

Renault
Group

GUIDE D'IMPLANTATION DES SITES MULTIMARQUES RENAULT GROUP

Edition v1 • Janvier 2025

Sommaire

1	Introduction	3
2	Les abords et le parking clients	10
3	Les façades des showrooms	34
4	Les showrooms	50
5	Les espaces communs	76
6	L'après-vente	116
7	Les services clients 24/7	131
8	renew	166
9	Renault Pro+	183
10	Les espaces back-office	194
11	Les sites multimarques Renault Dacia Alpine	202

1

INTRODUCTION

1.1 Préambule

L'enjeu du multimarquisme est crucial pour les marques de Renault Group qui se doivent, plus que jamais, proposer une relation client plus efficace, développer de nouveaux services et témoigner de leur engagement dans le respect de l'environnement.

Ce document définit les règles d'implantation à respecter au sein des sites multimarques Renault Group, lorsque l'implantation de bâtiments séparés par marque n'est pas envisageable.

Les normes d'identité du réseau des marques Renault & Dacia doivent être appliquées dans toutes les situations.

Les règles d'application doivent permettre le déploiement de sites multimarques tout en :

- **offrant aux clients les parcours les plus lisibles pour une expérience client cohérente** quelle que soit la nature du site,
- **assurant une présence équilibrée des marques,**
- **respectant l'identité des marques grâce à des règles de séparation claires** et à l'organisation stricte des cas de cohabitation au sein des espaces communs.

1.2 Les limites de l'approche actuelle

- 1** Les zones d'exposition extérieures occupent une place trop importante devant les showrooms.
La première priorité devrait être accordée au parking clients et à la simplicité de lecture de la façade.
- 2** La cohabitation des univers de marque dans les espaces communs perturbe la perception des clients.
Les univers des marques doivent être renforcés à proximité des produits exposés.
- 3** L'intégration des nouveaux services de mobilité est un enjeu majeur des années à venir.
Leur implantation induit une redistribution des surfaces extérieures.
- 4** Les systèmes d'identité ont été conçus indépendamment les uns des autres.
La simple juxtaposition des marques sur les façades et dans les showrooms montre ses limites.
- 5** La mise en commun des fonctions est une voie nécessaire permettant une réduction des coûts.
Elle ne peut se faire par la seule réaffectation de surfaces de la partie Renault.

1.3 Vue générale d'un site multimarque Renault Group



1.4 Éléments-clés d'un site multimarque Renault Group



Un parking clients en façade principale



Des façades équilibrées et harmonieuses



Des offres VO & VU visibles dès les abords du site



Des showrooms dédiés aux univers des marques



Des espaces hautement visibles partagés par les marques



Des services 24/7 parfaitement intégrés au site

1.5 Les règles fondamentales à retenir

- 1** L'identification du site se fait par l'utilisation des systèmes signalétiques des différentes marques.
- 2** Les parkings clients sont dédiés à chacune des marques, clairement séparés les uns des autres.
En option, un parking clients partagé par les différents marques est envisageable.
- 3** Les façades des showrooms sont identifiées par la signalétique de chacune des marques, séparées par une zone verticale blanche.
- 4** Chaque showroom dispose d'une entrée dédiée.
- 5** La livraison des véhicules se fait dans un espace exclusif dédié aux seules marques Renault et Dacia.
- 6** Le lounge d'attente est exclusif aux marques Renault et Dacia.
- 7** Les baies d'atelier de la façade après-vente Renault Dacia sont identifiées par la signalétique des marques. Les baies d'atelier dédiées aux marques hors Renault Group sont strictement séparées.
- 8** L'espace après-vente (et ses services 24/7) sont exclusifs aux clients des marques Renault et Dacia.
- 9** L'accueil service multimarque est exclusif aux marques Renault et Dacia.
- 10** Les expositions extérieures renew et VU sont intégrées au plan général.

1.6 Les documents de référence

PRINCIPE GÉNÉRAL

Les composantes spécifiques aux différentes marques et leurs modalités d'application dans les différents formats de points de vente ne sont pas présentées dans ce guide dont la finalité est de décrire les conditions de cohabitation des univers de marque dans le cadre des sites multimarques de Renault Group.

LES DIFFÉRENTS DOCUMENTS DES MARQUES

Afin de découvrir ou d'approfondir les règles et normes à appliquer sur un point de vente multimarque, un ensemble de documents décrits les composantes spécifiques aux différentes marques et leurs modalités d'utilisation.

- Les chartes architecturales regroupent dans un même document les différentes composantes présentes sur les façades et les modalités d'aménagement intérieur.
- Les sites renew et Renault Pro+ disposent d'une charte architecturale spécifique.
- Les cahiers des charges présentent toutes les prescriptions techniques et esthétiques utiles à la fabrication de chacune des composantes.

Tous ces documents sont disponibles sur :

<https://brandstores.renault.com>



Documents de normalisation et cahier des charges techniques des sites Renault



Documents de normalisation et cahier des charges techniques des sites Dacia



Documents de normalisation et cahier des charges techniques des sites Alpine



Documents de normalisation et cahier des charges techniques Mobilize

2

LES ABORDS ET LES PARKINGS CLIENTS

2.1

LA PRÉSIGNALÉTIQUE

2.1.1 Fondamentaux

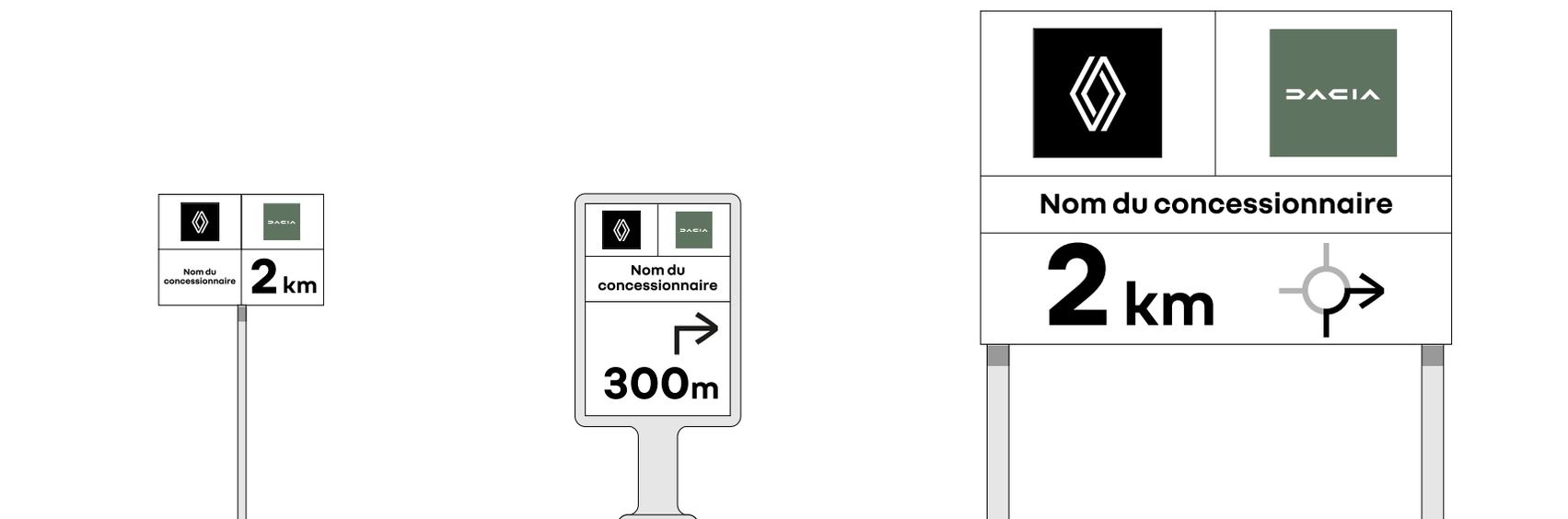
Règle générique d'implantation

La présignalétique des sites multimarques Renault Dacia utilisent des supports communs déclinés selon différents formats.

Interdit

Il est préconisé de ne pas implanter de supports dédiés à chacune des marques afin de minimiser l'insertion dans l'environnement.

2.1.2 La présignalétique des sites multimarques Renault Group



PRINCIPES

Les panneaux de présignalétique des sites multimarques de Renault Group comportent les signatures des différentes marques présentées de manière équilibrée.

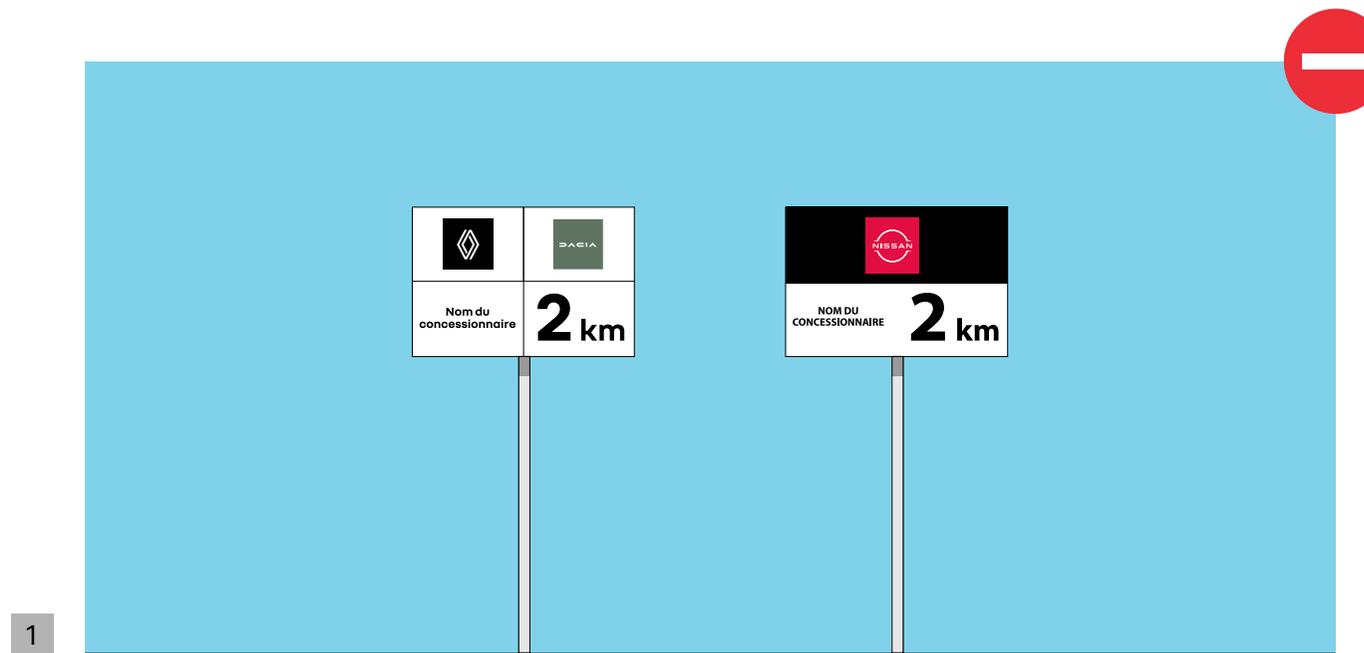
Les informations directionnelles sont personnalisées à chaque situation.

Elles apparaissent en typographie neutre Renault Group.

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

- 1 Site multimarque à 2 marques.
- 2 Site multimarque à 3 marques.

2.1.3 Les interdits



1



2



3

PRINCIPAUX INTERDITS

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

2.2

LES DRAPEAUX ET LES TOTEMS

2.2.1 Fondamentaux

Règle générique d'identification

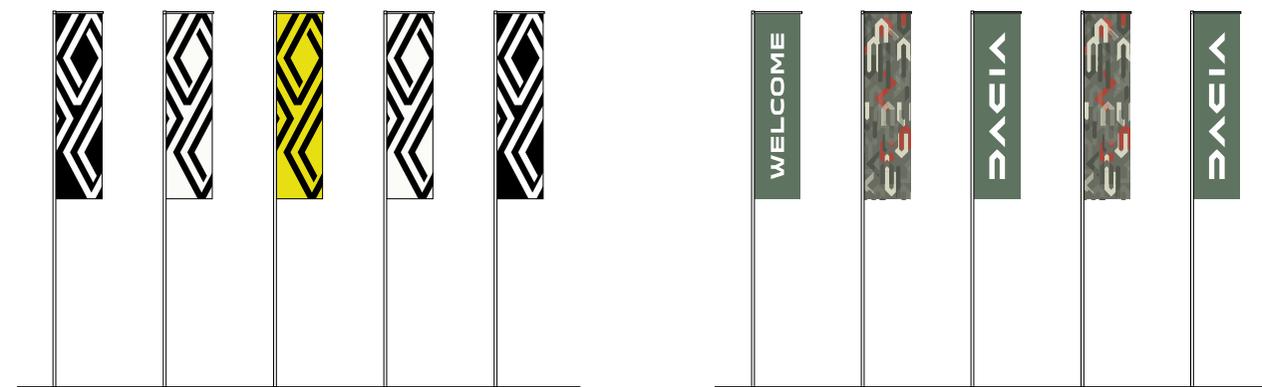
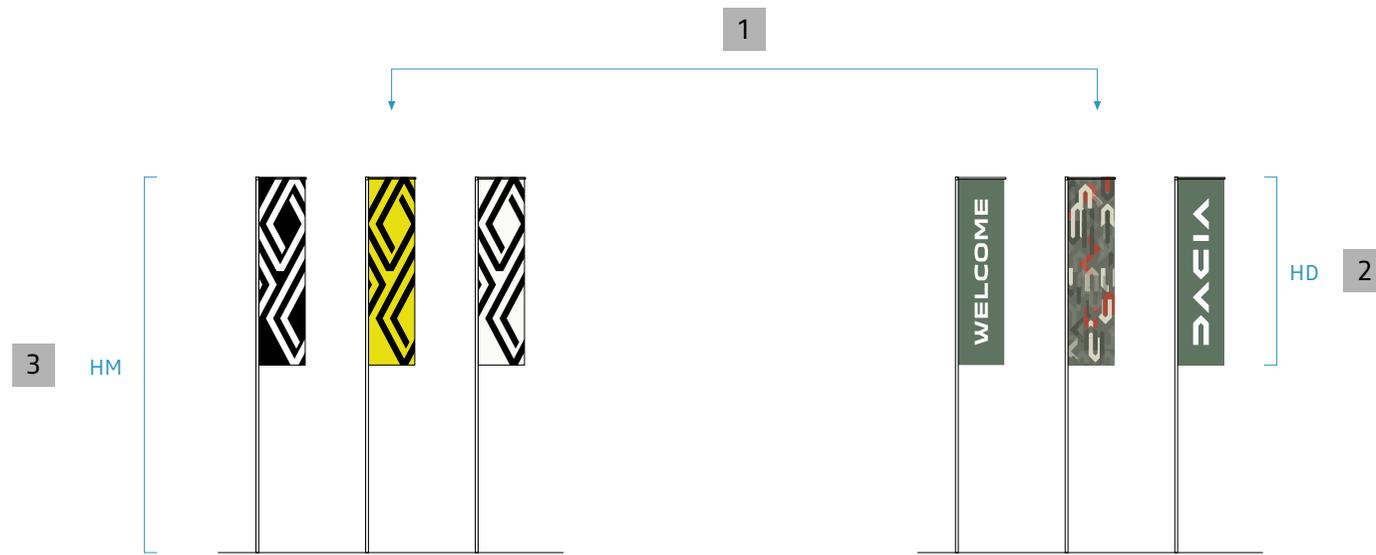
Sur un site multimarque Renault Dacia, les drapeaux des 2 marques sont disposés séparément par groupe de 3 ou 5 de part et d'autre du site.

Les totems ou les enseignes sur mâts sont spécifiques à chacune des marques. Ils sont implantés devant l'entrée des showrooms respectifs.

Interdit

Dans le réseau concessionnaires, il est interdit d'utiliser les enseignes multimarques sur mâts réservées au réseau commercial R2.

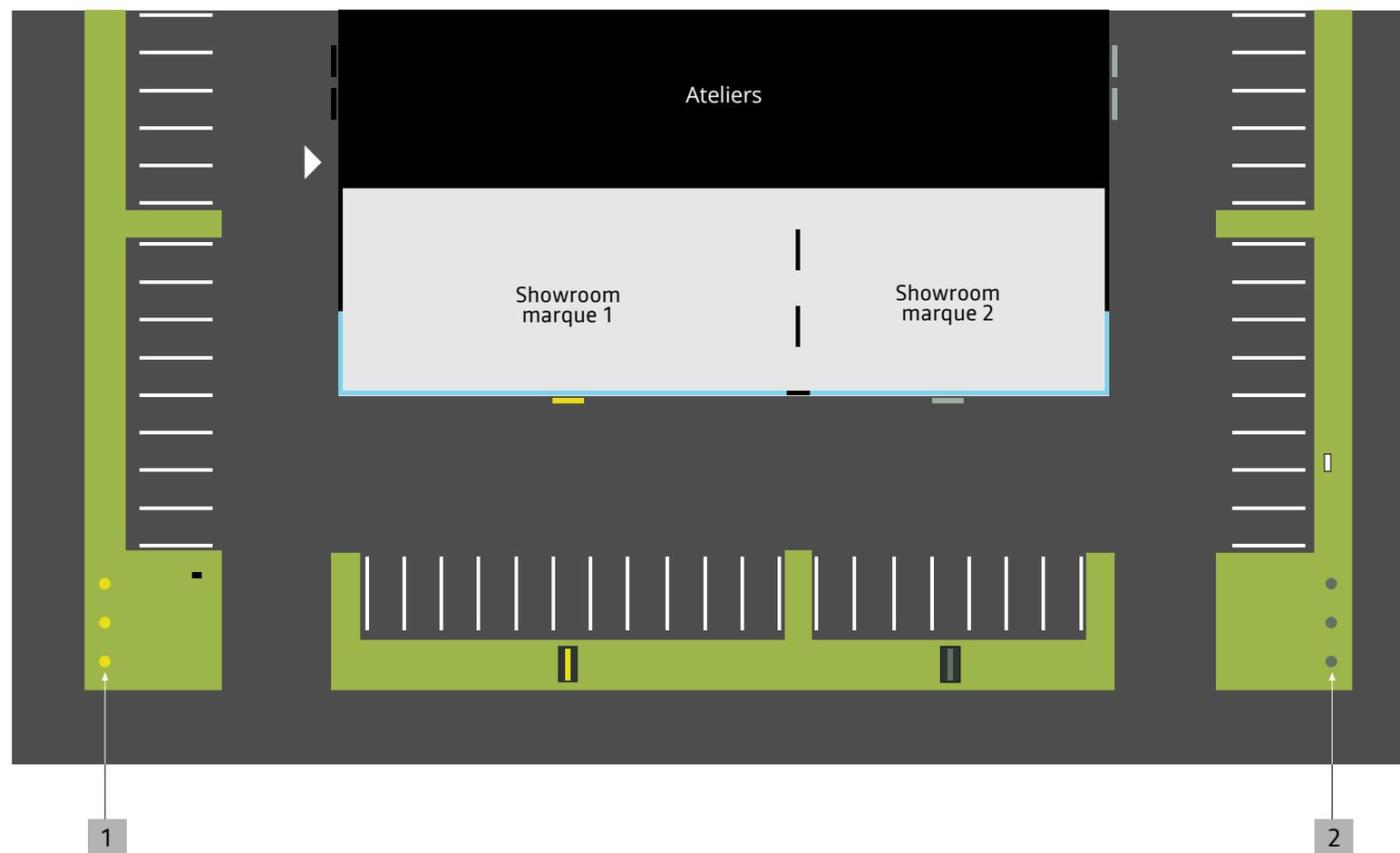
2.2.2 Les drapeaux des sites multimarques Renault Group



PRINCIPES

- 1 Le nombre de drapeaux est identique pour chacune des marques présentes sur le site.
Les drapeaux de chacune des marques sont présentés par groupes de 3 ou de 5.
- 2 Les dimensions des drapeaux sont les mêmes pour chacune des marques.
- 3 Les hauteurs des mâts sont les mêmes pour chacune des marques.

