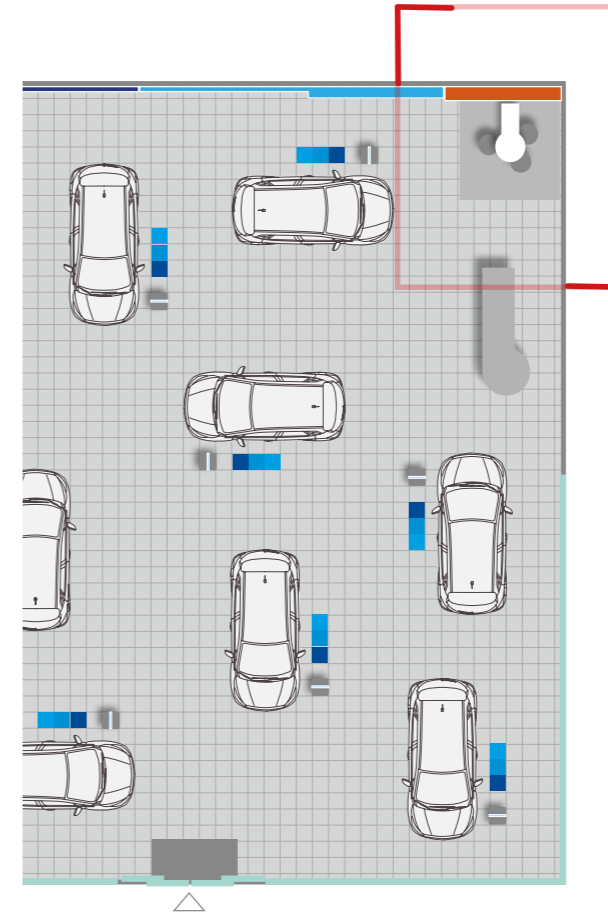
Option minimale



Détail : les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

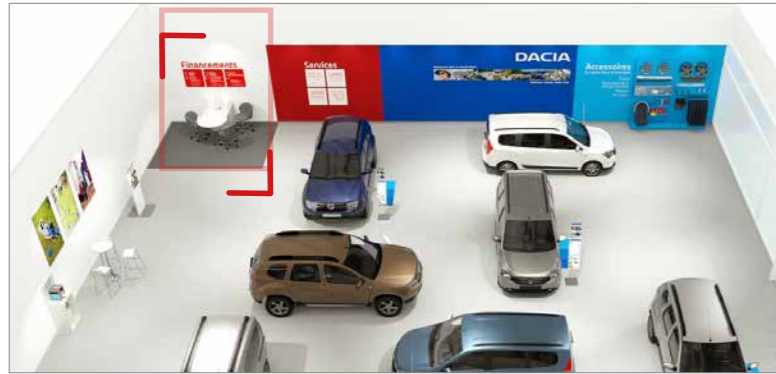


😊 Le mural Services est disposé à proximité du bureau vendeur entre le mur de Marque et le mur Financement.



😞 Le mural Services ne doit pas être à proximité de l'accueil après-vente.

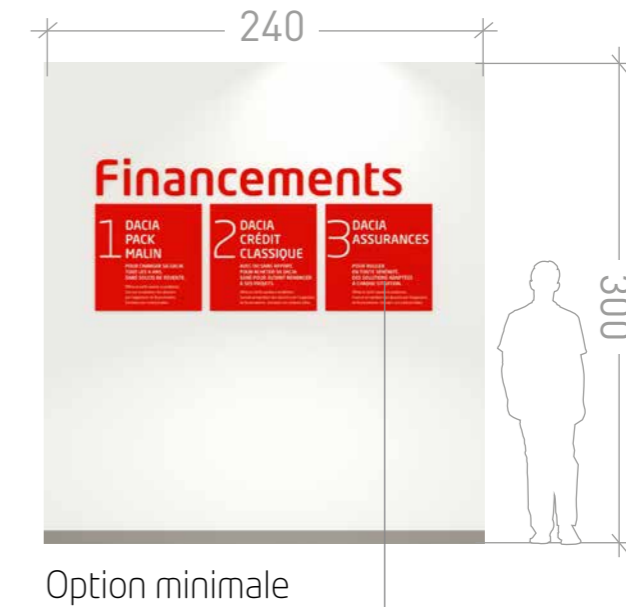
Le showroom multimarques - Les Financements



Un outil de conseil et d'aide à la vente :

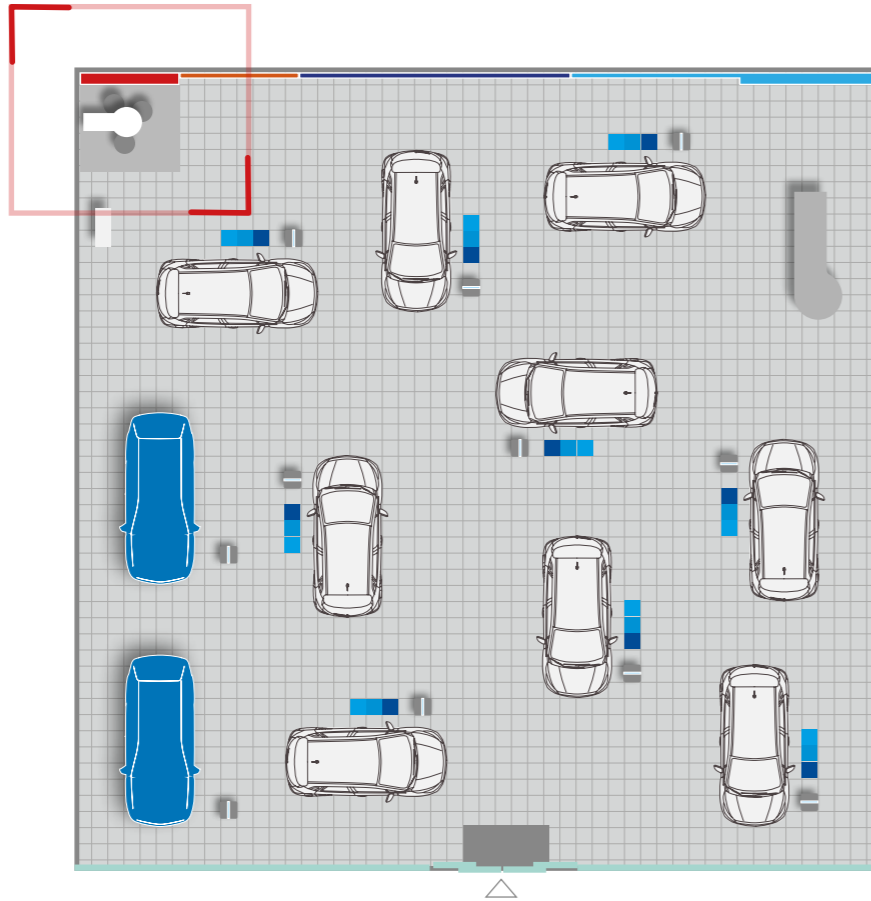
Pour faciliter le parcours achat du client, positionné derrière le bureau vendeur, un mural renseigne sur les solutions de financement.

Prérequis : le mur doit être absolument blanc avant l'application des éléments de marquage.

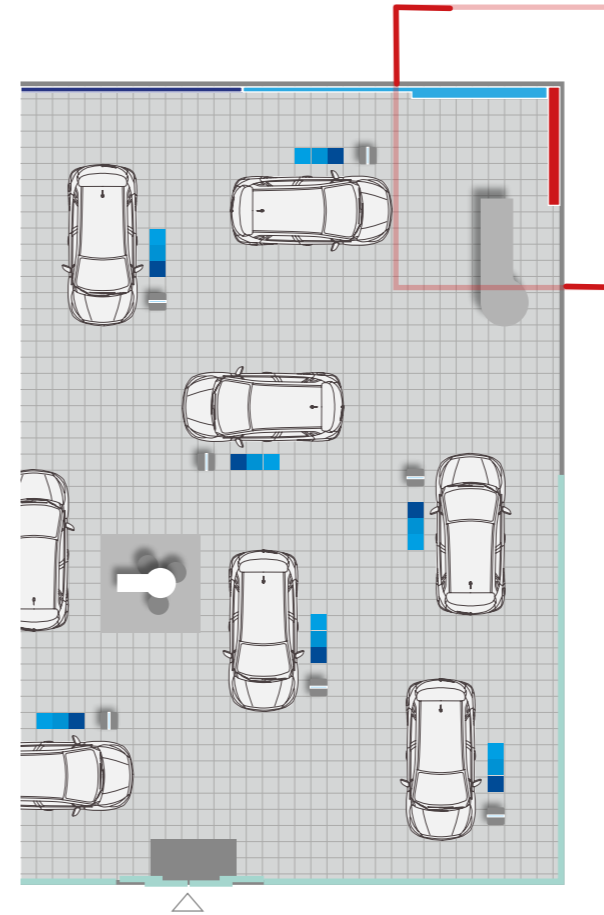


Détail : les contenus sont donnés à titre indicatif ; les contenus définitifs seront définis par les directions marketing pays.