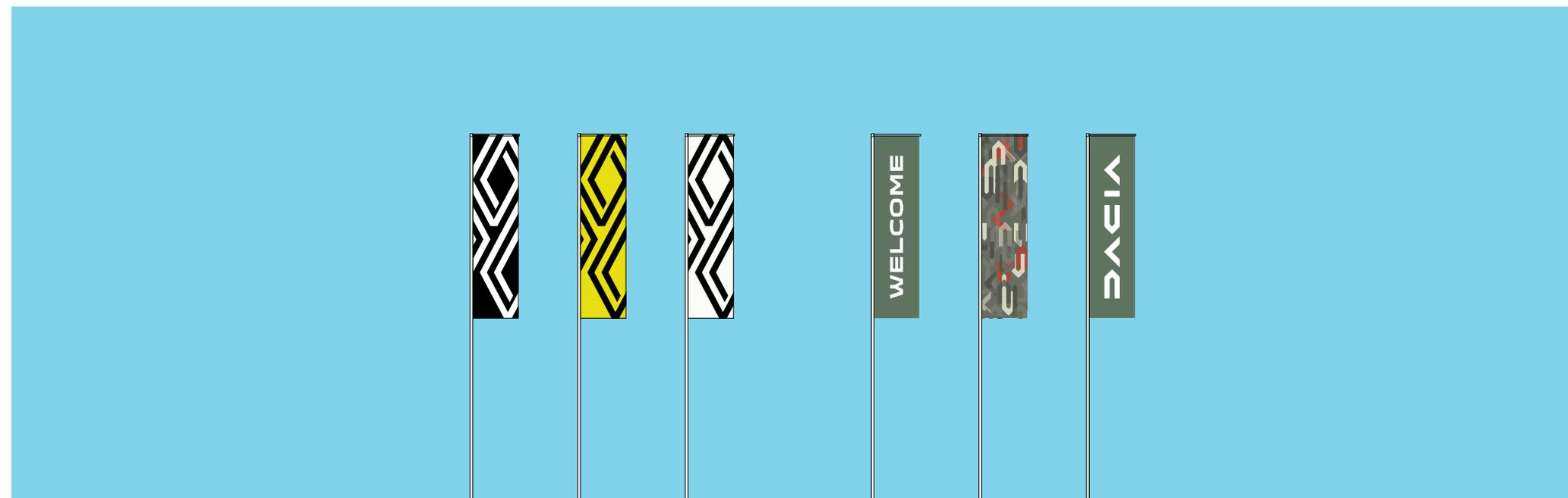
2.2.3 Principes d'implantation dans un site multimarque



PRINCIPES

- 1 Les drapeaux de la marque 1 sont implantés à côté du showroom dédié à cette marque.
- 2 Les drapeaux de la marque 2 sont implantés à côté du showroom dédié à cette marque.

2.2.4 Règles de regroupement des drapeaux



1

mini 6 m

CAS PARTICULIER

Lorsque les groupes de drapeaux ne peuvent être implantés de part et d'autre du bâtiment, il est possible de les implanter de manière alignée.

- 1 Les groupes de drapeaux des marques de Renault Group sont séparés à minima de 6 m.



2.2.5 Cas particuliers & interdits

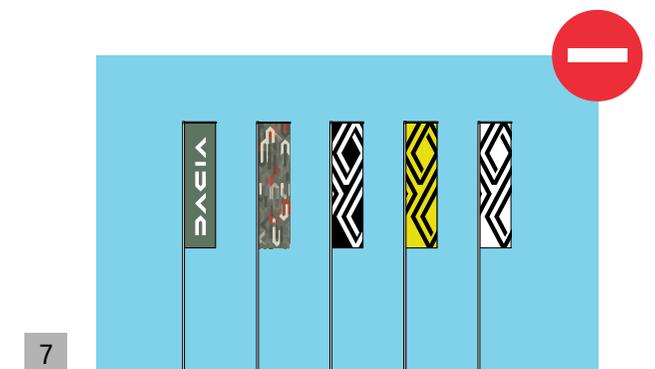
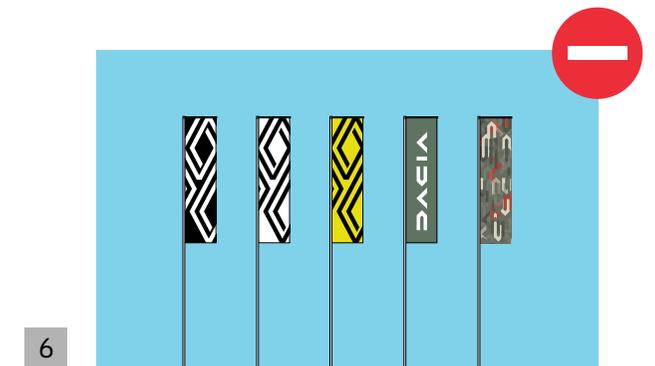
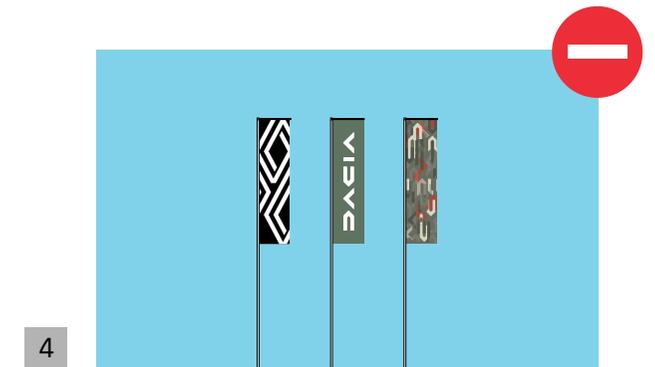
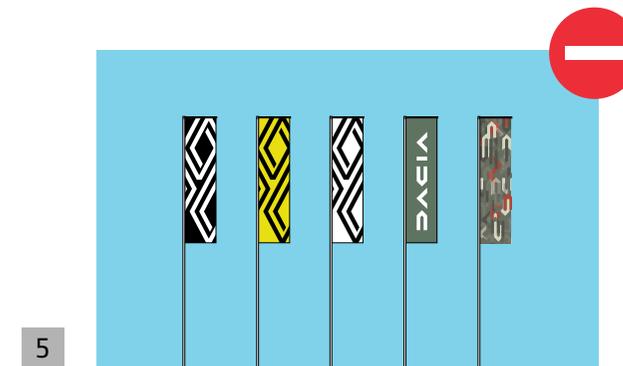
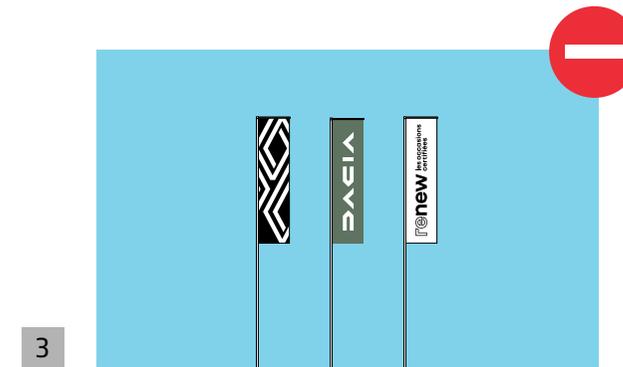
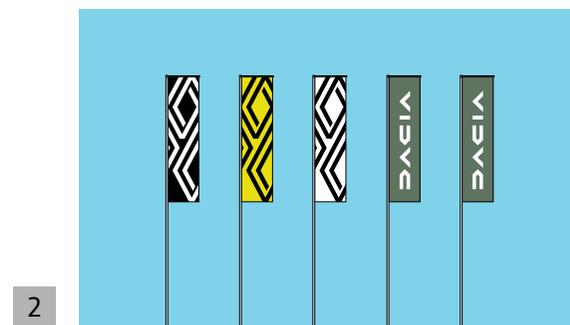
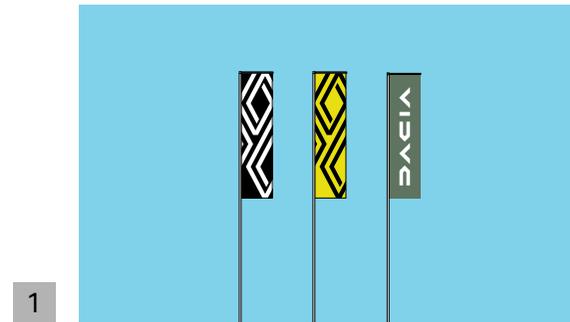
CAS PARTICULIERS

Lorsqu'il n'est pas possible d'implanter les groupes séparés de drapeaux Renault et Dacia, il sera possible de mixer les drapeaux selon les schémas présentés ci-contre.

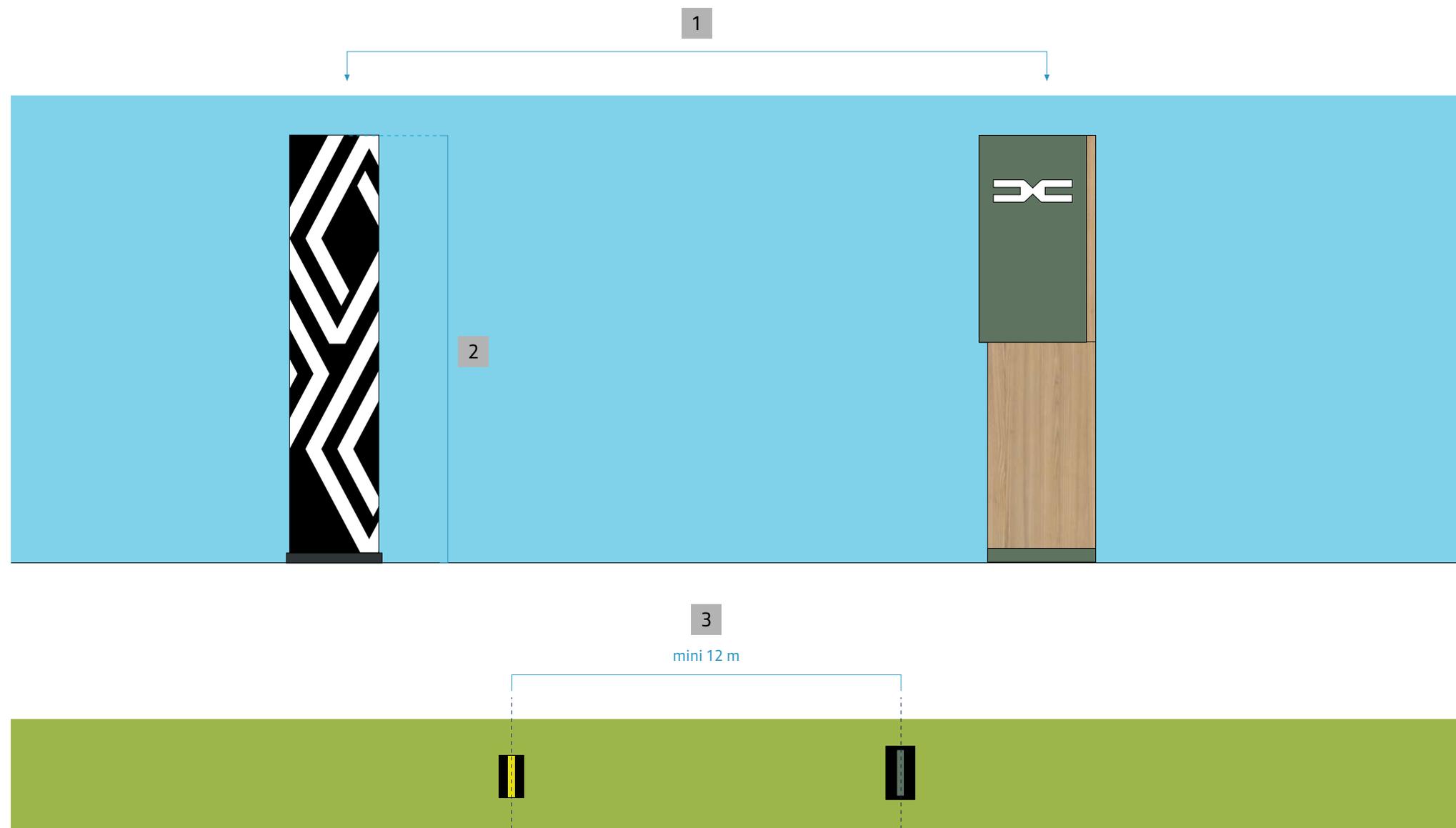
- 1 Groupe mixte de 3 drapeaux.
- 2 Groupe mixte de 5 drapeaux.

INTERDITS

- 3 Associer un drapeau renew aux drapeaux Renault et Dacia.
- 4 Associer 2 drapeaux Dacia à un seul drapeau Renault.
- 5 Utiliser un drapeau "pattern" Dacia au sein du groupe de drapeaux multimarques.
- 6 Utiliser un drapeau "pattern" Dacia au sein du groupe de drapeaux multimarques et changer l'ordre des drapeaux Renault.
- 7 Inverser les positions des drapeaux Renault et Dacia dans le groupe de drapeaux multimarques.