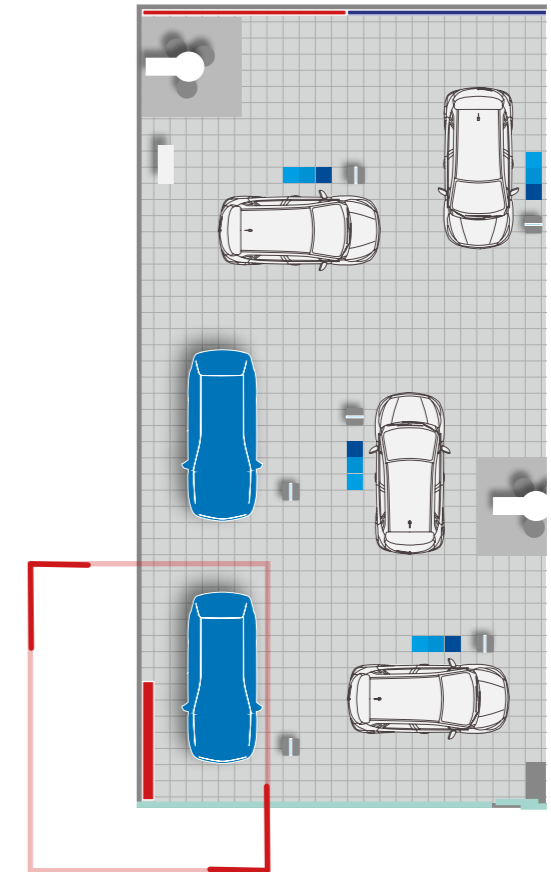
Le showroom multimarques - Les Financements



Le mural Financements est proche du bureau vendeur



Le mural Financements ne doit pas être à proximité du comptoir après-vente.



Le mural Financements ne doit pas être isolé des autres murs et déconnecté du bureau vendeur.

Le showroom multimarques - Le bureau vendeur



Le mobilier du bureau vendeur

Il permet d'accueillir le client de manière formelle et pratique.

Il est associé au mural «Financements» (sauf lorsqu'il est placé en îlot).



Le Bureau de vente :

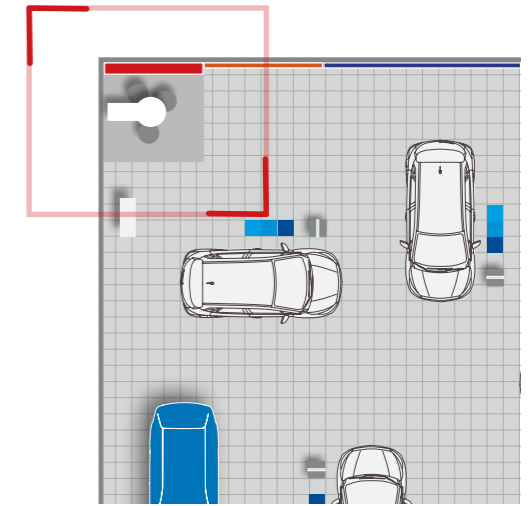
> Mobilier identique au bureau vendeur Renault

Les sièges :

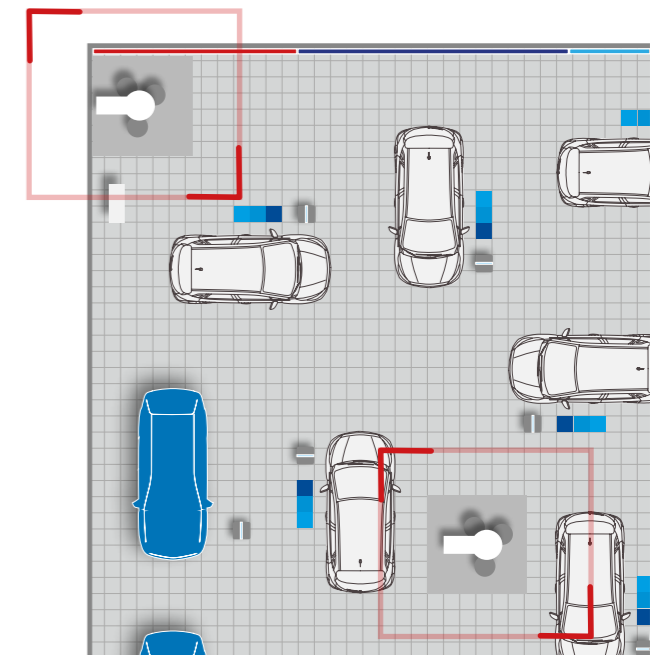
> 3 sièges de couleur grise :
1 siège vendeur
+ 2 sièges clients

Le tapis :

> Formats : dépendant du mural « Financements »
3,80 x 3,80 m ou 2,80 x 2,80 m



Le bureau vendeur est contre un des murs du showroom et solidaire du mural Financements.



D'autres bureaux vendeur peuvent être placés en îlot dans le showroom.

Le showroom multimarques - L'espace de convivialité



Pour partager un moment convivial :

La possibilité de disposer d'un espace café pour accueillir et échanger de manière informelle.

Cet espace est associé aux fresques d'ambiance.



Meuble Café



Table haute



Tabouret haut standard

Le showroom multimarques - L'espace de convivialité



Représentation de l'univers de Marque Dacia

à travers trois fresques.

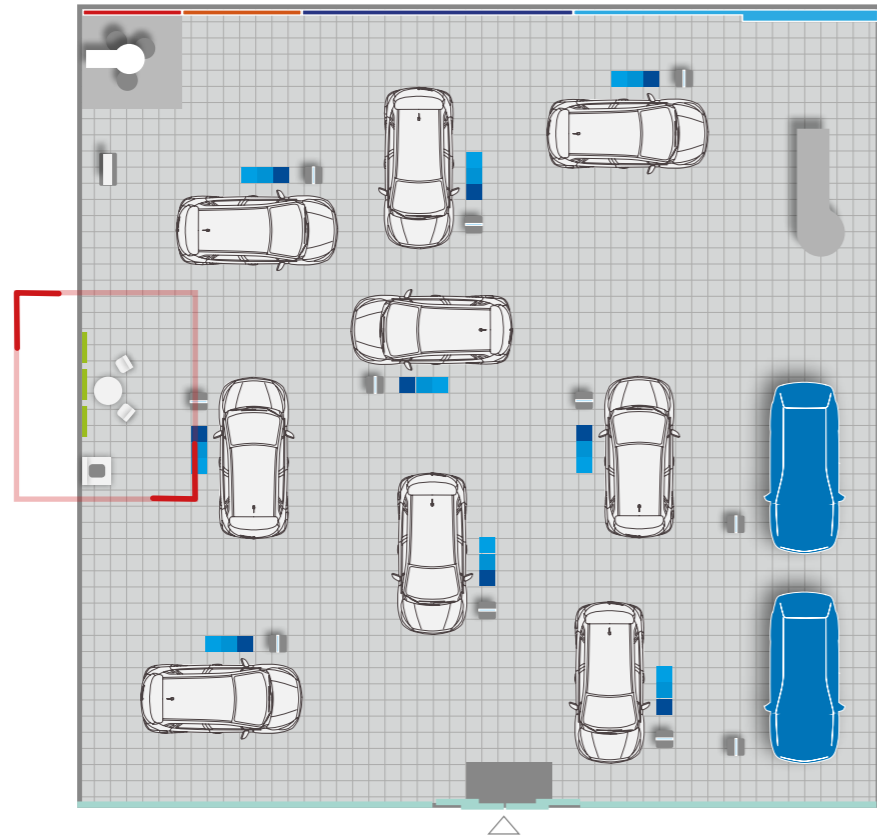
N.B. Les dimensions sont données à titre indicatif.
La dimension des fresques peut être augmentée en fonction de la taille et de la hauteur du showroom.