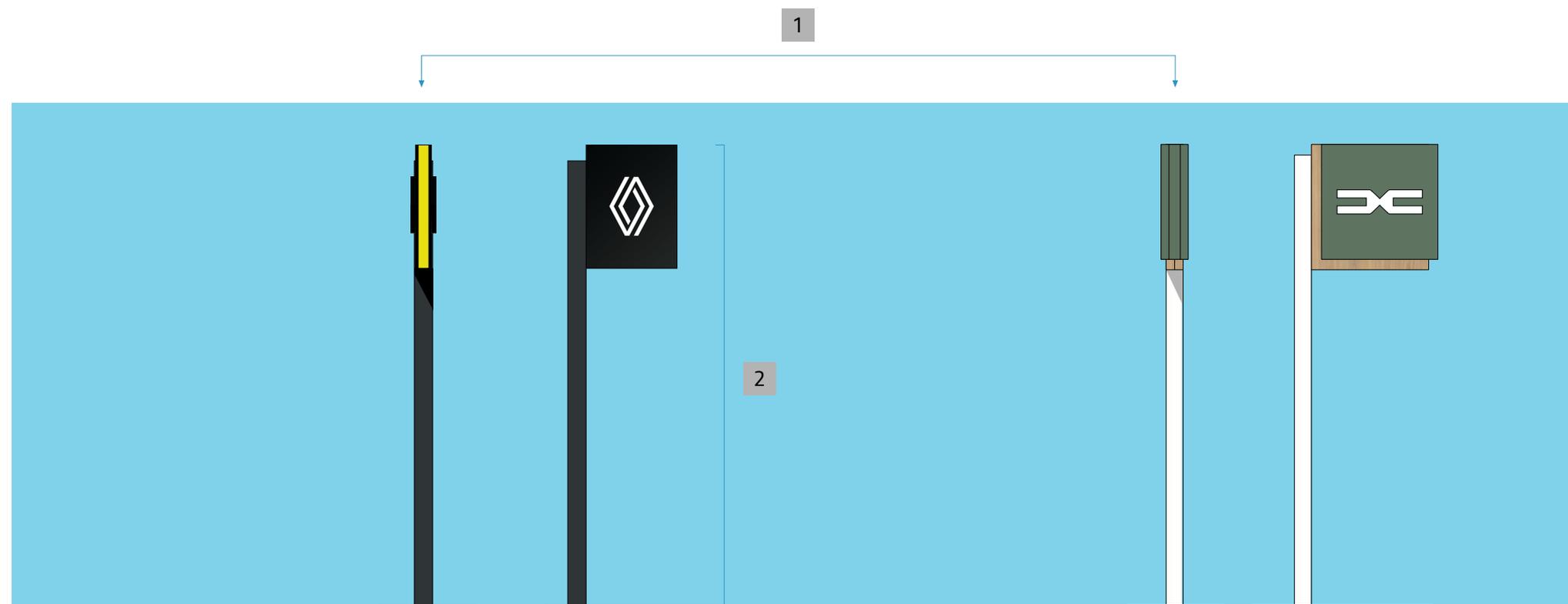
2.2.6 Les totems



PRINCIPES

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

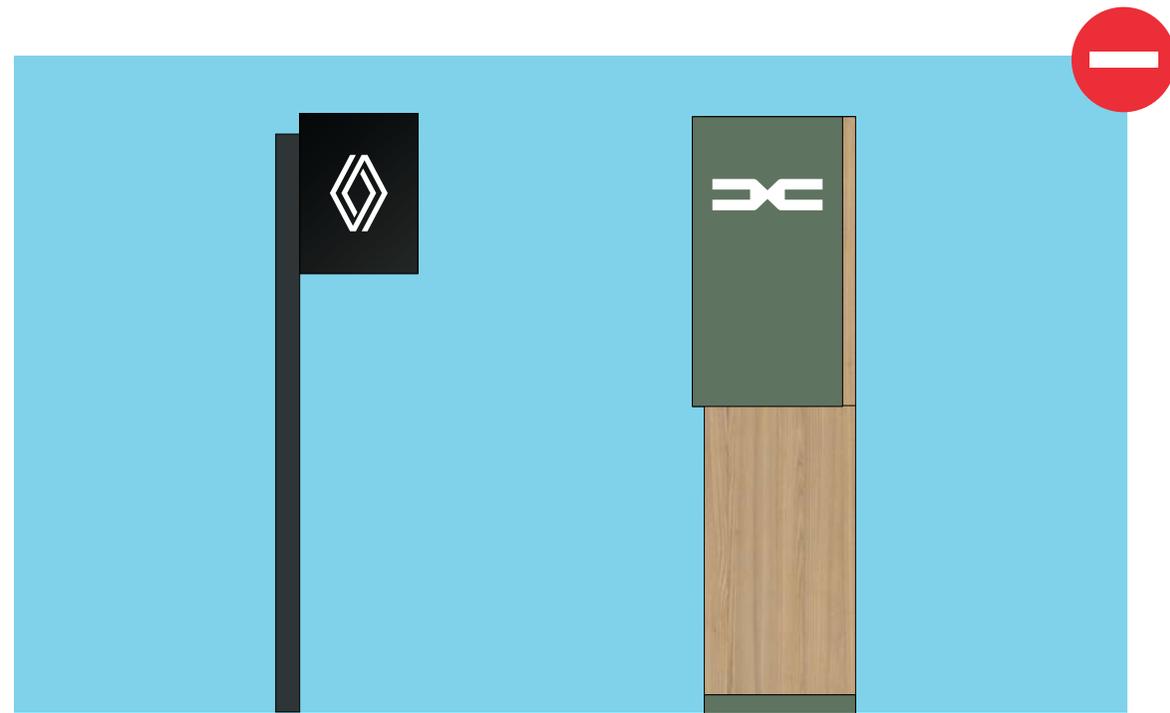
2.2.7 Les enseignes en drapeau sur mât



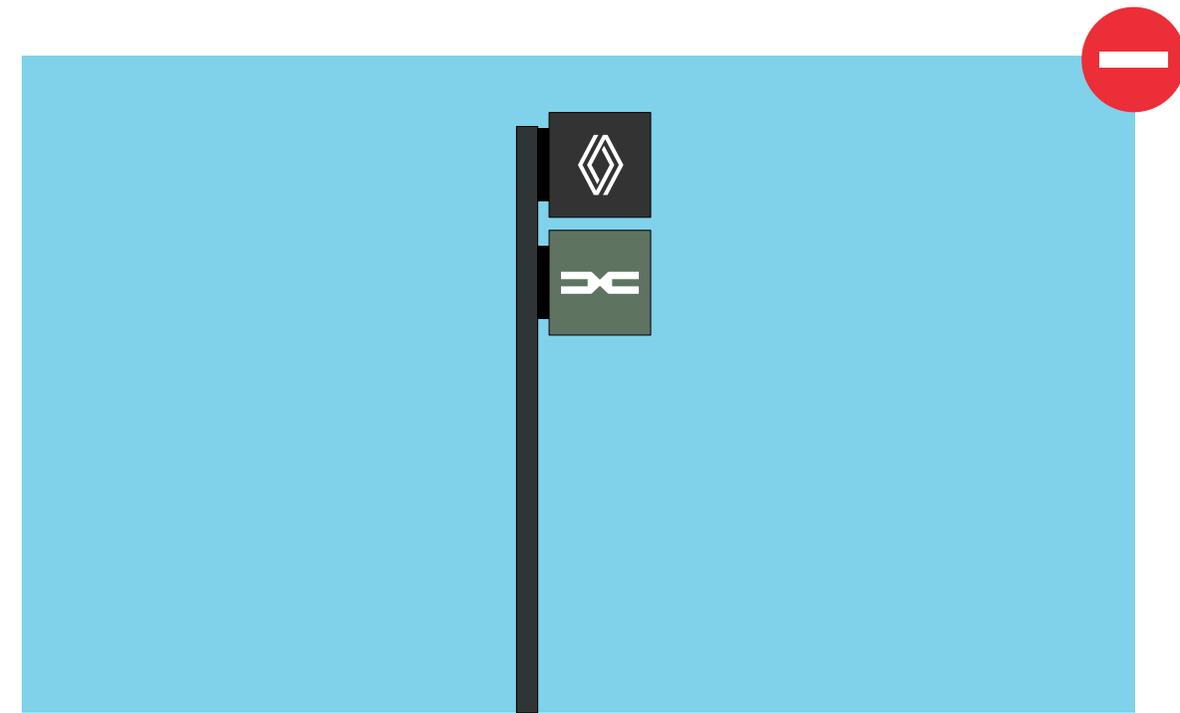
PRINCIPES

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

2.2.8 Les totems et les enseignes en drapeau • interdits



1



2

PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Les enseignes sur mât ne doivent pas être utilisées en combinaison avec le totem d'une marque.
- 2 Les enseignes multimarques montées sur mât sont réservées au réseau commercial R2.

2.3

LES PARKINGS CLIENTS

2.3.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Sur un site multimarque Renault Dacia, les parkings clients sont dédiés à chacune des marques et implantés devant les façades des showrooms respectifs.

Il est préconisé de donner la priorité aux parkings clients et si besoin, de déporter les zones test drive et les zones produits éventuellement en façades latérales.

La signalétique directionnelle commune guide les clients, contribuant à relier les différentes zones aux showrooms des marques.

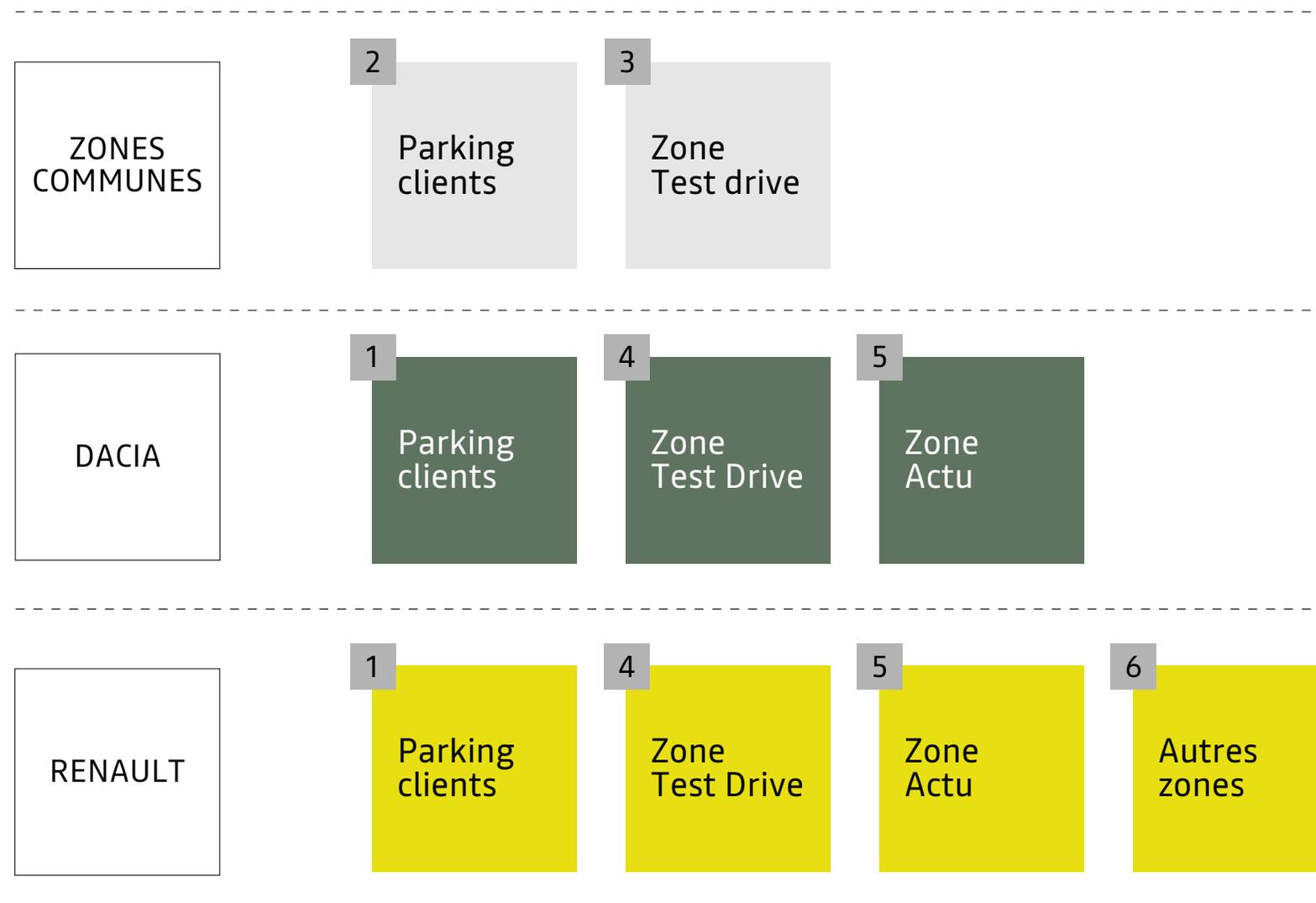
Adaptation possible

Il est possible de créer un parking clients commun associé à une zone test drive Renault Dacia commune.

Interdit

A l'exception des parkings dédiés aux différentes marques, il convient d'éviter la présence des signes d'identité des marques dans les différentes zones communes.

2.3.2 Hiérarchie des composantes



RÈGLE GÉNÉRIQUE

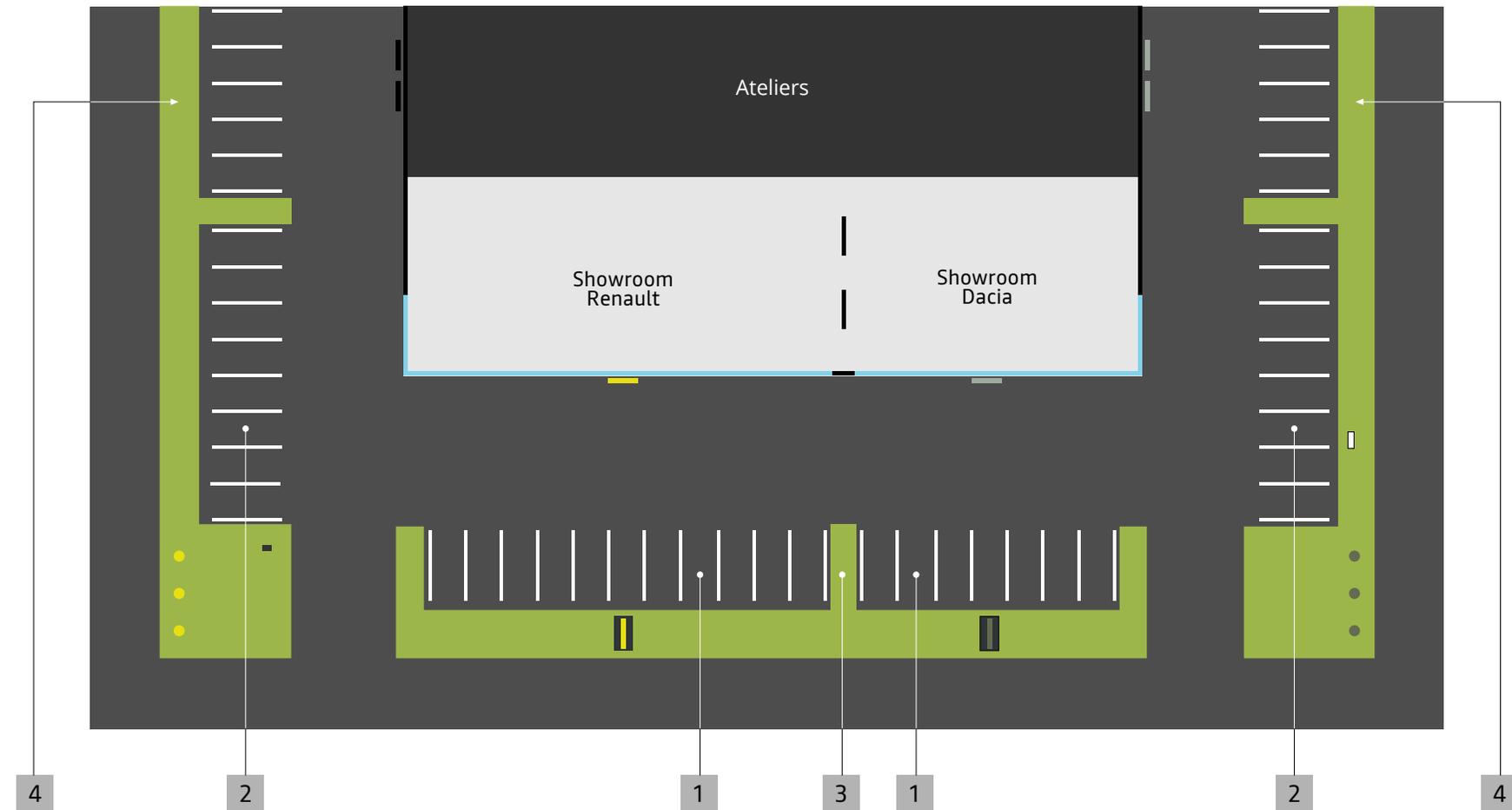
La priorité doit être accordée à l'implantation du ou des parkings clients.

Le tableau ci-contre indique la priorité entre les composantes des abords des sites qui doit être respectée lors d'une nouvelle installation.

PRINCIPE D'ADAPTATION

Dans le cas de la transformation d'un site, les priorités peuvent être modifiées en fonction des contraintes économiques du site et doivent être traitées au cas par cas.

2.3.3 Implantation générale



PRINCIPES D'IMPLANTATION

- 1 Les parkings clients sont séparés pour chacune des marques. En priorité, ils sont implantés devant les showrooms
- 2 En complément, des places de parking peuvent également être disposées sur les côtés du bâtiment.
- 3 Dans la mesure du possible, un terre-plein crée une séparation entre les différents parking dédiés à chacune des marques.
- 4 En façade après-vente, les parkings de restitution sont implantés à proximité des baies d'atelier dédiées à chacune des marques.

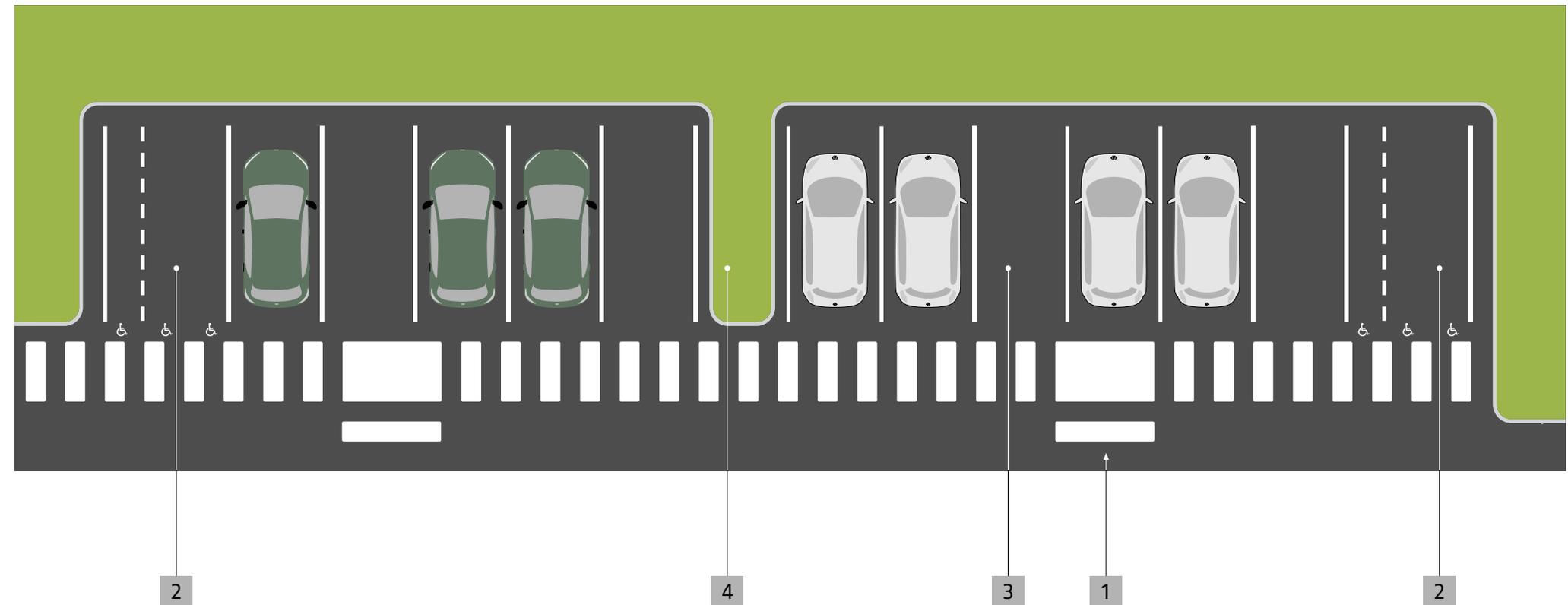
2.3.4 Les parkings clients séparés

PRINCIPE

Dans la mesure du possible, il est préconisé d'implanter des parkings dédiés à chacune des marques devant la façade des showrooms.

DESCRIPTION DES COMPOSANTES

- 1 Des passages protégés, tracés en peinture blanche, aux normes du code de la route, relient les places de parking aux entrées des showrooms..
- 2 Les places prioritaires aux PMR sont aux normes du Code de la route. A minima, une place PMR figure dans chaque zone de parking.
- 3 Les places, au format standard européen 2300 x 5000 mm, ne possèdent aucun signe distinctif spécifique aux marques.
Elles sont tracés au sol par peinture blanche epoxy bi-composante.
- 4 Terre-plein de séparation des zones de parking dédiés aux marques optionnel.