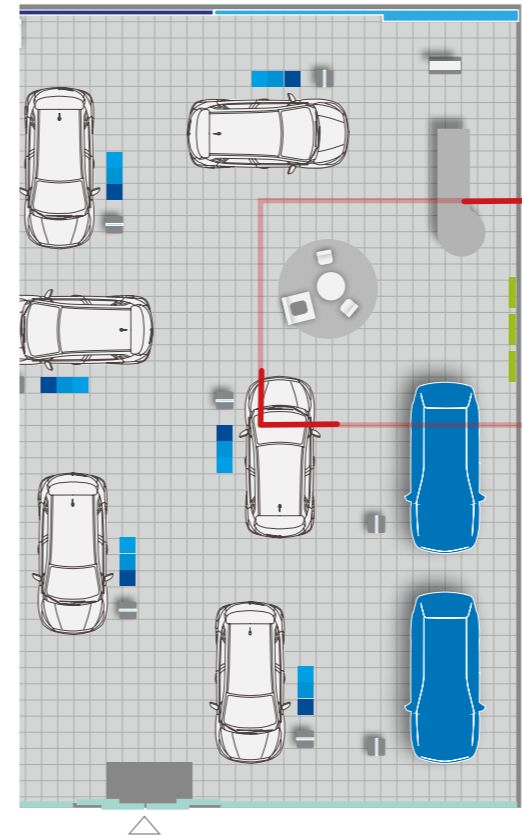
N.B. Chaque région / pays a la possibilité d'utiliser les fresques corporate ou de sélectionner d'autres visuels. Dans ce dernier cas, les visuels sélectionnés seront à transmettre à Brand Stores pour validation.

Exemple : Fresques exposées dans les showrooms en France.

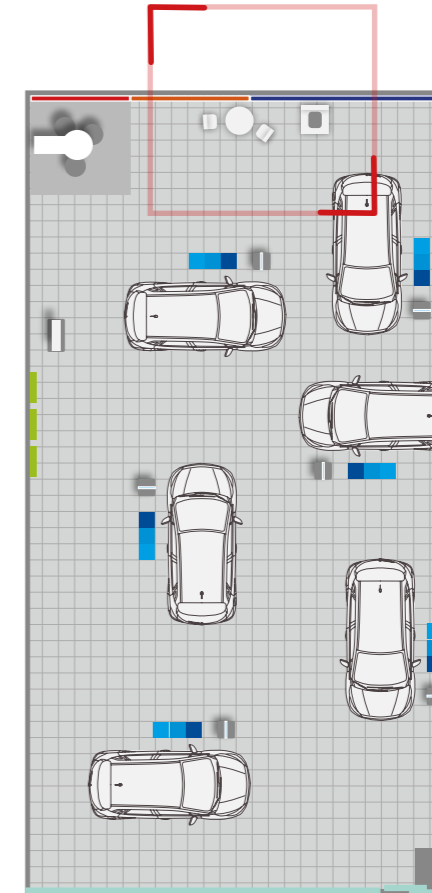
Le showroom multimarques - L'espace de convivialité



L'espace convivialité est placé dans un espace calme du showroom, à distance des murs, des espaces de vente ou après-vente.



L'espace convivialité ne doit pas être en îlot dans le showroom et dans un flux client.



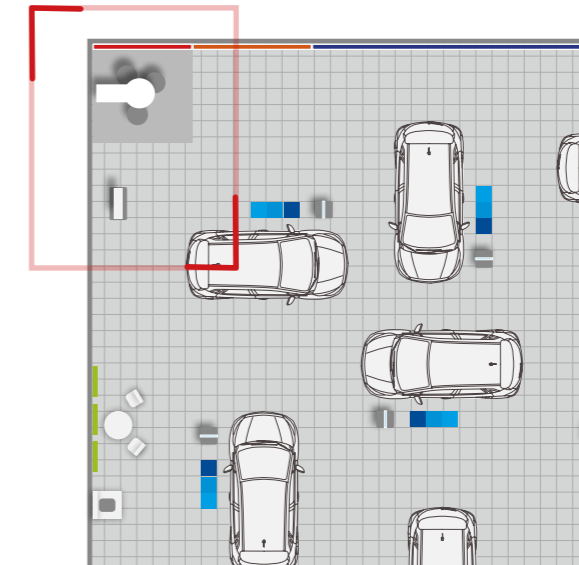
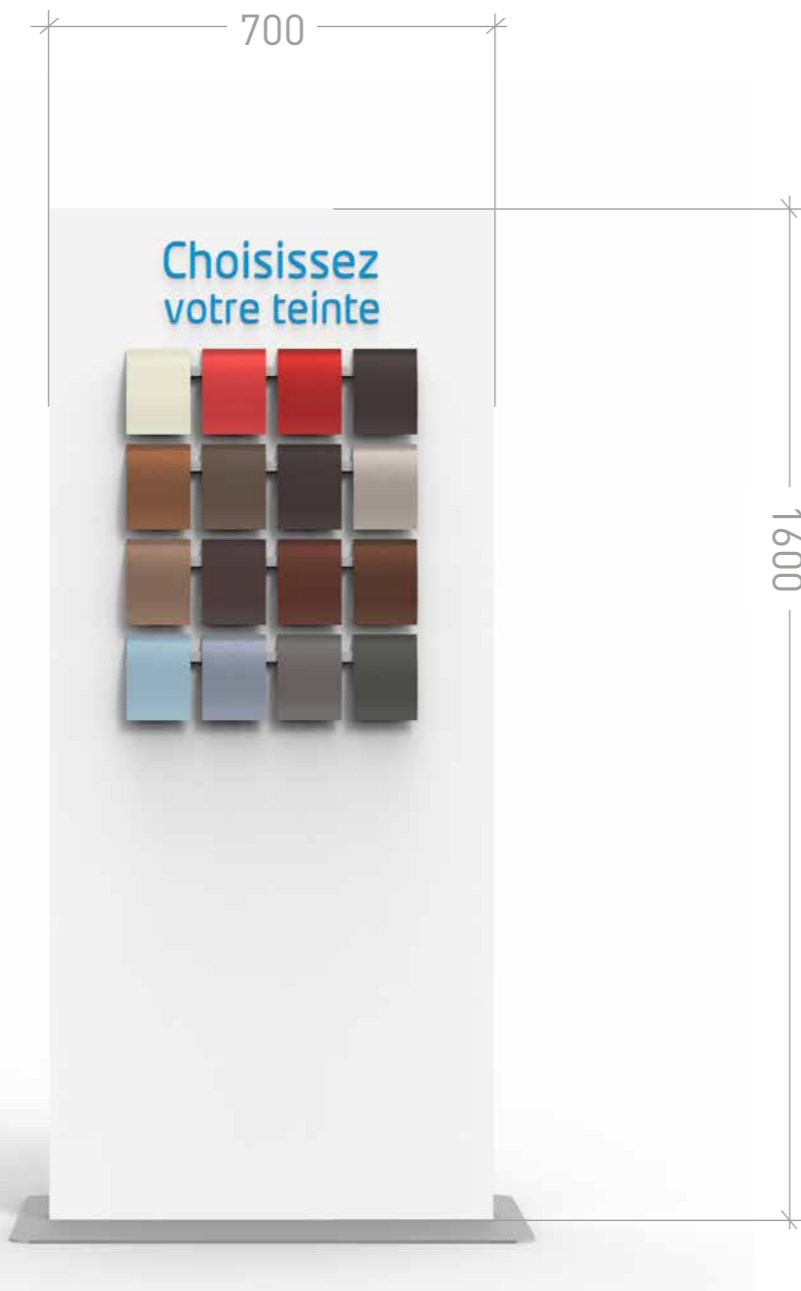
L'espace convivialité ne doit pas être contre un mural et/ou à proximité d'un bureau vendeur.

Le showroom multimarques - Le Teintier



Le nuancier des teintes de carrosserie :

Pour configurer son véhicule et choisir sa finition, le teintier est présent dans le showroom à proximité du bureau vendeur ou de l'espace convivialité lorsqu'il est présent. C'est un dispositif utile pour les vendeurs et pour le client.



Le nuancier est idéalement disposé près du bureau vendeur.

L'Accueil après-vente partagé

Lorsque la réception après-vente est mutualisée, la Marque est identifiée au moyen d'une plaque murale comportant le logo Dacia.

Sa dimension idéale est de 50x50 cm le cas échéant il est nécessaire d'harmoniser le format à celui des autres marques.



L'Accueil après-vente

Si l'accueil après-vente est présent dans le showroom Dacia, il est identifié par un mur spécifique.

Il comprend le comptoir après-vente avec l'écran de suivi des services spécifique et certains visuels promotionnels.

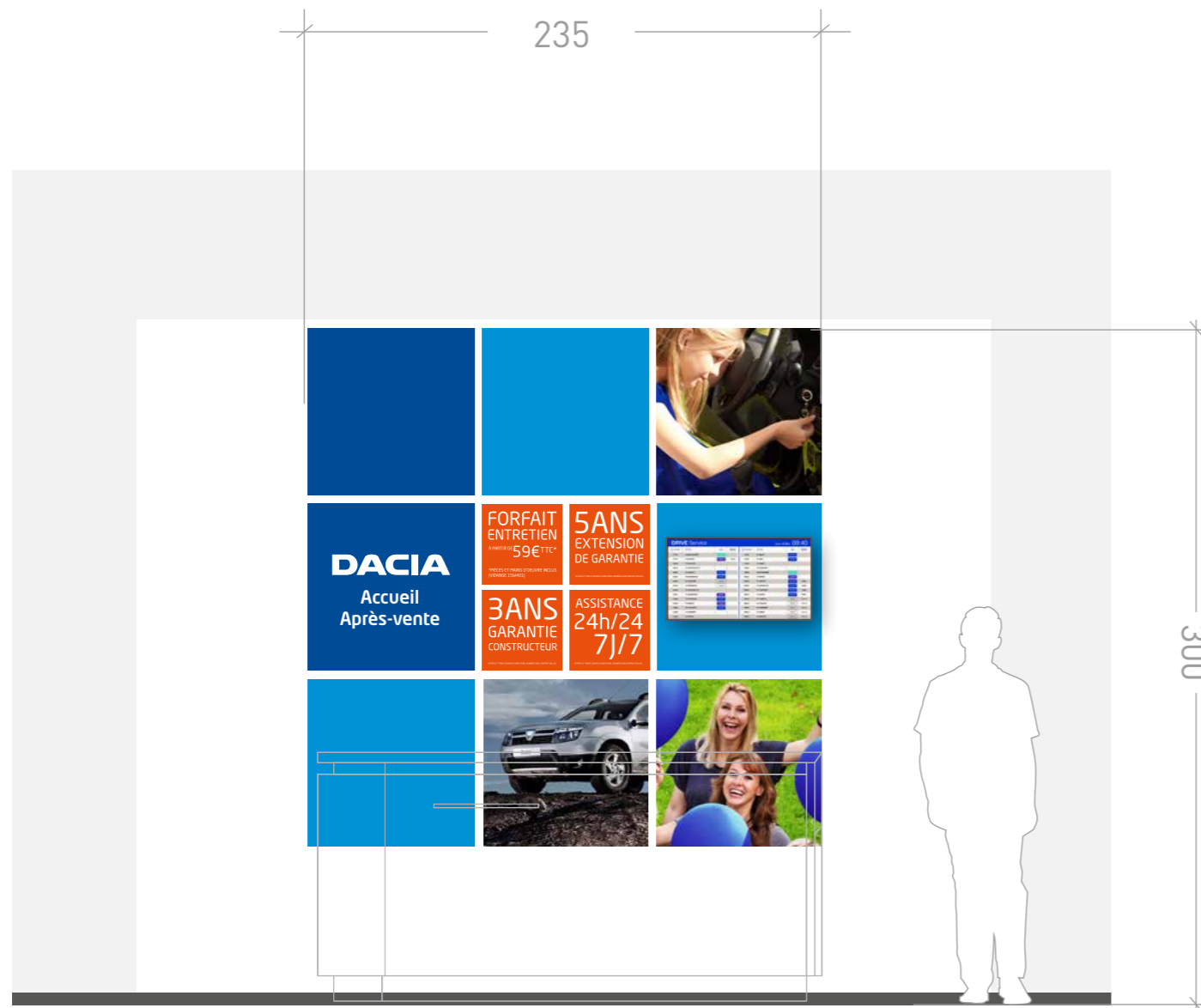


Le showroom multimarques - L'accueil après-vente

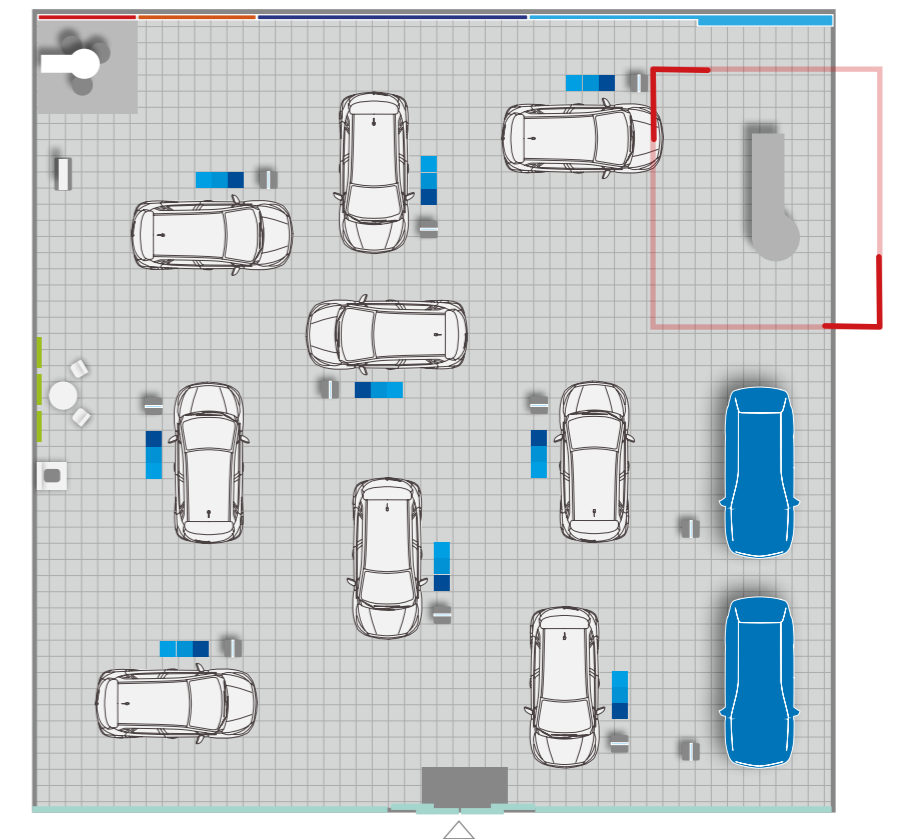


Cette configuration reprend tous les codes graphiques de la Marque, couleurs et visuels.

L'écran de suivi des services est intégré au visuel.

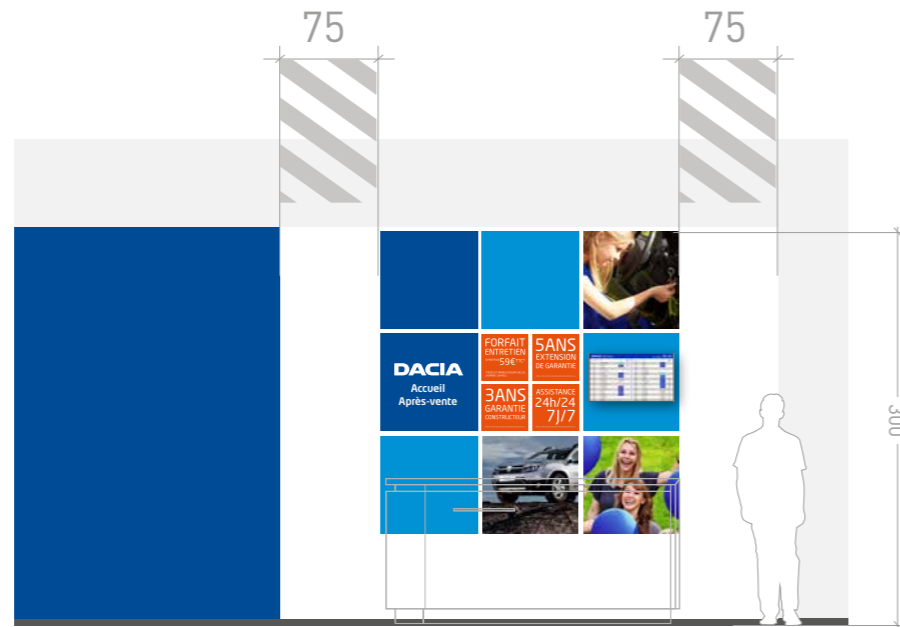


Détail : les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus seront définis par les directions marketing pays.

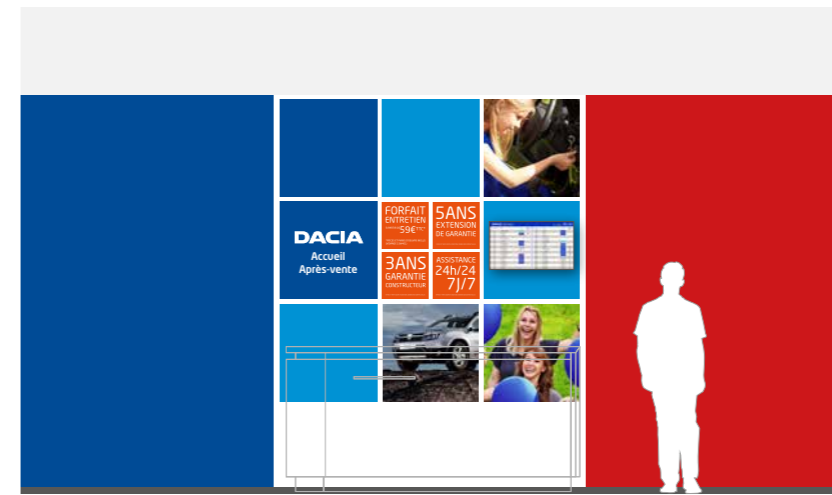


L'accueil après-vente est placé de préférence au fond du showroom vers une porte d'accès au back-office.