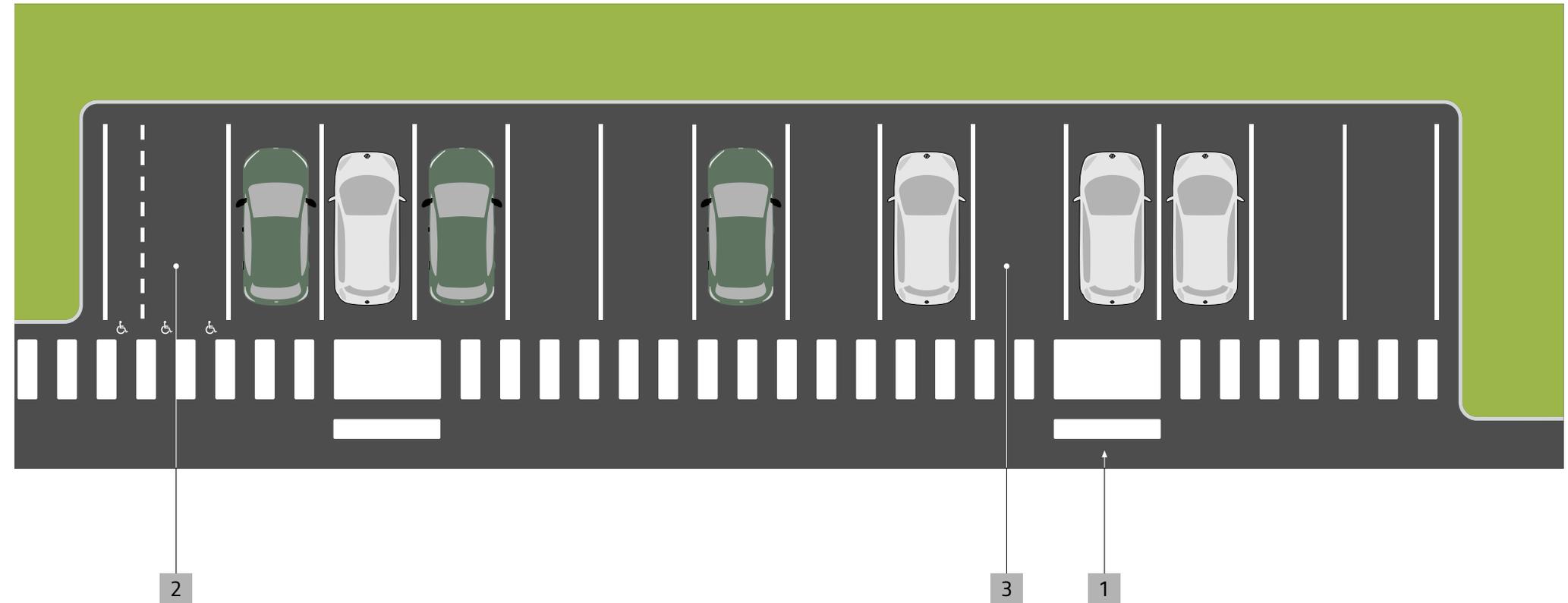
2.3.5 Le parking partagé par les différentes marques

PRINCIPE

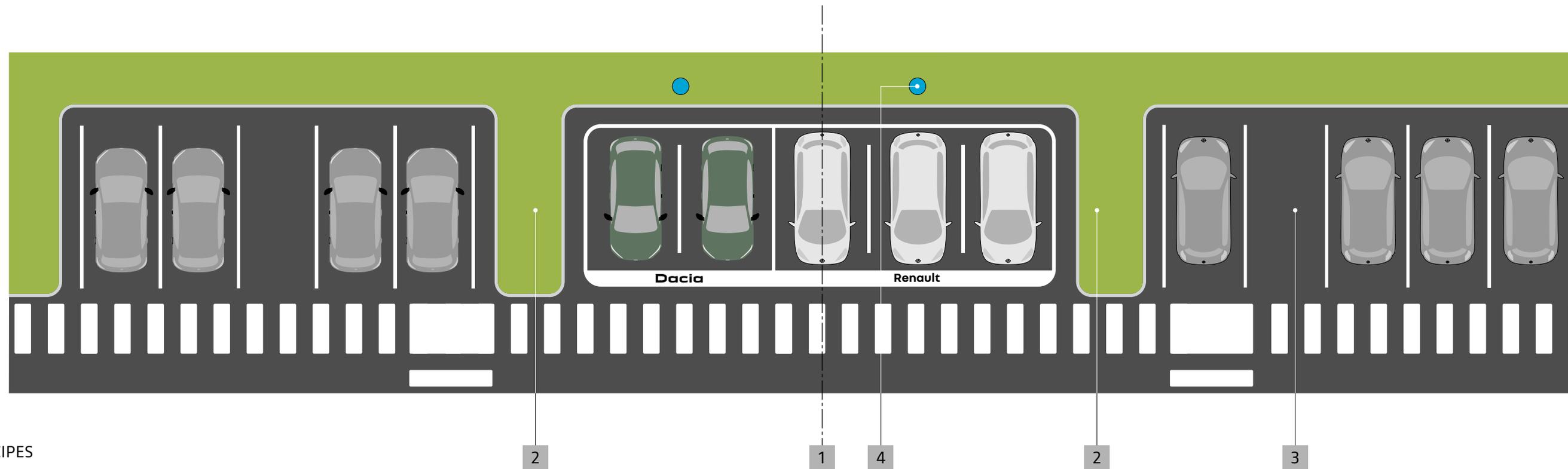
Lorsqu'il n'est pas possible d'implanter des parkings séparés pour chacune des marques, il sera possible de créer un parking commun.

DESCRIPTION DES COMPOSANTES

- 1 Des passages protégés, tracés en peinture blanche, aux normes du code de la route, relient les places de parking aux entrées des showrooms.
- 2 Les places prioritaires aux PMR sont aux normes du Code de la route. A minima, une place PMR figure dans le parking.
- 3 Les places, au format standard européen 2300 x 5000 mm, ne possèdent aucun signe distinctif spécifique aux marques. Elles sont tracés au sol par peinture blanche epoxy bi-composante.



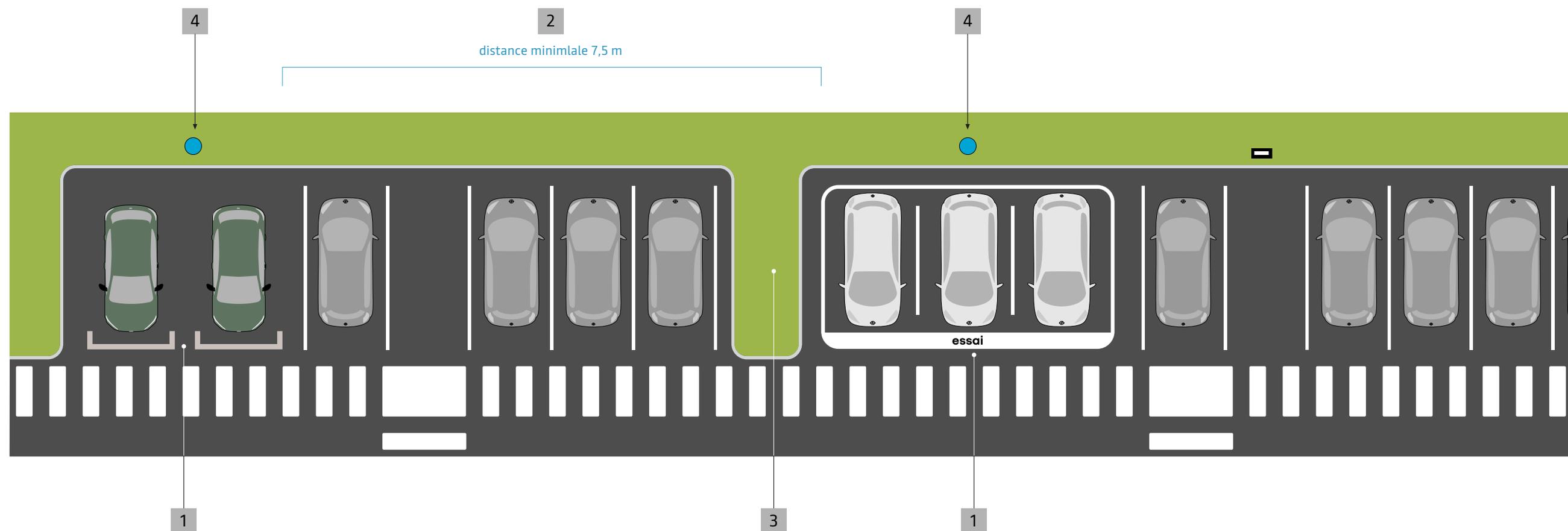
2.3.6 La zone test drive Renault Dacia



PRINCIPES

- 1 La zone test drive commune, lorsqu'elle existe, doit être implantée dans l'axe de la séparation des showrooms des marques de Renault Group. **Seuls les véhicules de marque Renault ou Dacia peuvent être présentés dans cette zone.**
- 2 Afin de mettre ces véhicules en valeur, il est préconisé de séparer la zone test drive des parkings des marques de Renault Group par des terre-pleins.
- 3 Les zones de parking sont implantées de part et d'autre de la zone test drive commune devant leurs showrooms respectifs.
- 4 Des bornes de recharge sont présentes sur les zones test drive éventuellement partagés entre les véhicules présents dans ces zones.

2.3.7 Les zones test drive séparées



PRINCIPES D'IMPLANTATION

En ce qui concerne les sites existants :

- 1 Des zones test drive spécifiques à chacune des marques, peuvent être intégrées dans la zone de parking clients dédiée à ces marques.
- 2 Ces zones seront toujours séparées d'une distance minimale égale à 3 places de parking (7,5 m).
- 3 De manière préférable et optionnelle, les zones test drive sont séparées par un terre-plein.
- 4 Des bornes de recharge sont présentes sur les zones test drive éventuellement partagés entre les véhicules présents dans ces zones.

2.3.8 La signalétique directionnelle

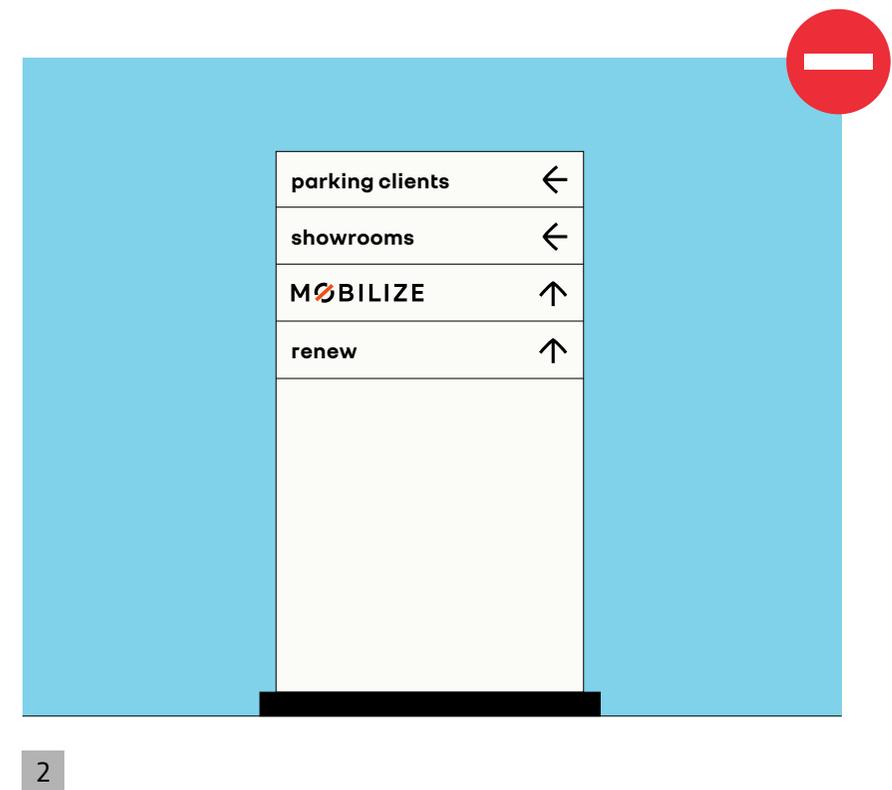
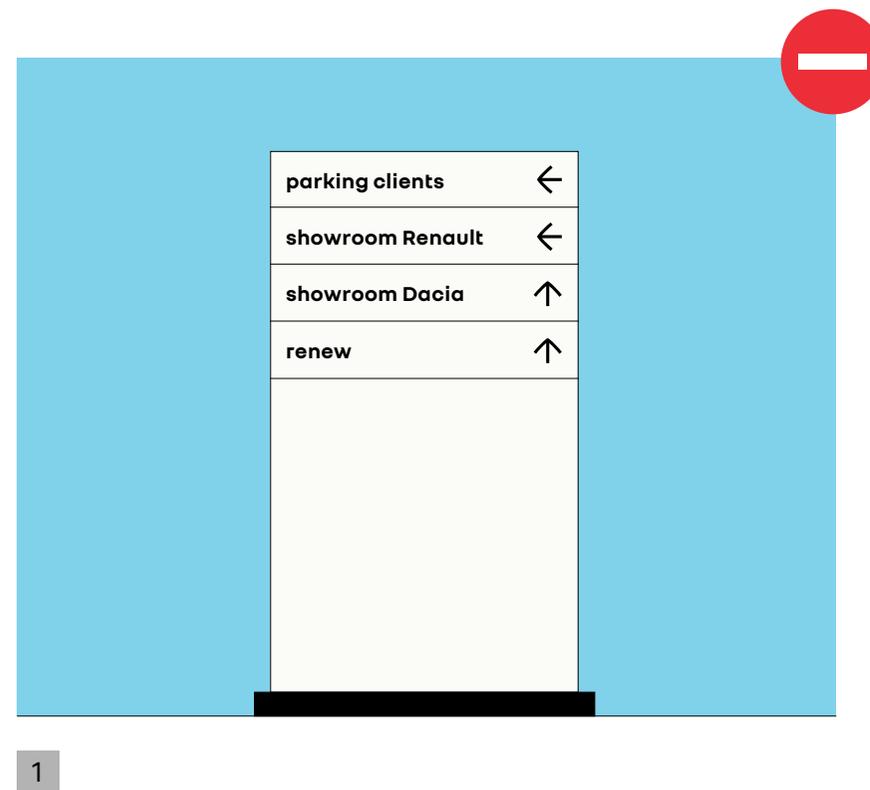


RÈGLE GÉNÉRIQUE

La signalétique directionnelle multimarque doit être utilisée.

Aucune mention des marques (nom de marque ou logotype) ne doit figurer sur ces éléments à l'exception des appellations renew et Renault Pro+.

2.3.9 La signalétique directionnelle • interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Utilisation des noms de marque dans les intitulés est à proscrire.
- 2 Utilisation des identités visuelles des marques est à proscrire.

3

L'IDENTIFICATION DES FAÇADES DES SHOWROOMS

3.1

LES FAÇADES-TYPES DES NOUVELLES CONSTRUCTIONS

3.1.1 Fondamentaux

Règle générique

Les façades des showrooms Renault et Dacia sont identifiées par l'application pleine des éléments signalétiques de chacune des marques.

Une séparation blanche de largeur 1 m est préconisée pour permettre une cohabitation harmonieuse des composantes des 2 marques.

L'accès à chaque showroom se fait par une porte d'entrée dédiée.

Adaptation possible

Sur les façades étroites, il est possible de réduire la distance de séparation neutre entre les 2 façades en respectant certaines conditions.

Interdit

En cas de constructions neuves ou de réorganisation importante d'un site, les vitrines des showrooms ne peuvent être juxtaposées.

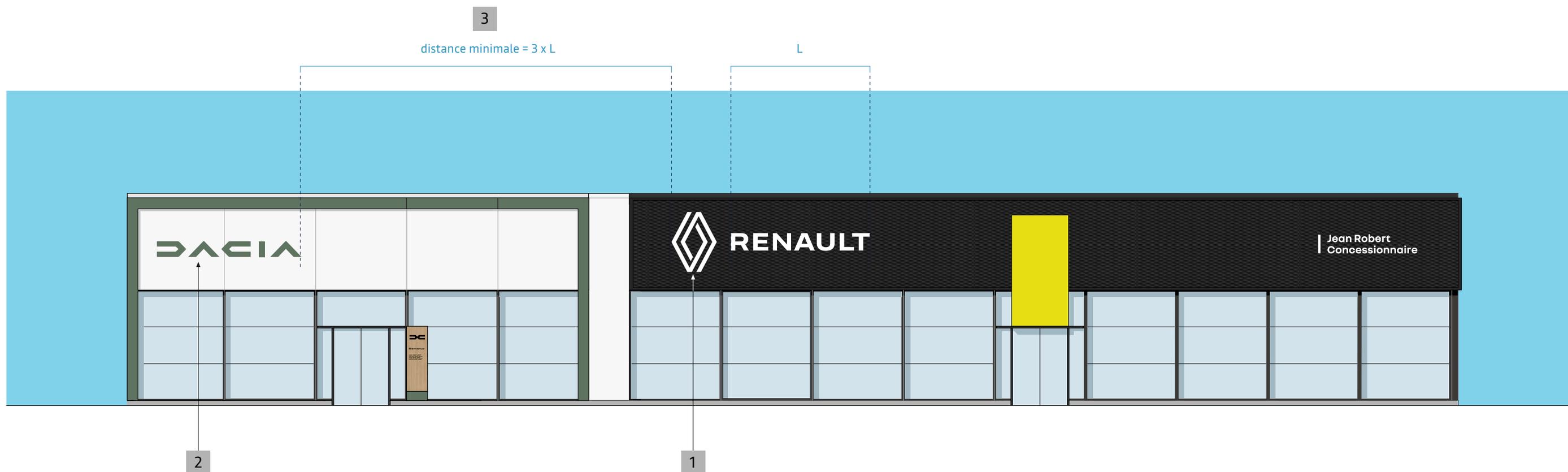
3.1.2 La façade-type des sites multimarques Renault Dacia



PRINCIPES

- 1 Les systèmes d'identité visuelle des différentes marques s'appliquent sur les frontons de chacun des showrooms, de manière équilibrée.
- 2 Une séparation verticale blanche d'une largeur minimale de 1 m accentue la séparation entre les marques.

3.1.3 Configuration inversée

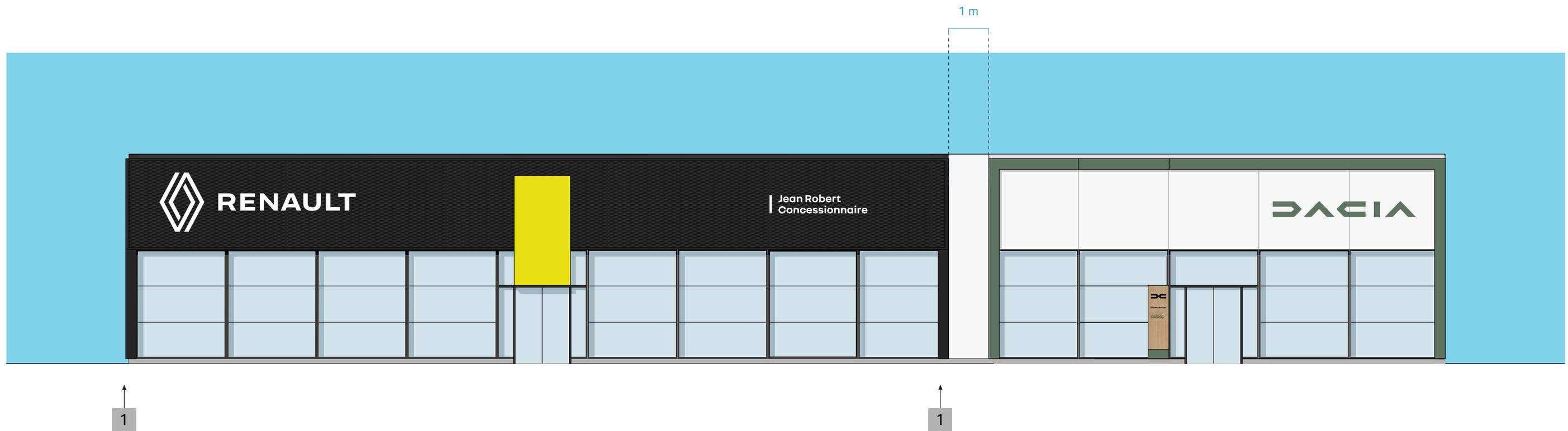


PRINCIPE

- 1 De préférence, la signature Renault est implantée à gauche de la façade, suivant le sens de lecture.
- 2 La signature Dacia est implantée à gauche de la façade.
- 3 Une distance minimale égale à 3 x la longueur du logotype Renault est à respecter entre les signatures.
- 4 En cas de façade étroite, il conviendra d'implanter la signature Renault à l'opposé de la signature Dacia.