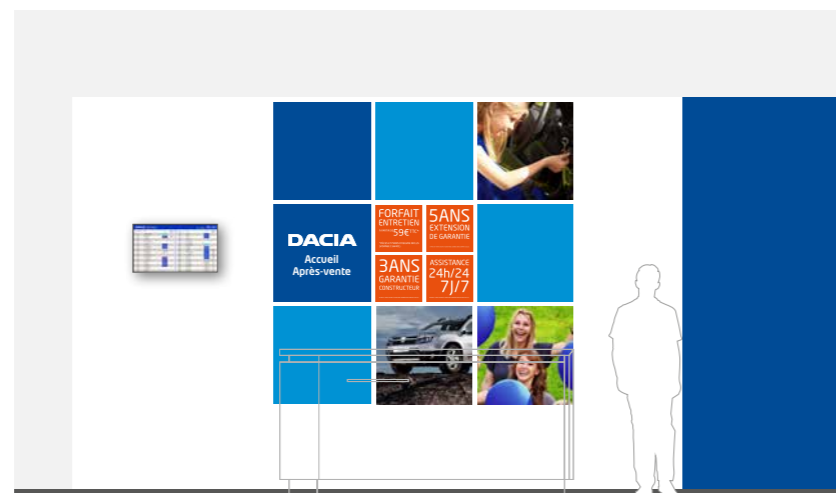
Le showroom multimarques - L'accueil après-vente



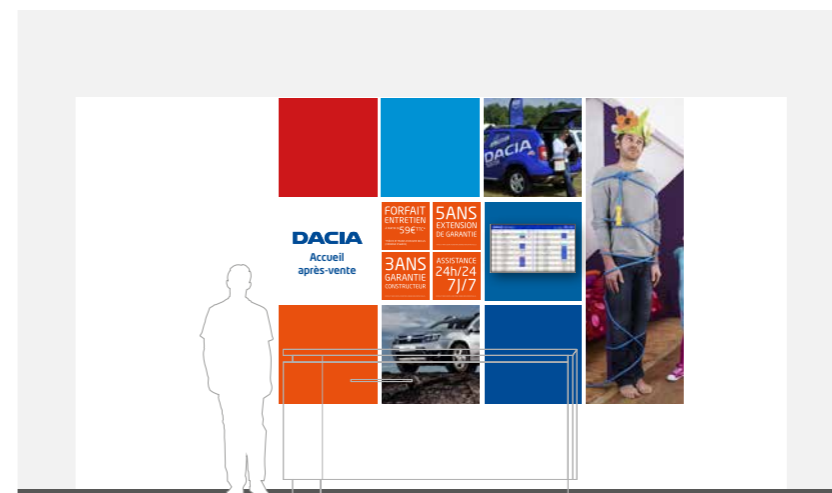
Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels de l'accueil après-vente.



L'accueil après-vente ne doit pas être enclavé dans les murs



L'écran de suivi des services ne doit pas être excentré du mural



Le principe de composition graphique ne doit pas être modifié

La Livraison

Espace livraison spécifique Dacia



Le showroom multimarques - La livraison

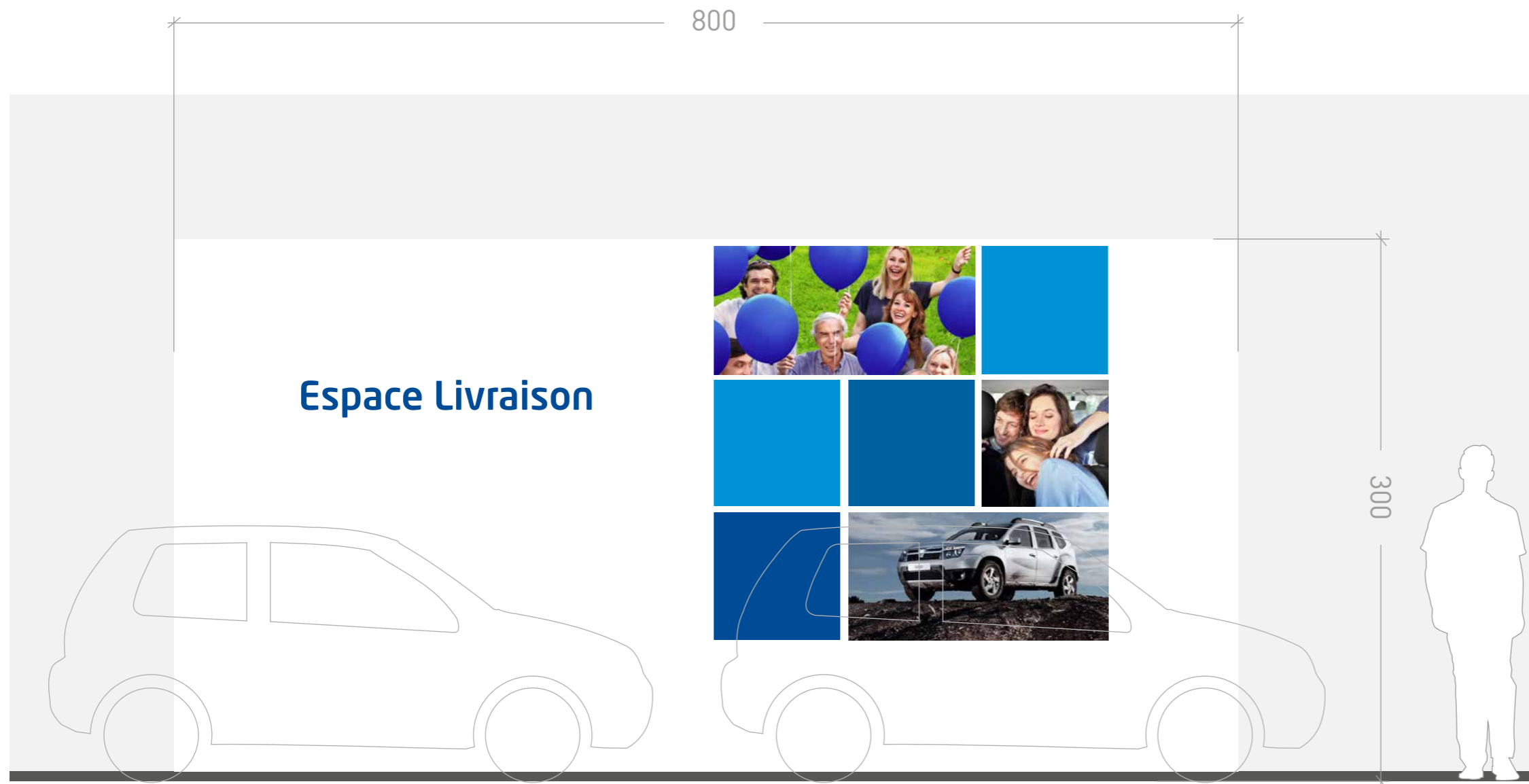


Mur de livraison utilisé dans une configuration Dédicée ou Dacia Box pour un **espace de livraison spécifique Dacia**.

Cette solution personnalise la livraison d'un véhicule Dacia.