3.1.4 Renforcement optionnel de l'unité de la façade d'un site Renault Dacia



PRINCIPE

- 1 Un montant vertical renforce l'unité de la façade tout en accentuant la séparation entre les façades.

Cet élément gris foncé reprend les dimensions de l'outline présent sur la façade Dacia.

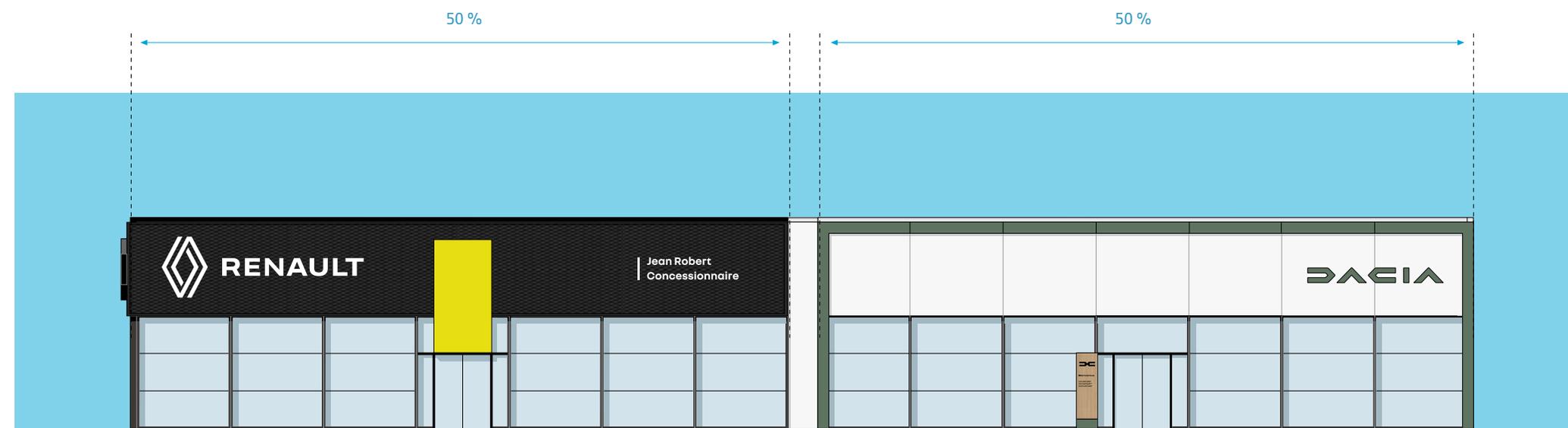
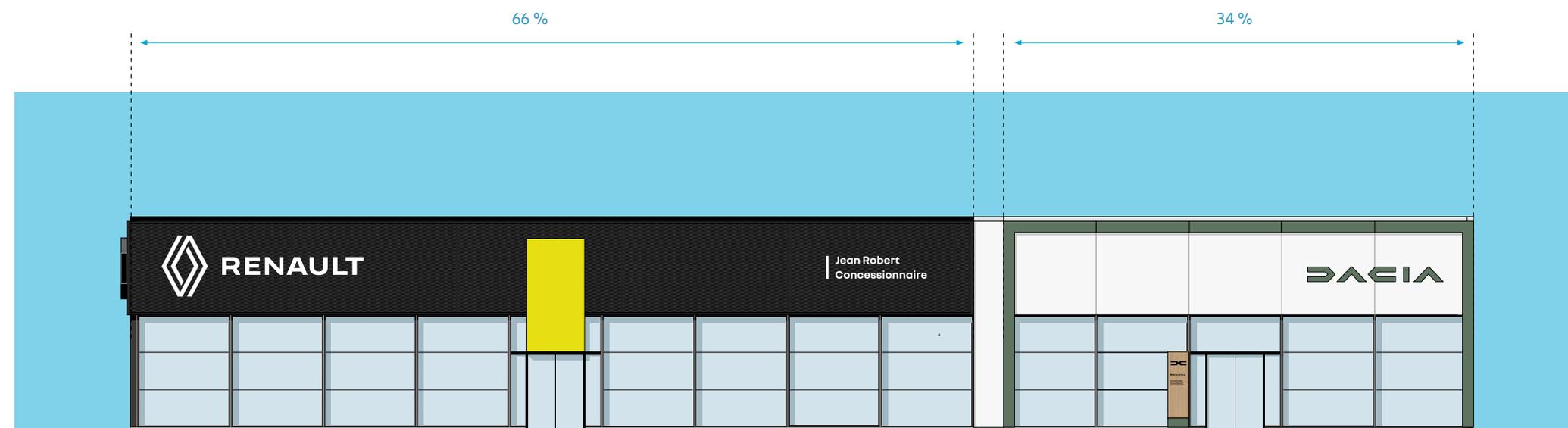
3.1.5 Optimisation de la séparation pour les façades étroites



PRINCIPE

- 1 Dans le cas d'une façade étroite, il est possible de réduire la distance de séparation entre les 2 façades des showrooms.
A-minima, cette distance sera égale à la largeur des montants verticaux présents de part et d'autre.
- 2 Dans le cas d'un distance de séparation inférieure à 1 m, l'utilisation de montants verticaux est requis.

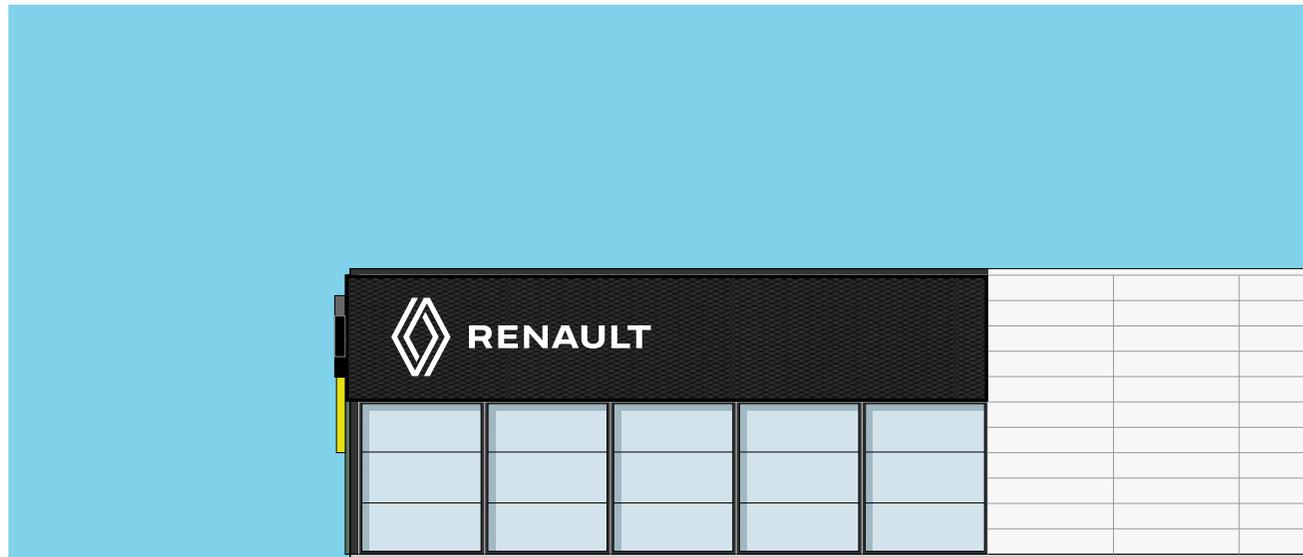
3.1.6 Les proportions de la façade-type des sites Renault Dacia



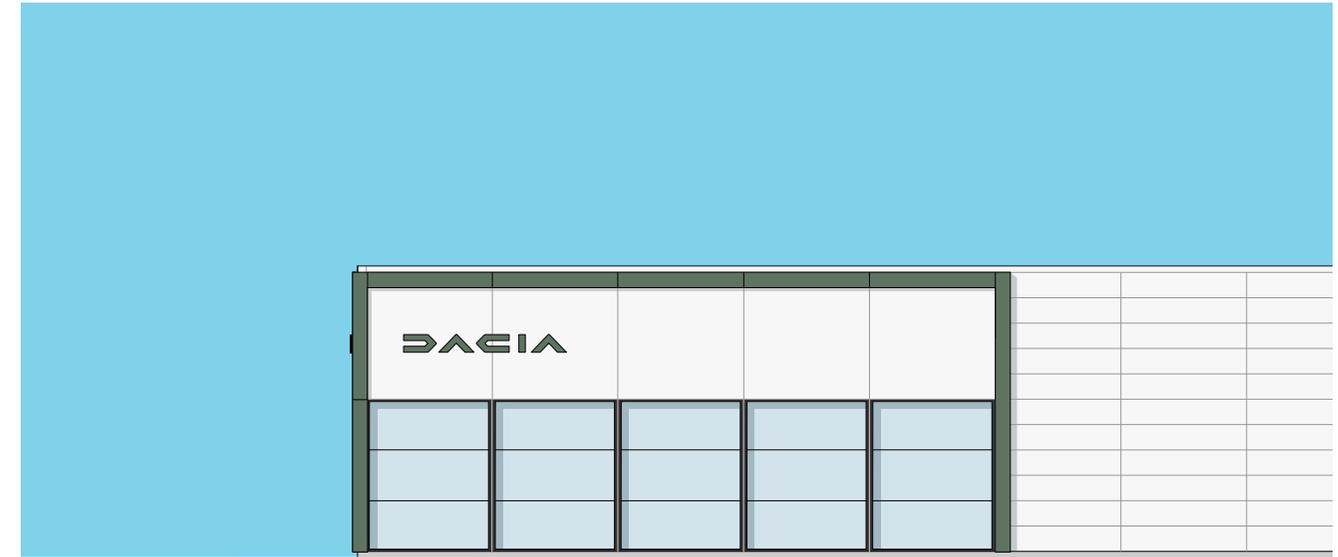
PRINCIPE

Les proportions entre les longueurs de façade dédiées aux marques Renault et Dacia doivent se situer entre 66/34 % et 50/50 %.

3.1.7 Les façades secondaires



Exemple d'une façade latérale droite Renault

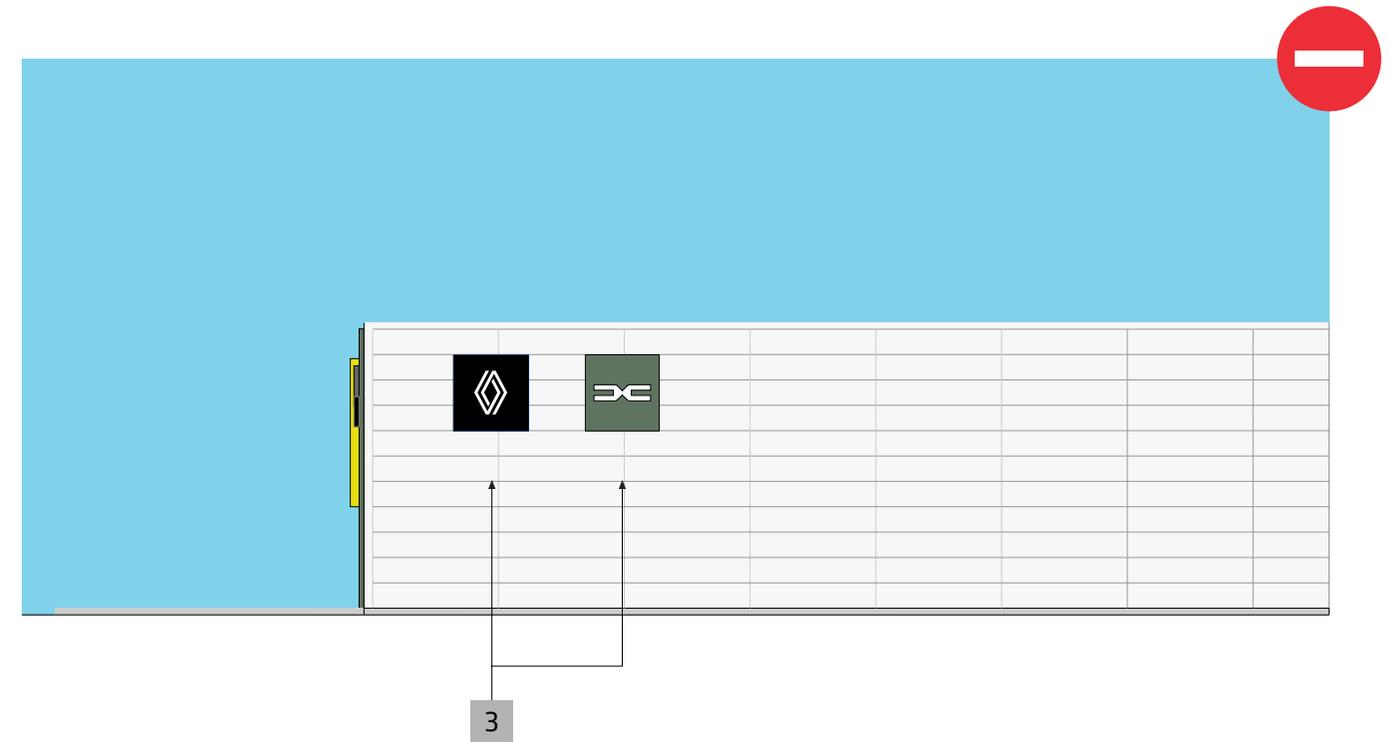
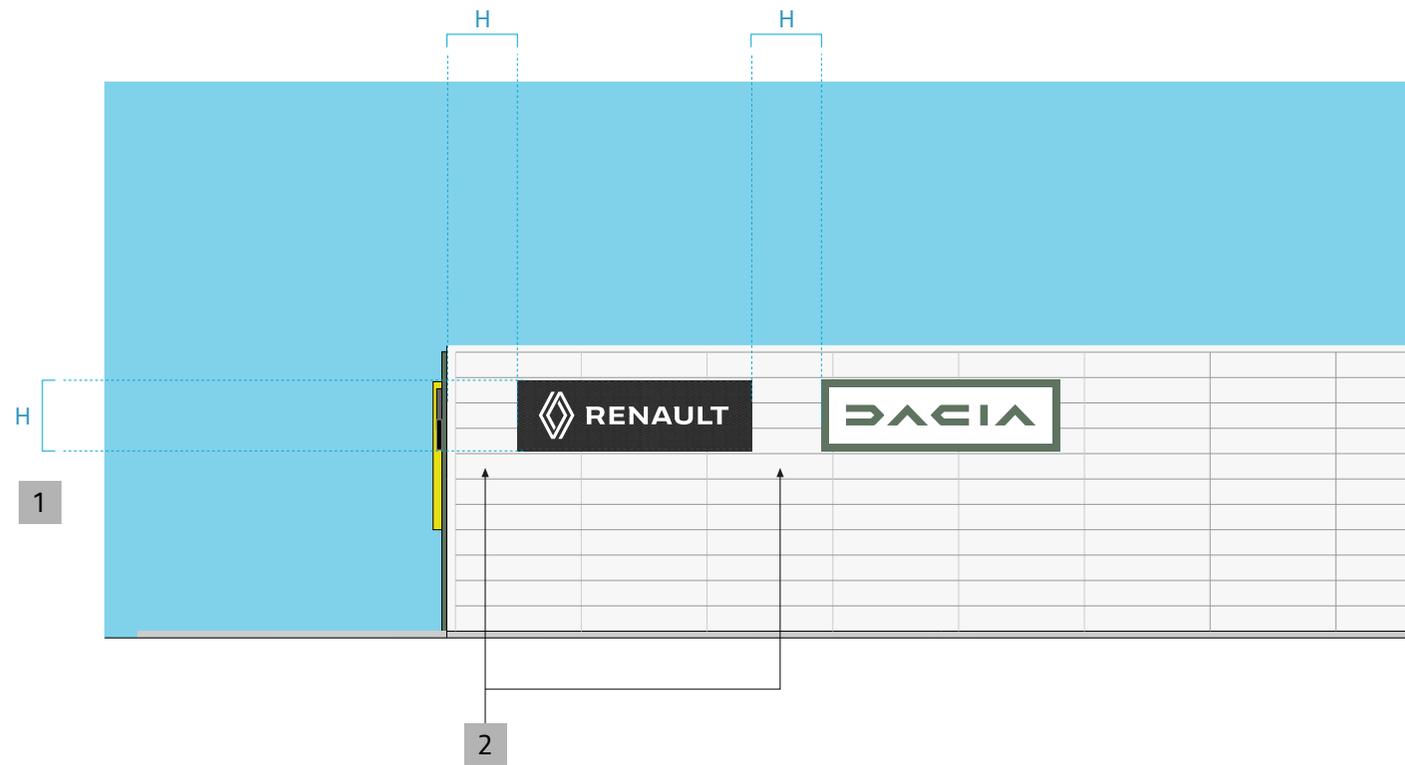


Exemple d'une façade latérale droite Dacia

PRINCIPES

- 1 Les façades secondaires des différents showrooms sont identifiées avec leur système respectif.
- 2 Les dimensions des signature présentes sur les façades secondaires sont identiques à celles figurant sur la façade principale.
- 3 La raison sociale n'est jamais présente sur une façade secondaire.