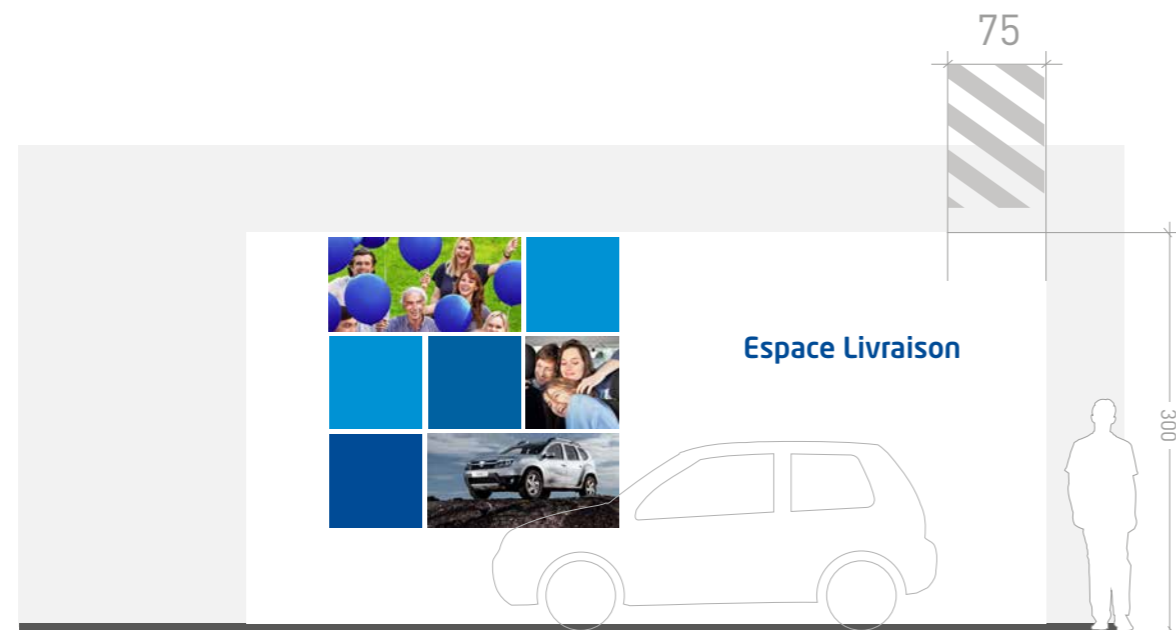
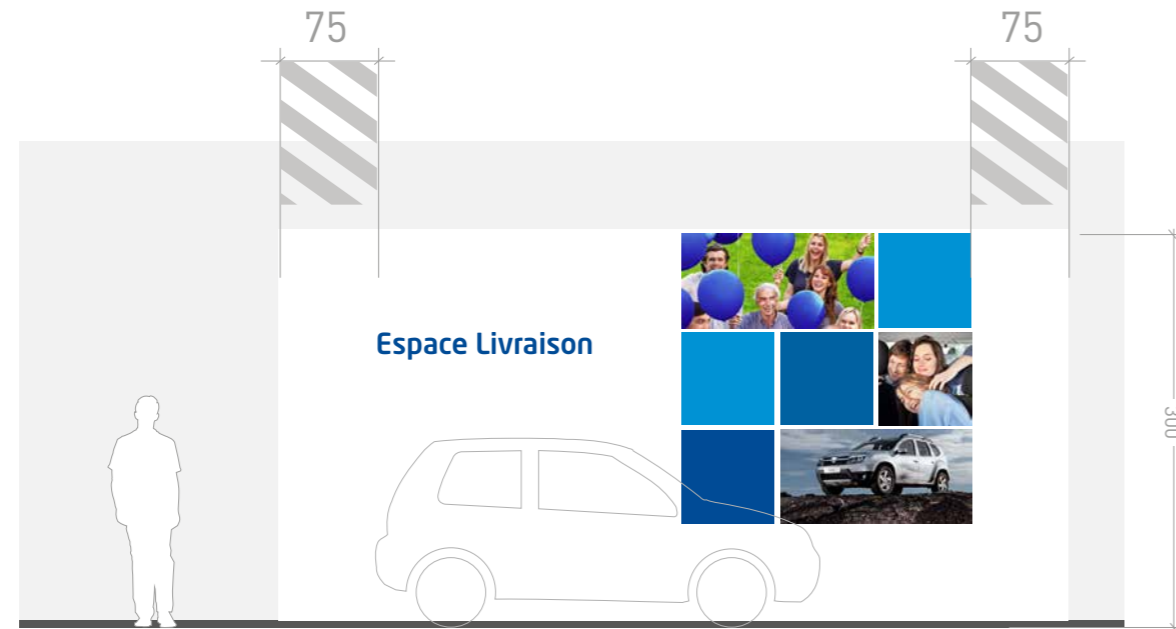
C'est un marquage mural, une cloison autoportante ou le verso d'une fresque d'un pôle Renault.

Sa dimension varie de 6 à 8 m en fonction du nombre et du cycle des livraisons et de l'espace disponible.

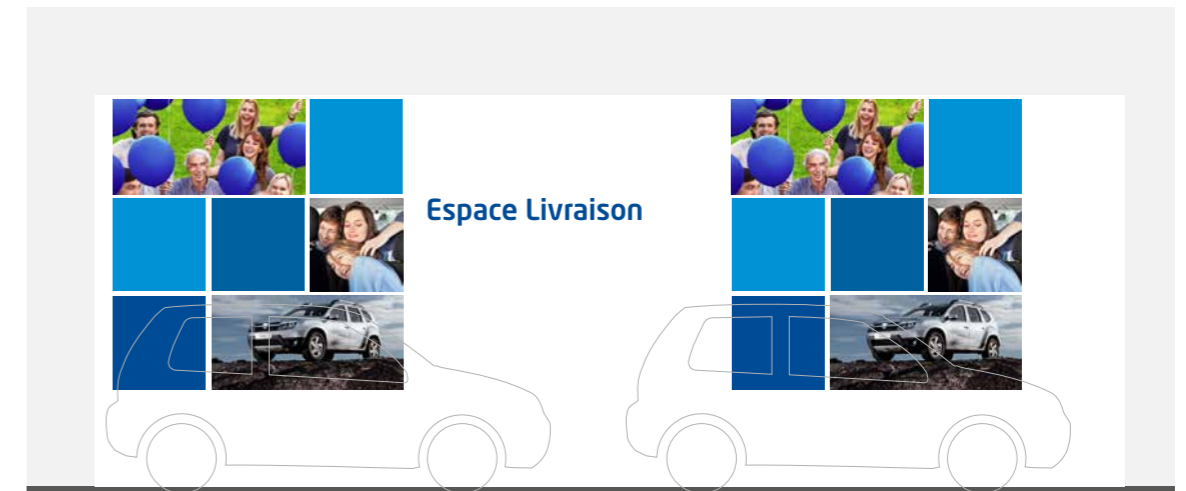


Détail : les visuels sont donnés à titre indicatif ; les contenus définitifs seront définis par les directions marketing pays.

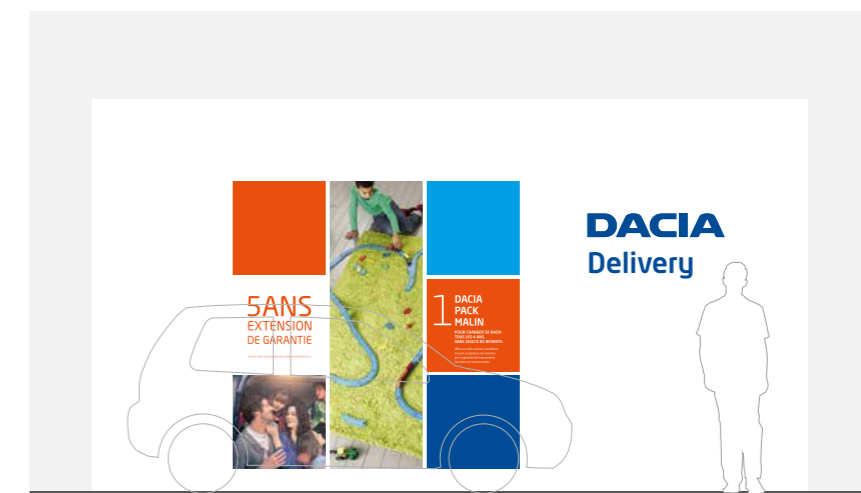
Le showroom multimarques - La livraison



Une zone de neutralité de 75 cm minimum doit être respectée de part et d'autre des visuels.










Même si l'espace concerne plusieurs véhicules, le mural ne doit pas être dupliqué.



Le principe de composition graphique et les cotes ne doivent pas être modifiés.