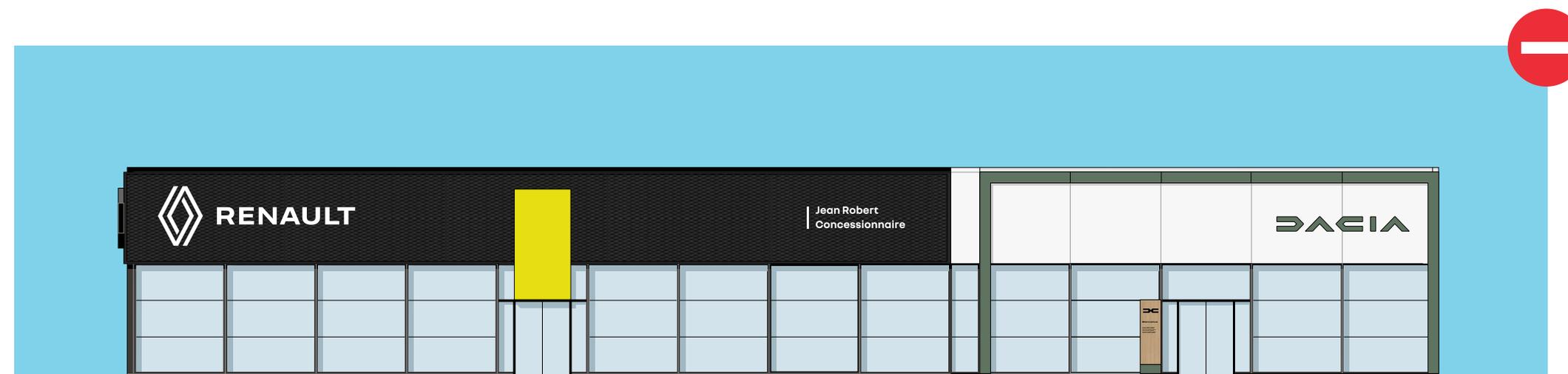
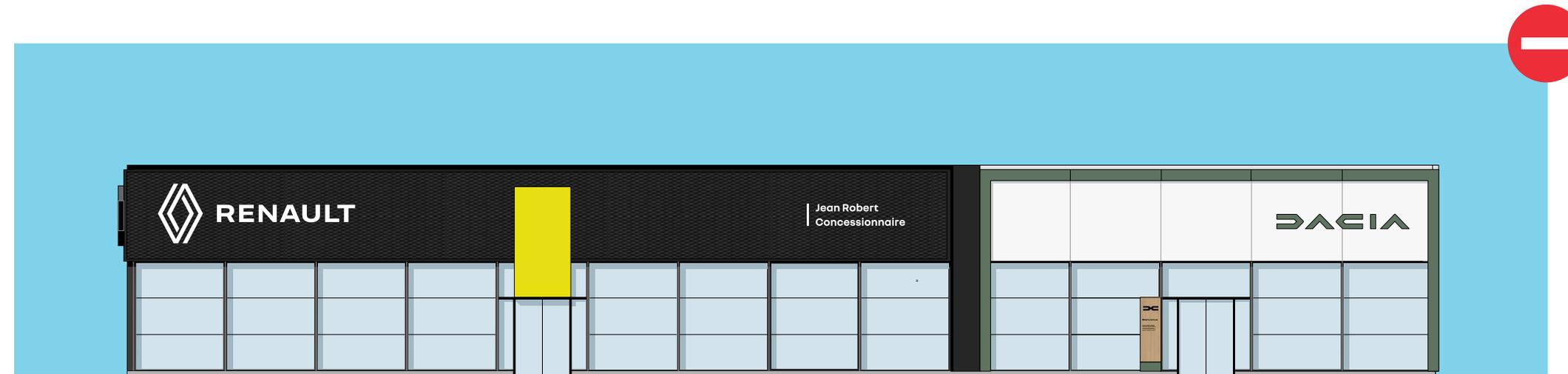
3.1.8 Les façades aveugles



PRINCIPES

- 1 Les signatures offrent un impact similaire créant une façade harmonieuse grâce à une hauteur commune.
- 2 La distance d'implantation entre chaque signature est identique.
- 3 Les emblèmes seuls ne doivent pas être utilisés sur les façades secondaires en lieu et place des signatures des marques.

3.1.9 Les interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Changement de couleur de la séparation entre les vitrines.
- 2 Absence de séparation ou largeur de séparation non conforme.

3.2

LES ENTRÉES DES SHOWROOMS

3.2.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Chaque showroom possède une entrée dédiée pleinement identifiée par le système d'identité de la marque présente.

Une distance minimale de 12 m (plus la séparation neutre entre les façades) est à observer entre chaque porte d'entrée afin d'éviter toute confrontation des signes d'identité des marques.

Interdit

Les entrées communes neutres sont à proscrire.

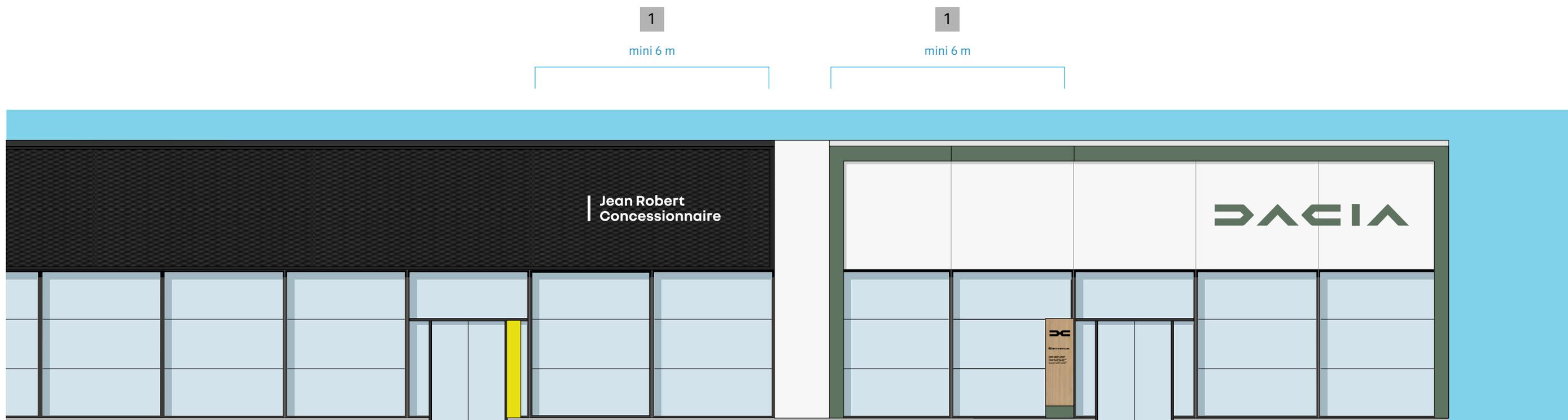
3.2.2 Des entrées dédiées à chaque showroom



PRINCIPES

- 1 Une entrée est dédiée pour l'accès à chacun des showrooms afin d'offrir des parcours-clients spécifiques à chacune des marques.
- 2 Ces entrées sont identifiées par la signalétique de chacune des marques associant généralement panneau d'identification, horaires d'ouvertures et marquages des parties vitrées.

3.2.3 Distance minimale entre les entrées



PRINCIPE

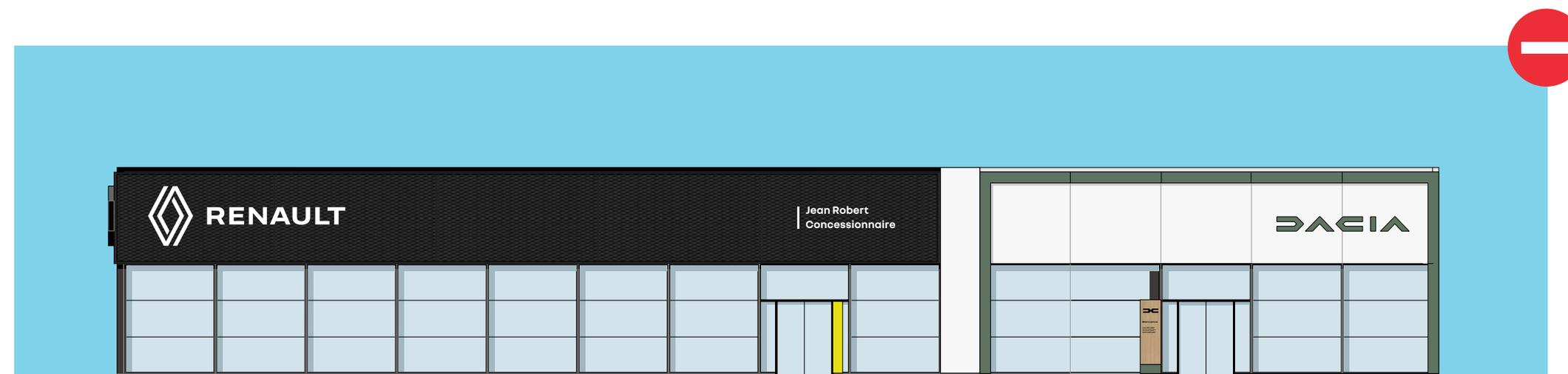
- 1 Il convient de respecter une distance minimale de 6 m entre le bord de la porte d'entrée et la fin de la vitrine dédiée à la marque.
Cette disposition permet de présenter un modèle de la marque en vitrine à proximité de la porte d'entrée sans interférer avec la vision des clients des autres marques.

3.2.4 Les interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Entrée commune aux showrooms.
- 2 Entrée du showroom Renault postionnée à moins de 6 m du showroom Dacia.



4

LES SHOWROOMS

4.1

IMPLANTATION GÉNÉRALE

4.1.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Les univers des marques s'expriment pleinement dans les showrooms respectifs des différentes marques (se référer aux guides de chacune des marques).

En partie arrière, les showrooms sont ouverts sur les services communs dotés d'un carrelage neutre. Une allée de circulation d'une largeur de 2 m relie les différents services communs intérieurs et extérieurs.

Adaptation possible

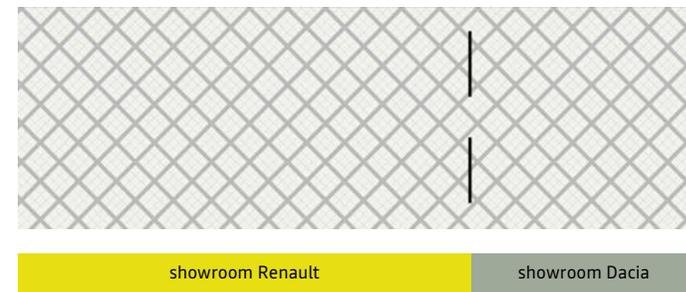
Il est possible d'adapter la largeur de l'allée de circulation selon les surfaces disponibles dans chacun des sites.

Cas particulier

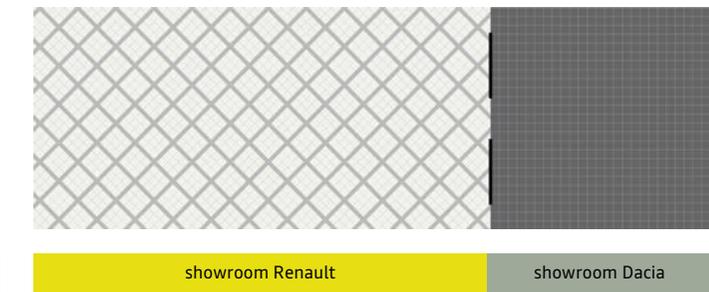
Pour toute construction neuve ou construction ne répondant pas aux standards actuels Dacia, l'utilisation d'un même carrelage ("Renault") pour les surfaces d'exposition Renault et Dacia est préconisée.

4.1.2 Le carrelage des showrooms multimarques Renault Dacia

Cas 1. Nouvelles constructions ou rénovation importante



Cas 2. Retrofit des sites New'R Store



PRINCIPES D'IMPLANTATION

Cas 1. Nouvelles constructions ou rénovation importante

Les surfaces d'exposition utilisent le même carrelage blanc et gris clair disposé à 45°.

Cas 2. Retrofit des sites New'R Store

- A. Si le showroom Dacia est conforme aux standards actuels, le carrelage gris foncé est utilisé pour le showroom Dacia.
- B. Si le showroom Dacia n'est pas conforme aux standards actuels, le carrelage blanc et gris clair disposé à 45° est utilisé pour les showrooms Renault & Dacia.
- C. Pour le format Mini, le carrelage blanc et gris clair disposé à 45° est utilisé pour les showrooms Renault & Dacia.

A

B

C

4.1.3 Principes génériques

PRINCIPES D'IMPLANTATION

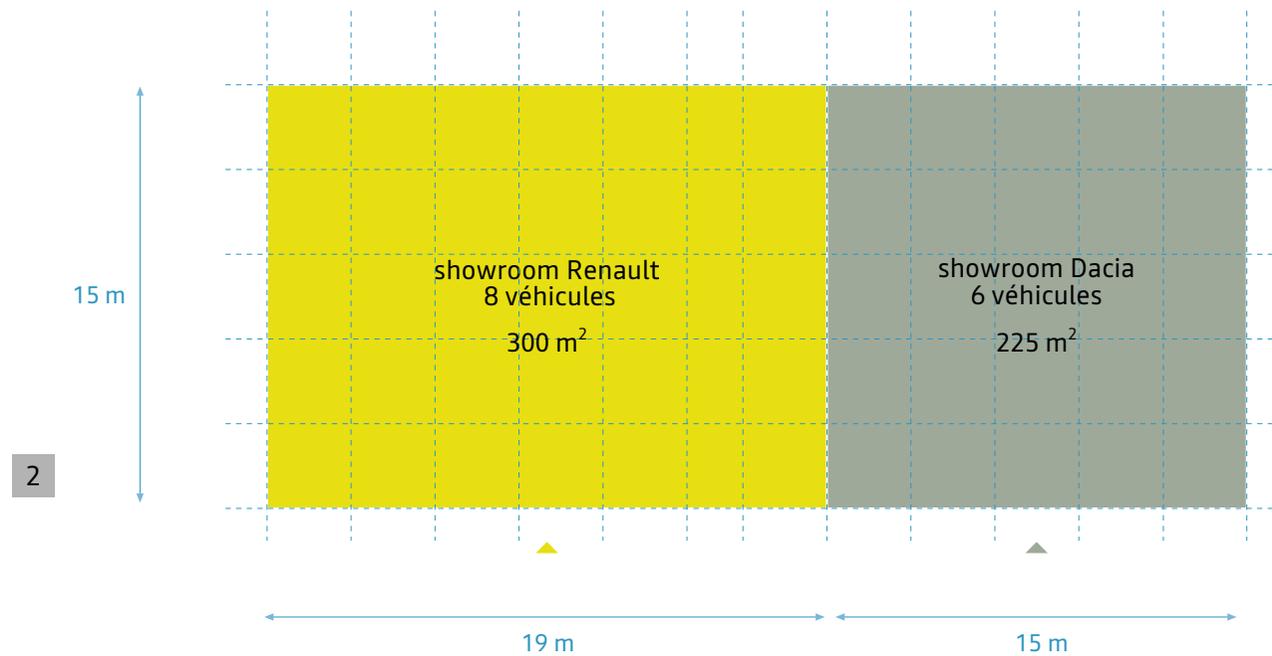
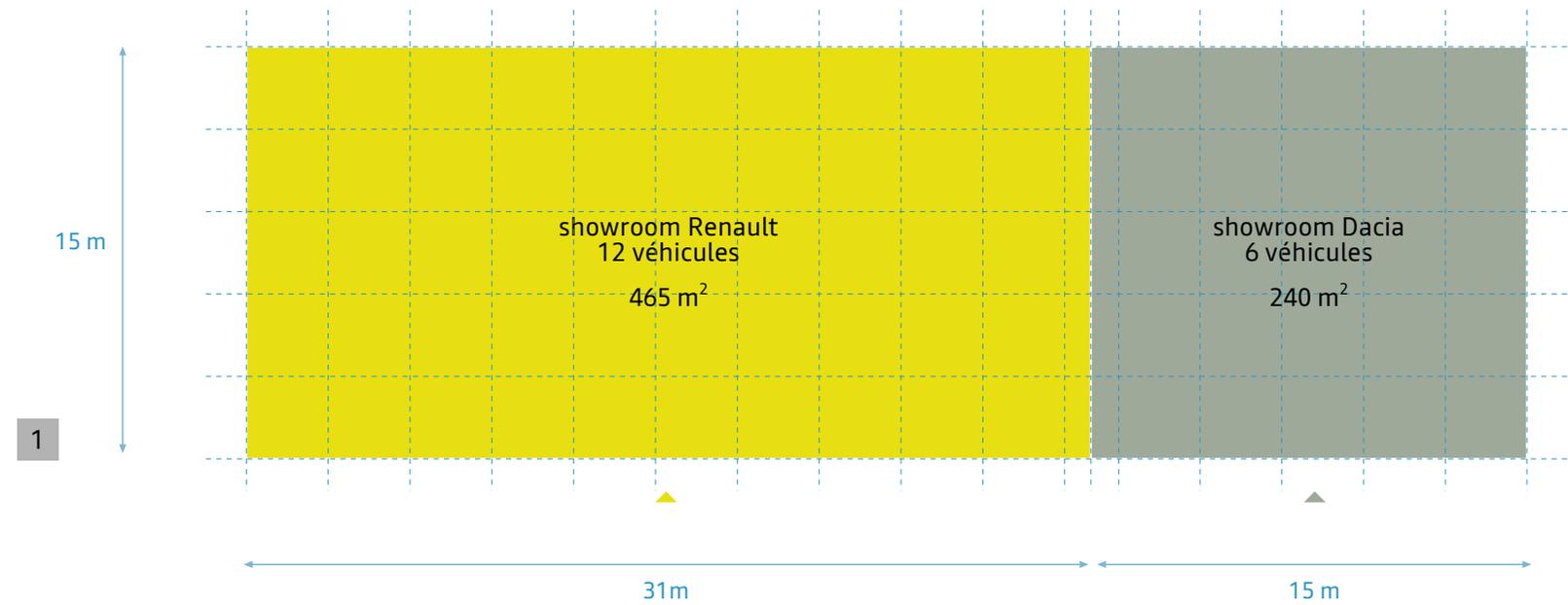
Les univers des marques s'expriment pleinement dans les showrooms respectifs des différentes marques.

Les composantes d'identité participent à la reconnaissance des marques et à la délimitation des zones affectées.

- 1 Un carrelage blanc et gris clair disposé à 45° identifie et délimite la surface dédiée à la présentation des véhicules Renault.
- 2 De manière optionnelle, le carrelage gris foncé peut identifier la surface dédiée à la présentation des véhicules Dacia.
- 3 Des cloisons autoportantes transparentes séparent les showrooms Dacia et Renault. Elles sont spécifiques à ces 2 marques et ne peuvent être utilisées avec d'autres marques.
- 4 Des murs de marque implantés à l'opposé l'un de l'autre, identifient les showrooms respectifs.
- 5 Une allée de circulation au carrelage spécifique sépare les espaces communs des showrooms.
- 6 Les bureaux vendeurs Renault sont implantés en bordure du showroom Renault afin d'optimiser la présentation des véhicules dans le showroom.
- 7 Les espaces communs (lounge d'attente et accueil service) sont ouverts sur les showrooms afin d'être visibles depuis les entrées de chacune des marques.