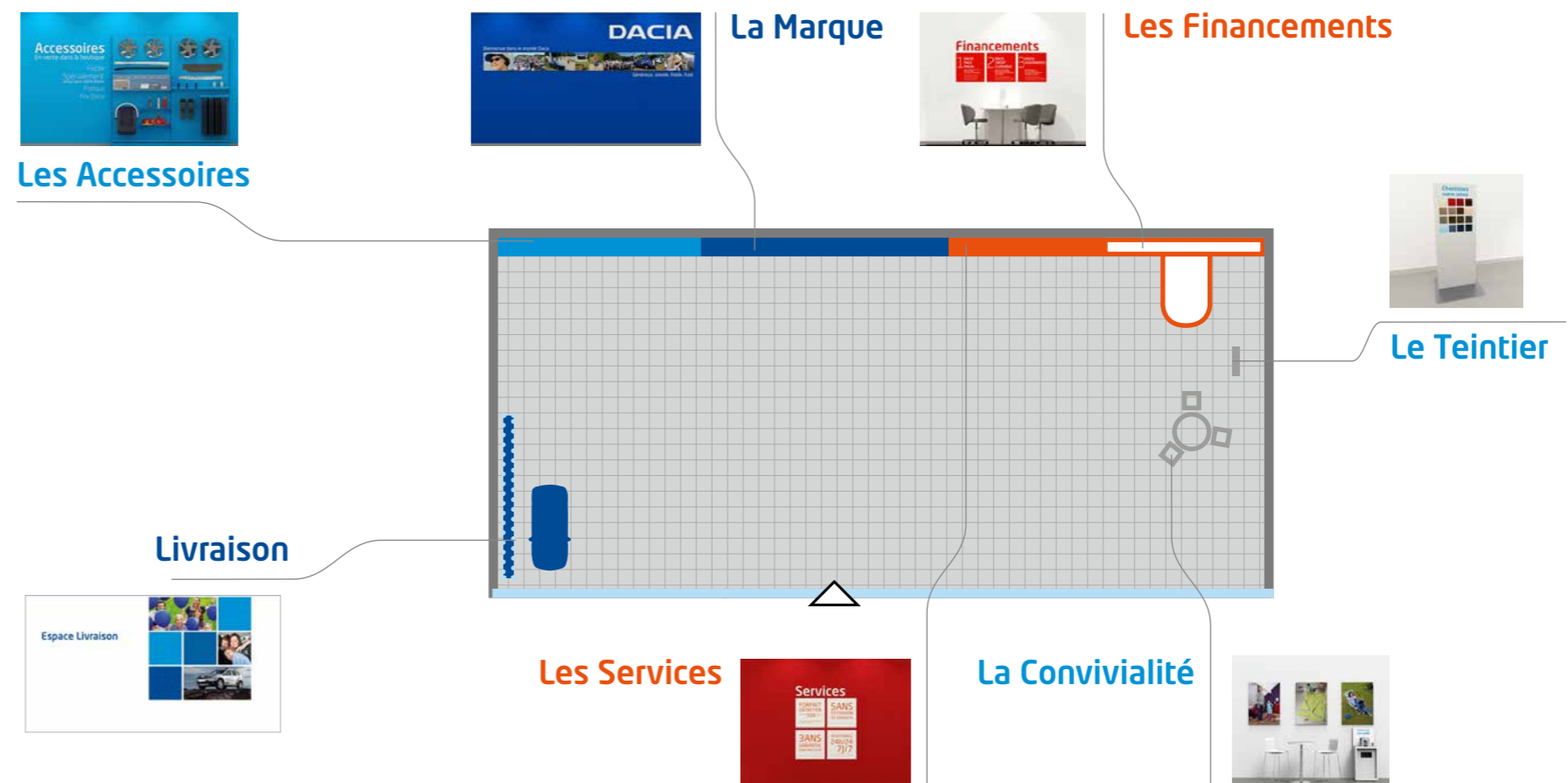
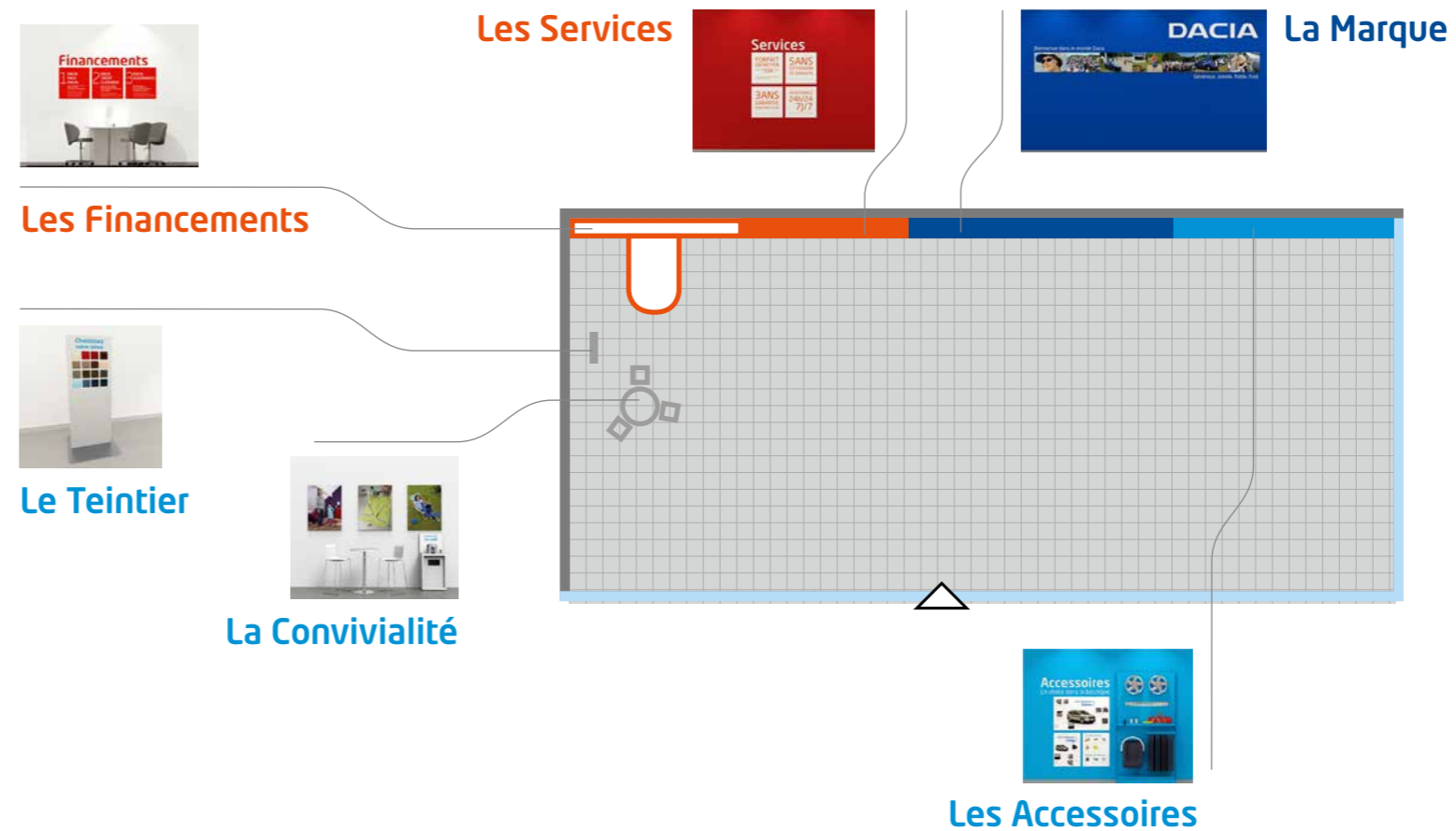
Le showroom multimarques : les configurations possibles

En fonction de la configuration du showroom, les composantes suivantes peuvent s'appliquer :

-  La Marque
-  Les Services
-  Les Financements + Bureau vendeur
-  Les Accessoires
-  Le Teintier
-  La Convivialité
-  L'après-vente
-  La Livraison

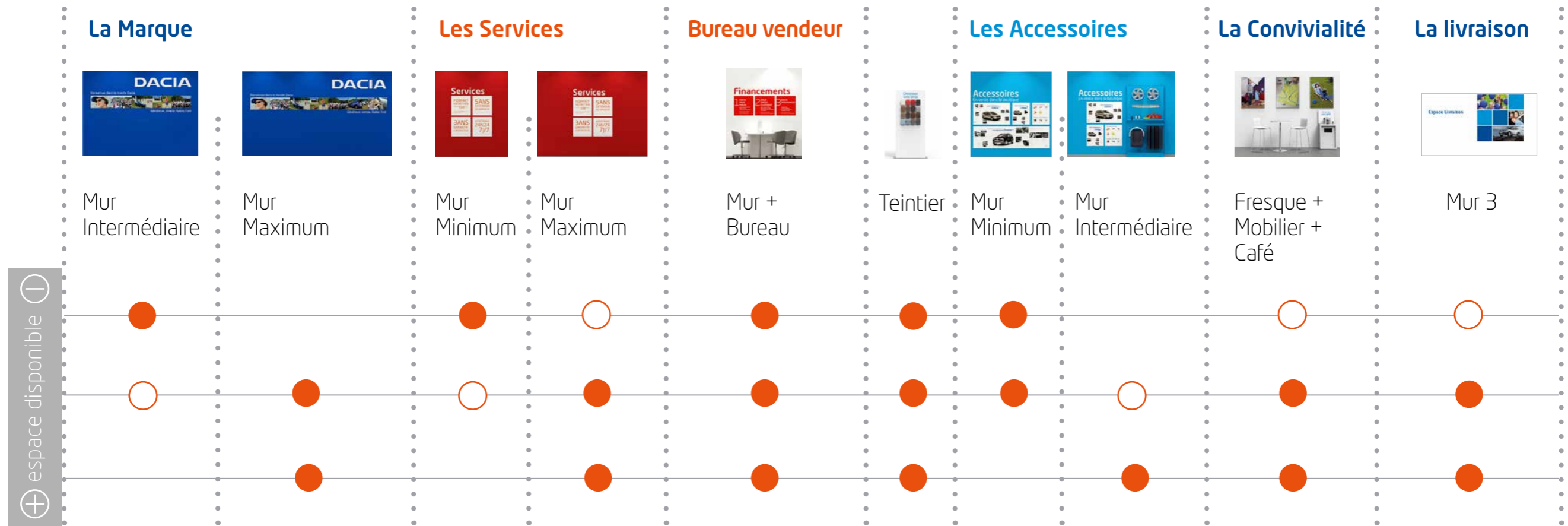
Légende :