4.1.4 Surfaces standards des showrooms



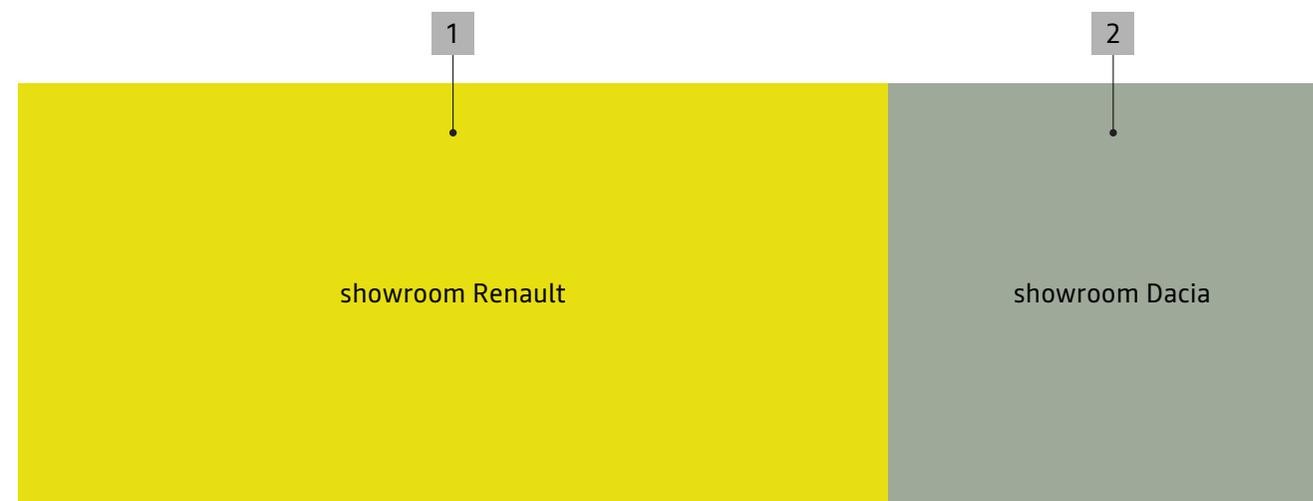
PRINCIPES

L'enjeu pour les marques Renault et Dacia est d'exposer l'intégralité des modèles composant leurs gammes.

Les exemples ci-contre illustrent les surfaces standards affectées aux showrooms des 2 marques.

- 1 Configuration associant 12 véhicules Renault à 6 véhicules Dacia.
- 2 Configuration associant 8 véhicules Renault à 6 véhicules Dacia.

4.1.5 Proportions entre les showrooms



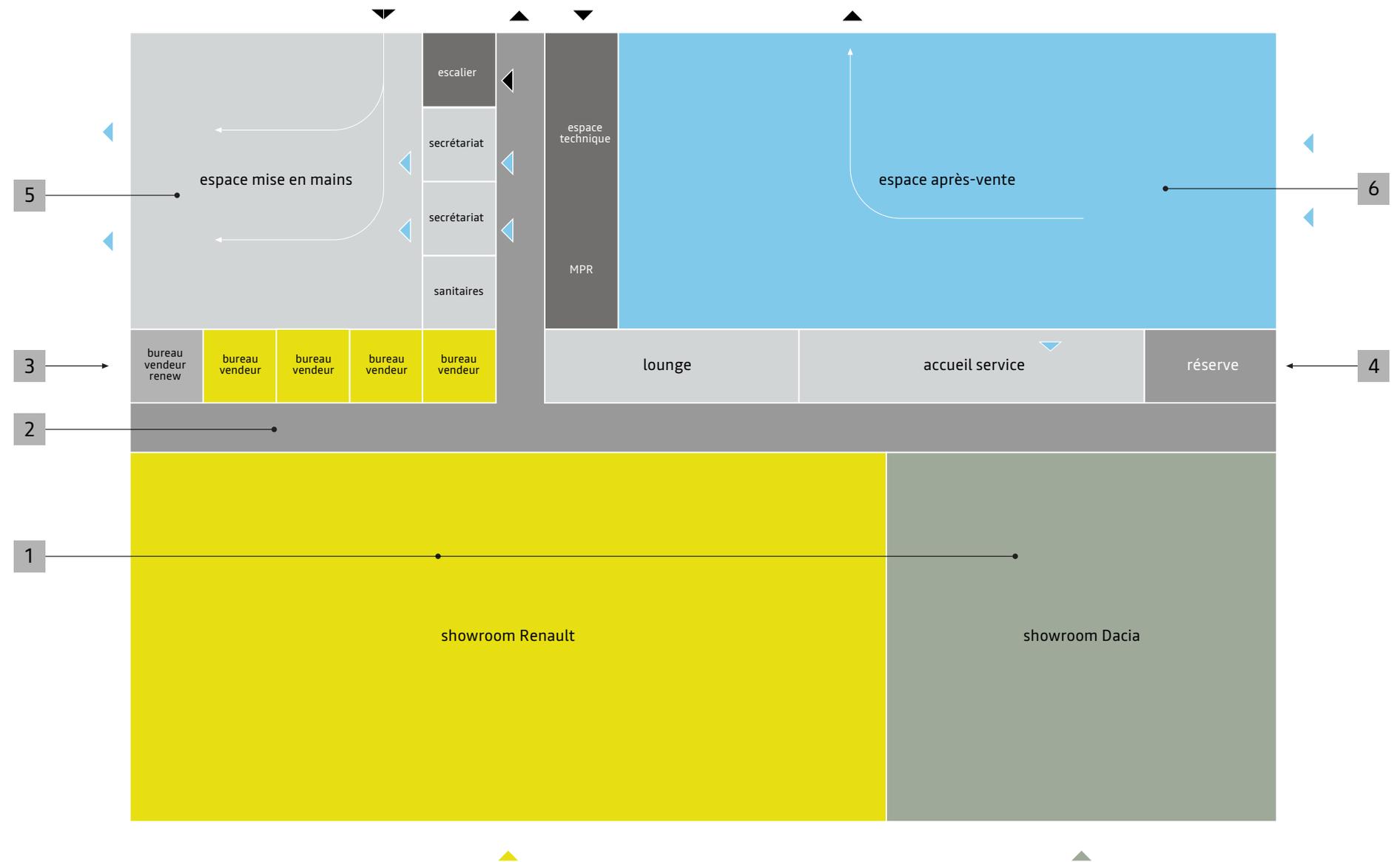
PRINCIPES

Les exemples ci-contre illustrent les proportions courantes entre les surfaces affectées aux showrooms des 2 marques.

A noter que la position respective des showrooms peut être inversée.

- 1 Configuration standard reposant sur une proportion de l'ordre de 70 % - 30%.
- 2 Dans certains pays, la proportion entre les surfaces des 2 showrooms peut être de 50% - 50 % (configuration inversée dans l'exemple).

4.1.6 Organisation générale d'un site multimarque



PRINCIPES

- 1 Les showrooms sont toujours implantés au premier plan.
- 2 Des allées de circulations assurent la liaison entre les différents espaces. Elles contribuent à mettre en valeur les univers des marques en créant une séparation nette des espaces communs.
- 3 Les bureaux vendeurs sont implantés dans l'alignement des espaces dédiés aux services communs (lounge d'attente, accueil service,...).
- 4 Les services communs s'organisent autour de l'accueil service lui-même lié à l'espace après-vente.
- 5 L'espace de mise en mains partagé entre les marques Renault et Dacia, est implanté de manière séparée des showrooms.
- 6 L'espace après-vente permet d'accueillir les clients à bord de leurs véhicules. Il est relié à l'accueil service.

4.1.7 Implantation générale d'un showroom Renault

PRINCIPES

Les règles d'implantation sont communes avec les sites monomarkes Renault.

Se reporter à la charte architecturale intérieure Renault pour en approfondir les règles.

- 1 Les véhicules sont implantés selon une organisation orthogonale.
- 2 L'accueil des clients se fait sur un espace point de rencontre comportant une table haute et des tabourets positionnés sur une moquette gris foncé.
- 3 Des supports de communication informent les clients sur les USP des véhicules présentés dans le showroom.
- 4 Le sol est intégralement revêtu de carrelage blanc et gris clair implanté à 45° par rapport à la façade.
- 5 Des cloisons vitrées montées sur platines délimitent les showrooms Renault et Dacia.



4.1.8 Implantation générale d'un showroom Dacia

PRINCIPES

Les règles d'implantation sont communes avec les sites monomarkes Dacia.

Se reporter au guide d'implantation Dacia pour en approfondir les règles.

- 1 Le sol est intégralement revêtu de carrelage (soit identique à celui des showrooms Renault, soit gris foncé).
- 2 Des cloisons vitrées montées sur platines délimitent les showrooms Renault et Dacia.
- 3 Les véhicules sont implantés selon une trame à 45° par rapport à la façade.
- 4 Un bureau vendeur est implanté au cœur du showroom, visible depuis l'entrée et depuis l'espace Bienvenue.
- 5 Un mur de marque vert comportant le logotype Dacia, identifie le showroom.
- 6 Un espace Bienvenue directement accessible depuis l'entrée est présent au centre du showroom Dacia.
- 7 Des panneaux grand format présentent les USP des véhicules.



4.2

LA SÉPARATION DES SHOWROOMS

4.2.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Les showrooms Renault et Dacia sont séparés par des cloisons autoportantes transparentes couvrant à minima 1/3 de la profondeur du showroom.

Ces cloisons peuvent également être utilisées pour séparer les showrooms Renault et renew.

Adaptation possible

Selon la hauteur sous la plafond, ces cloisons peuvent être reprises au sol et au plafond.

Interdit

Ces cloisons ne peuvent être utilisées en séparation d'un showroom avec une autre marque.

4.2.2 Principe de séparation des showrooms

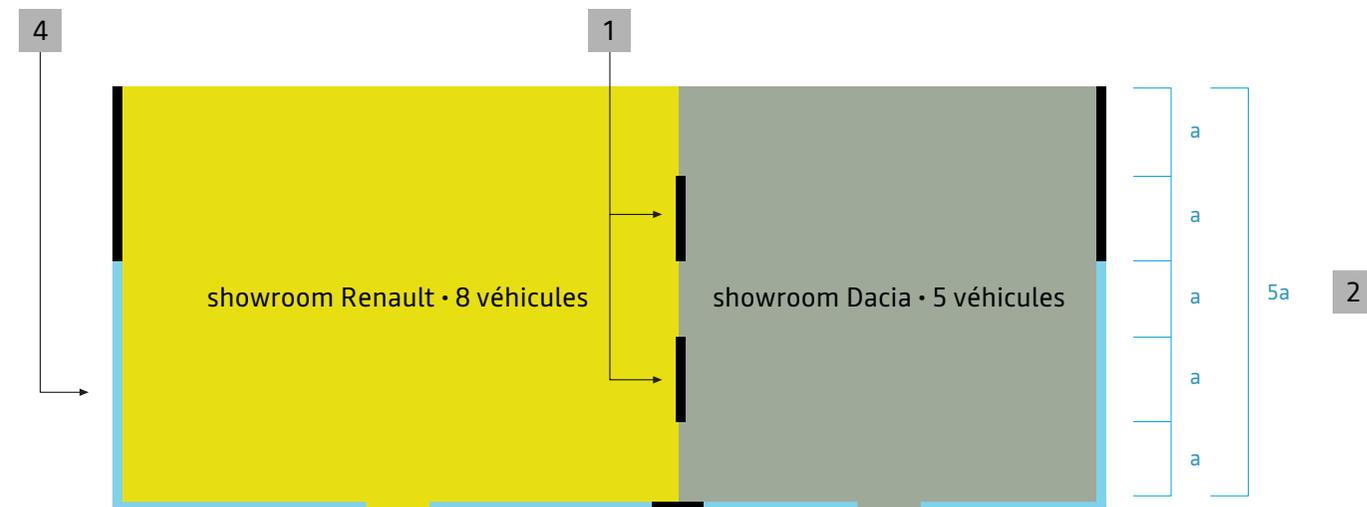
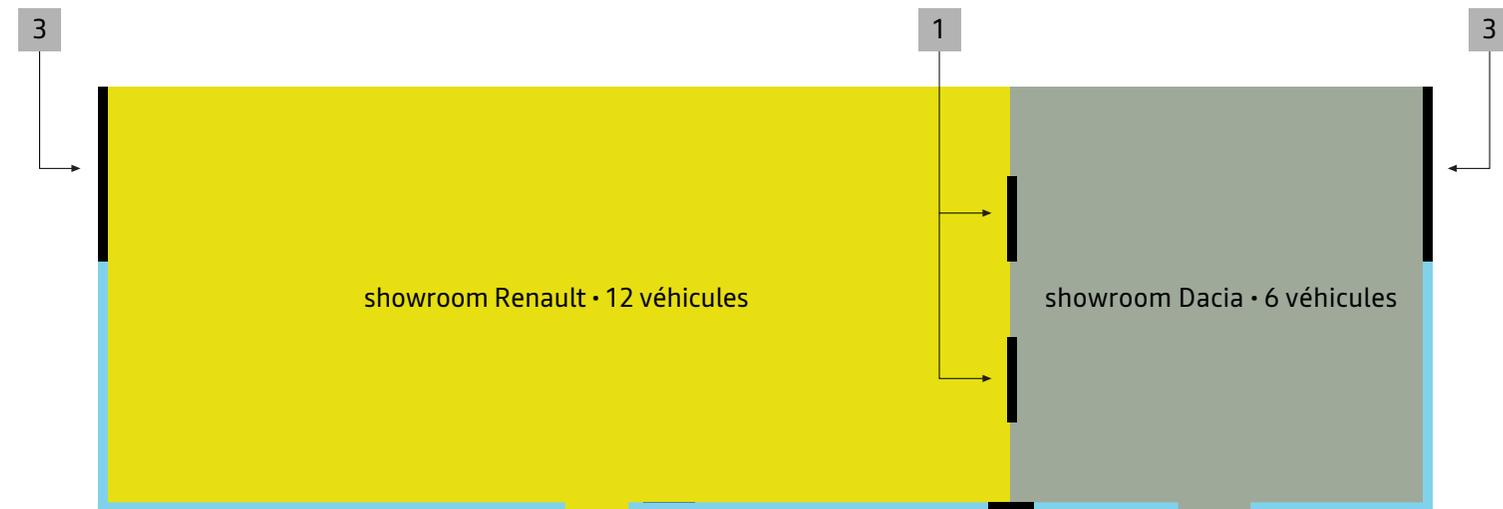


PRINCIPES

L'enjeu est de permettre une expression complète des univers des marques autour des produits sans offrir de confrontation.

- 1 Des cloisons autoportantes transparentes séparent les showrooms Dacia et Renault. Elles sont spécifiques à ces 2 marques et ne peuvent être utilisées avec d'autres marques.

4.2.3 Les cloisons de séparation des showrooms



PRINCIPES

- 1 Des cloisons autoportantes transparentes séparent les showrooms Dacia et Renault. Elles ont une hauteur minimale de 2,3 m.
- 2 Ces cloisons modulaires couvrent idéalement 2/5 de la profondeur du showroom et à minima 1/3 de la profondeur de celui-ci.
- 3 Une partie des façades latérales sont pleines afin de permettre l'implantation des murs de marque.
- 4 Une partie des façades latérales est vitrée, la quasi-intégralité de la façade principale l'est également.

4.3

LES MURS DE MARQUE RENAULT & DACIA

4.3.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Les signatures des marques sont présentes et mises en valeur sur l'un des murs périphériques des showrooms.

Elles sont implantées de manière symétrique et sont visibles depuis les entrées des showrooms.

Des formats standardisés permettent d'avoir un impact équilibré entre ces 2 signatures.

Adaptation possible

Le format standard de 3 x 6 m peut être adaptée selon les hauteurs sous plafond et les profondeurs des showrooms.

Interdit

L'implantation de ces signatures ne doit jamais se faire sur un même plan visuel avec d'éviter toute confrontation des signes d'identité.

4.3.2 Les murs de marque Renault & Dacia



PRINCIPES

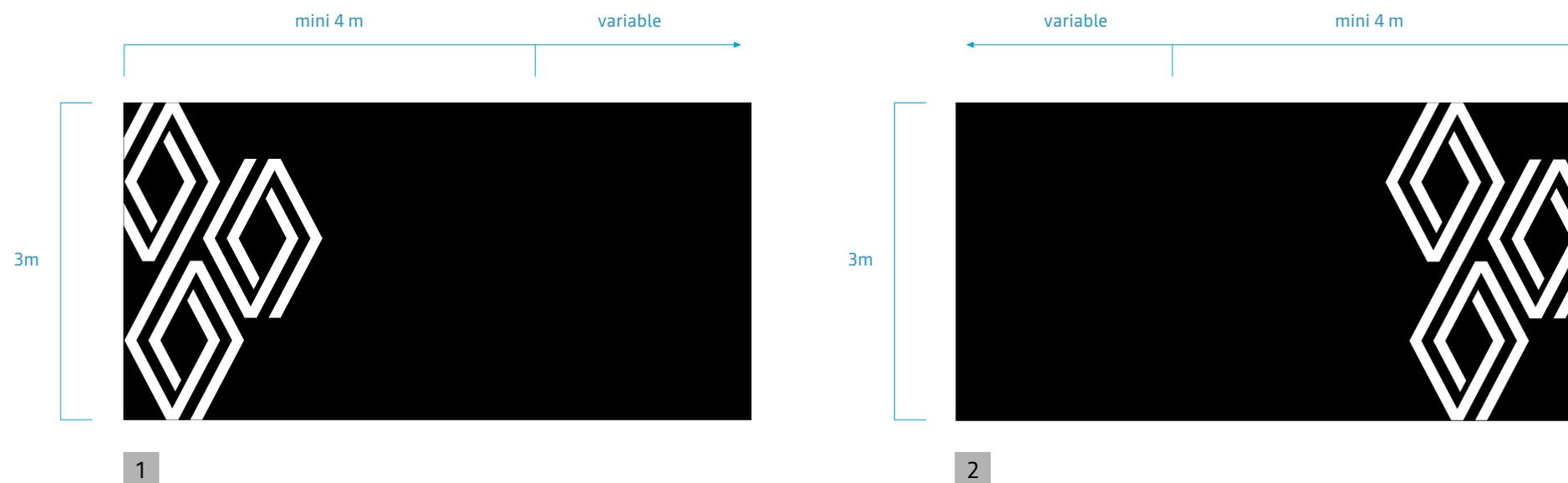
Les signatures des marques Renault et Dacia sont présentes sur les murs adjacents des showrooms.

Elles sont toujours disposées de manière opposée n'offrant pas de confrontation directe de signes d'identité.

- 1 Mur de marque Renault de couleur noire avec trame identitaire blanche.
- 2 Mur de marque Dacia de couleur verte avec logotype Dacia blanc.



4.3.3 Les dimensions des murs de marque Renault et Dacia



PRINCIPES

Afin d'offrir un impact similaire et proportionné par rapport aux différentes composantes des showrooms, il est préconisé d'avoir des murs de marque d'une hauteur identique de 3 m et de longueur minimale 4 m.

Des adaptations sont possibles pour les murs des showrooms de plus petites dimensions et de hauteurs sous plafond inférieures à 3 m.

- 1 Mur de marque Renault lorsque la signature est implantée sur le mur latéral gauche.
- 2 Mur de marque Renault lorsque la signature est implantée sur le mur latéral droit.
- 3 Mur de marque Dacia avec signature centrée dans la longueur du mur.