-  Vitrage
-  Mur



Le showroom multimarques : les configurations possibles

Synthèse



- Présence préconisée
- Option possible en fonction de l'espace disponible

Le showroom multimarques - Exposition VN



Pour rendre la gamme lisible :

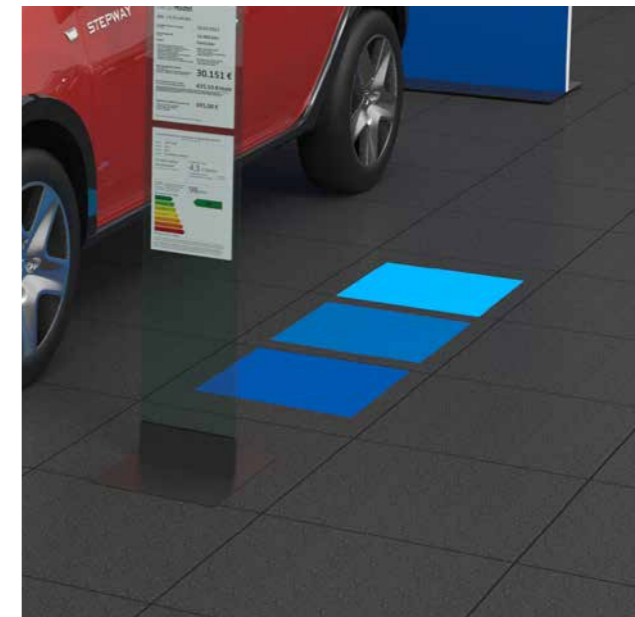
Le marquage permet de mieux organiser l'exposition dans le showroom car les véhicules sont toujours exposés au bon endroit.

L'éclairage directionnel peut être réglé au mieux pour valoriser les véhicules.



Détail pastille
Les pastilles sont toujours positionnées du côté conducteur.

Le présentoir prix est disposé à 45 cm devant la pastille bleu foncée, lisible par le client.



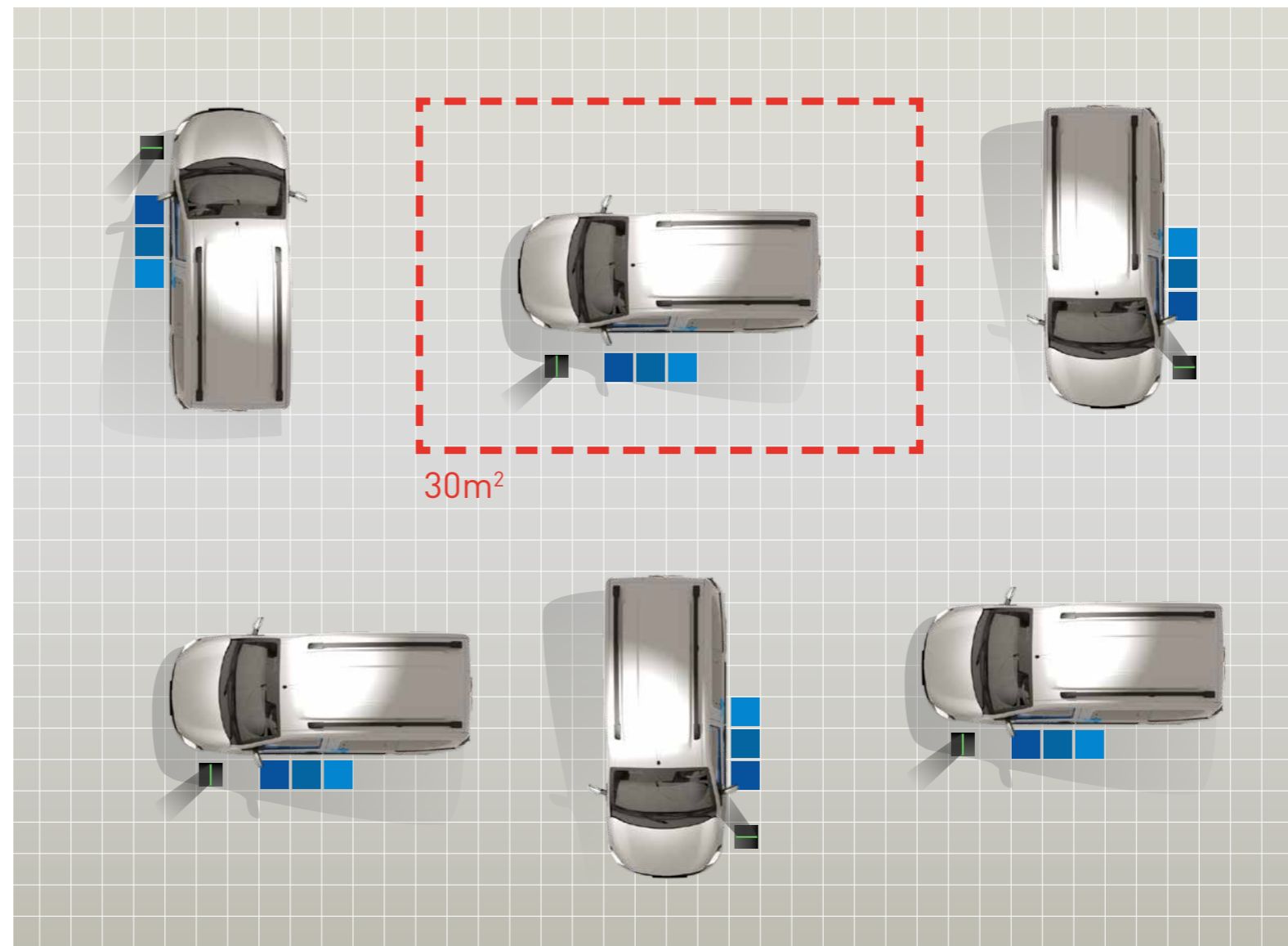
Lorsque que le format du carrelage du showroom est différent des standards Dacia (45x45 cm) les pastilles conservent néanmoins leurs dimensions

Le showroom multimarques - Exposition VN



Règle d'orthogonalité :

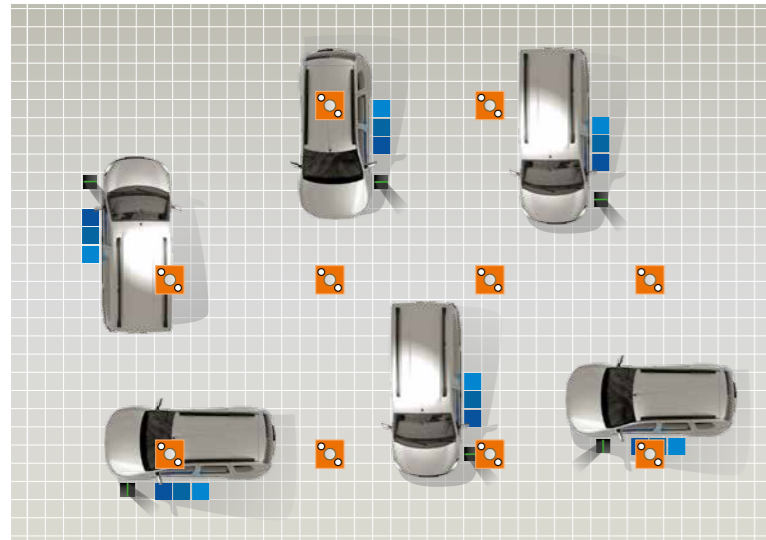
Les véhicules sont exposés de manière perpendiculaire en suivant la trame du carrelage. Chaque véhicule doit disposer d'une surface minimum de 30 m².



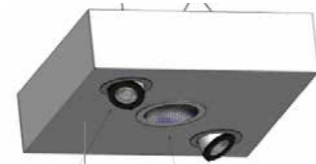
Le showroom multimarques - L'éclairage

Une trame lumineuse pour structurer l'espace

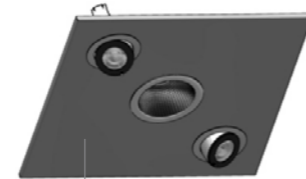
Avec ou sans faux plafond, le principe réside dans la combinaison d'un éclairage générique à LED, procurant la lumière d'ambiance de deux éclairages d'accentuation à iodures métalliques, pour la mise en valeur des véhicules.



Exemple de trame dans le showroom



Module autonome installé à 3 m du sol



Le plafond est à ± 3 m du sol, le module est encastré dans le faux plafond



Modules suspendus installés à 3 m du sol



Modules encastrés dans le faux plafond

Pour plus de détails concernant les composantes de ce guide,
se reporter au **Cahier des Charges Techniques intérieur**

Merci