4.4

LA ZONE DUO & BENTO

4.4.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

La zone d'exposition Duo & Bento est intégrée dans le showroom Renault en partie arrière de celui-ci.

D'un format standardisé, elle est dotée de mobilier de merchandising permettant de communiquer sur cette gamme et de mettre en valeur les produits exposés.

Adaptation possible

Différentes configurations standardisées permettent d'adapter la présentation aux surfaces disponibles dans les showrooms.

Interdit

La zone d'exposition Duo & Bento ne doit jamais être implantée partiellement ou intégralement dans le showroom Dacia.

4.4.2 Intégration de la zone Duo & Bento dans le showroom Renault



PRINCIPES

La zone Duo & Bento est intégrée dans le showroom Renault en partie arrière proche des autres modèles 100% électrique.

- 1 Cette zone dispose d'une moquette et de supports de PLV permettant de présenter un véhicule disposé dans la diagonale de la zone. L'avant du véhicule est orienté vers la porte d'entrée.
- 2 Une zone de neutralité est à ménager autour de la zone afin de permettre la circulation des clients autour de cet espace.

4.5.2 Principe d'implantation

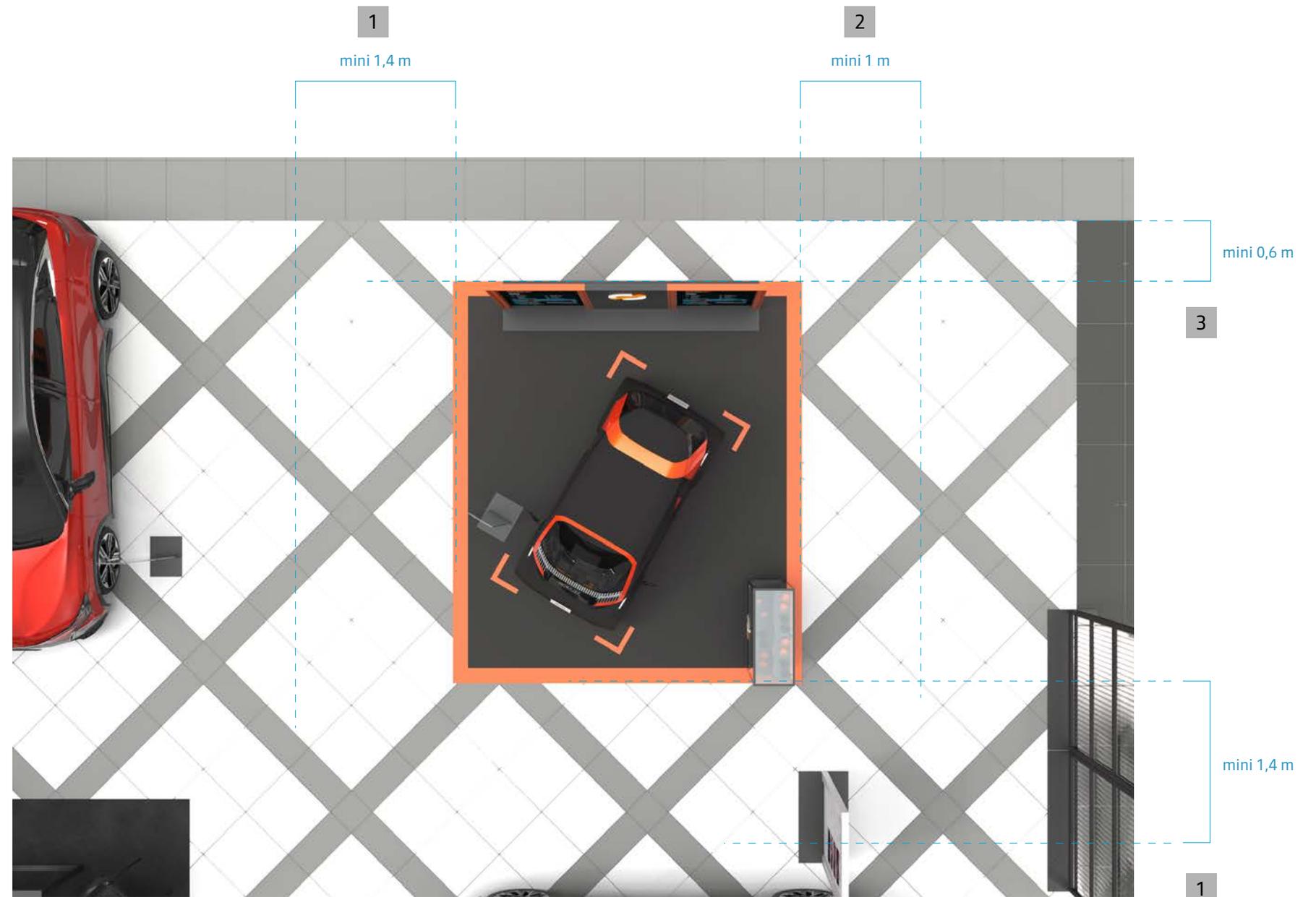
PRINCIPES

La zone Duo & bento sera implantée dans la partie arrière du showroom Renault et à proximité du showroom Dacia.

Il est interdit d'implanter la zone Duo & Bento au centre ou dans la partie frontale du showroom Renault.

Afin de mettre en valeur cette zone et de permettre une cohabitation harmonieuse avec les autres composantes des showrooms, un espace de neutralité est à observer :

- 1 Une distance minimale de largeur 1,4 m est à ménager entre les bords de la zone Duo & Bento et les véhicules exposés dans le showroom Renault.
- 2 Une distance minimale de 1 m est à respecter entre le bord de la zone Duo Bento et le showroom Dacia.
- 3 Une distance minimale de 0,6 m est à respecter entre le dos de la zone Duo & Bento et l'allée de circulation attenante aux espaces communs.



4.5

LES BUREAUX VENDEURS

4.5.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Les bureaux vendeurs Renault s'implantent dans la partie arrière du showroom de la marque. Ils sont séparés par l'allée de circulation neutre.

Le bureau vendeur Dacia est implanté dans la zone d'exposition de la marque.

Ces bureaux sont toujours disposés en regard des portes d'accès des showrooms respectifs.

Adaptation possible

Il est possible d'intégrer un bureau vendeur renew et/ou Renault Pro+ à l'une des extrémités du bloc de bureaux fermés.

Interdit

Les bureaux vendeurs Renault ne peuvent être implantés en séparation avec le showroom Dacia.

Les mobiliers de merchandising ne peuvent être utilisés pour séparer les 2 showrooms.

4.5.2 Intégration des bureaux vendeurs Renault



PRINCIPES

Les bureaux vendeurs Renault sont implantés en bordure du showroom Renault afin d'optimiser la présentation des véhicules dans le showroom.

- 1 Les bureaux vendeurs sont regroupés et implantés en alignement constituant l'arrière-plan du showroom Renault.
- 2 Une allée de circulation comportant un carrelage neutre, sépare les bureaux vendeurs du showroom Renault.

4.5.3 Intégration des bureaux vendeurs Dacia

PRINCIPES

On privilégiera le bureau vendeur Dacia au cœur de la concession, visible depuis l'entrée et depuis l'espace Bienvenue (Dacia & moi). Il est orienté en oblique à 45° par rapport à la façade.

Les composantes d'aménagement sont standards.

1. On privilégiera une orientation qui permettra au conseiller commercial d'avoir une vue sur la concession et d'éviter les reflets potentiels sur l'écran.
2. Un espace Bienvenue directement accessible depuis l'entrée est présent au centre du showroom Dacia. C'est un espace d'accueil mais aussi d'échange informel entre le Conseiller commercial et le client.

L'attente des clients dans le cadre des opérations après-vente se fait dans le lounge d'attente commun.



2

1

5

LES ESPACES COMMUNS

5.1

LE LOUNGE D'ATTENTE

5.1.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

Le lounge d'attente est accessible aux clients Renault et Dacia. Il dispose d'un univers visuel neutre décorrélé des univers des 2 marques.

Il est implanté en arrière-plan des showrooms sur lesquels il est ouvert et jouxte l'accueil service.

Il est adossé à l'espace après-vente permettant aux clients d'apercevoir leur véhicule en cours d'intervention.

Adaptation possible

Différentes configurations sont possibles afin d'adapter la capacité d'accueil à chaque site, sur la base d'une profondeur minimale de ~~4~~ m.

3m

Interdit

Le lounge d'attente ne peut être fermé.

Il doit demeurer ouvert sur les showrooms afin d'inviter les clients en attente à parcourir les surfaces d'exposition.

5.1.2 Présentation

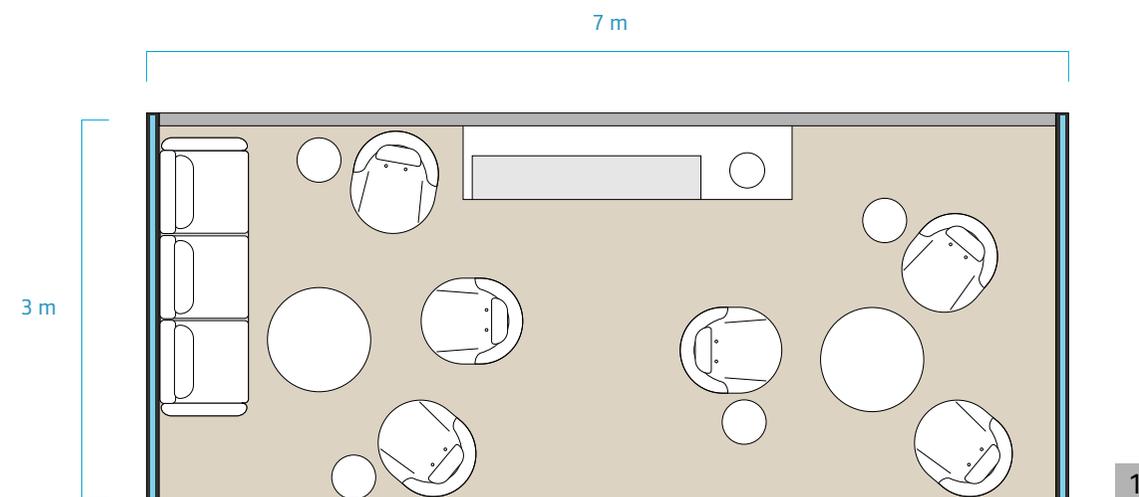
PRINCIPES

Le lounge d'attente permet aux clients après-vente et aux clients en attente de la prise en mains de leur véhicule, de patienter dans un univers chaleureux.

- 1 Les codes d'aménagement sont neutres, les signes d'identité des marques n'étant pas présents dans cet espace commun.
- 2 Une allée de circulation comportant un carrelage neutre relie cet espace aux showrooms des marques Renault et Dacia.
- 3 Une partie vitrée permet aux clients d'apercevoir les véhicules en cours d'intervention
- 4 Le lounge d'attente est attenant à l'accueil service. Il en est séparé par une cloison vitrée toute hauteur.



5.1.3 Configurations standards



PRINCIPE

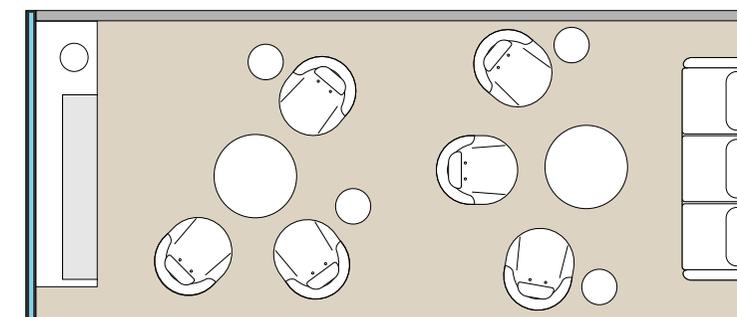
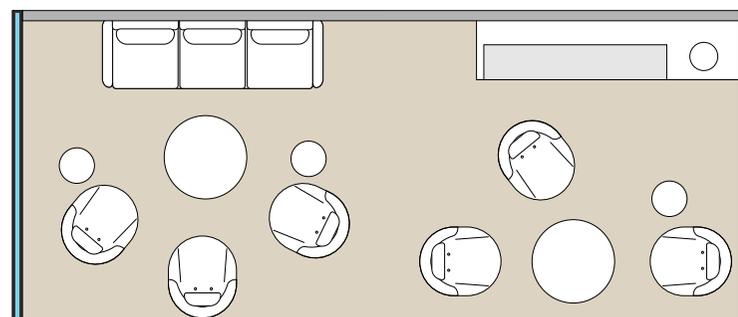
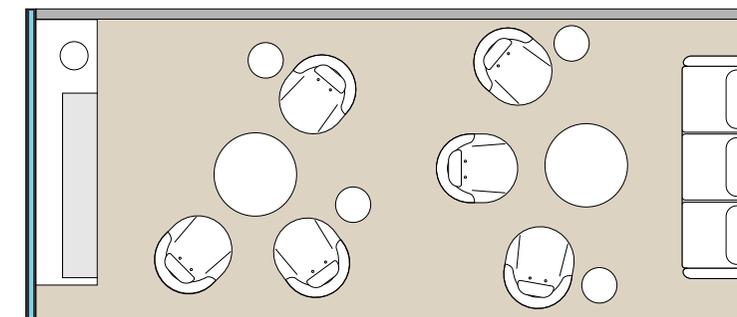
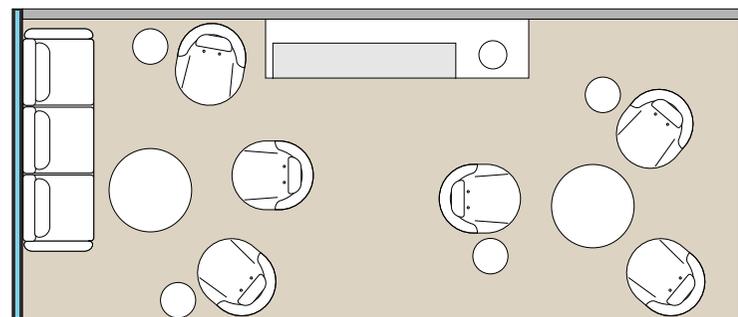
2 formats standards sont définis afin de répondre aux différentes contraintes d'implantation comprenant les zones suivantes :

- zone de relaxation,
- zone co-working,
- zone boissons,
- zone entertaining.

1 Format 21 m².

2 Format 45 m².

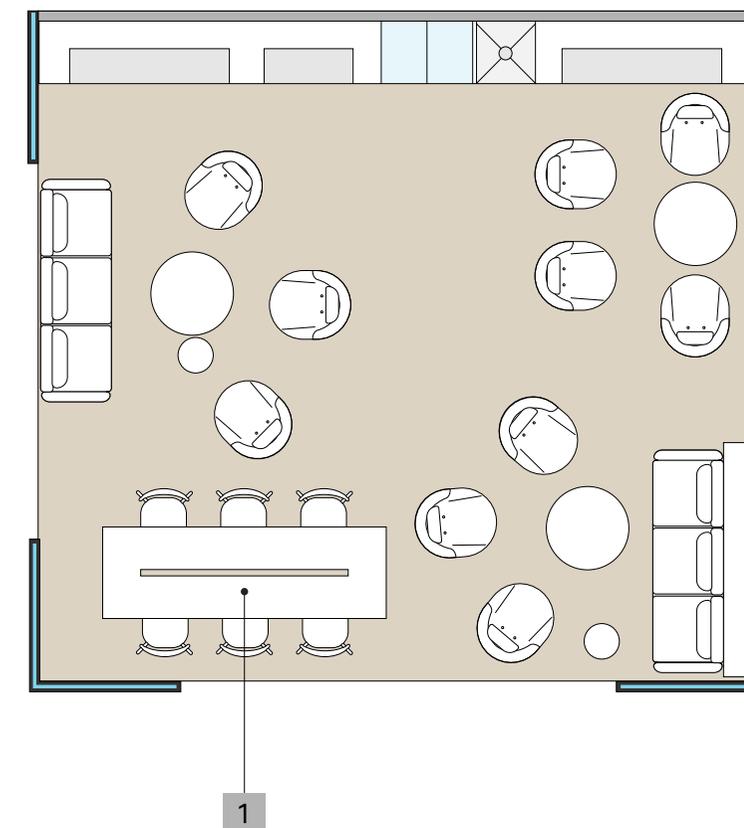
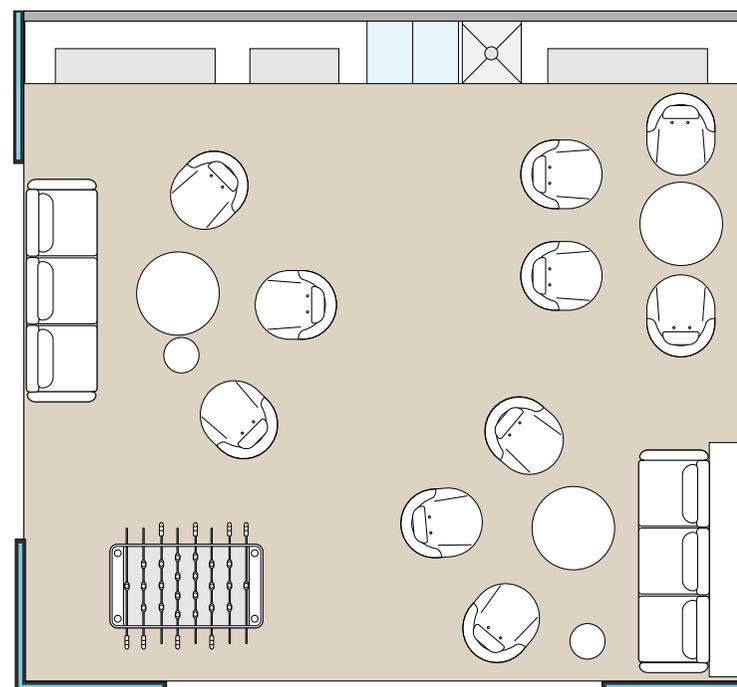
5.1.4 Déclinaisons de la configuration de 21 m²



IMPLANTATION MODULAIRE

Différentes variantes d'implantation sont possibles permettant d'accueillir jusqu'à 9 personnes.

5.1.5 Déclinaisons de la configuration de 45 m²



IMPLANTATION MODULAIRE

Différentes variantes d'implantation sont possibles permettant d'accueillir jusqu'à 16 personnes.

- 1 Une table de co-working permet de porter cette capacité à 22 personnes.

5.2

L'ACCUEIL CARE SERVICE

5.2.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

La réception après-vente est commune aux 2 marques présentes dans le site.

Les marques sont présentes sur le mur de cet espace de manière similaire à celle utilisée pour le repérage des baies d'atelier communes.

Un accueil des clients Mobilize location peut être intégré à cet espace selon différentes modalités.

Adaptation possible

Le mobilier Renault, composé de modules d'accueil et de rangement, est utilisé et permet différentes configurations adaptées selon le nombre de conseillers service.

Interdit

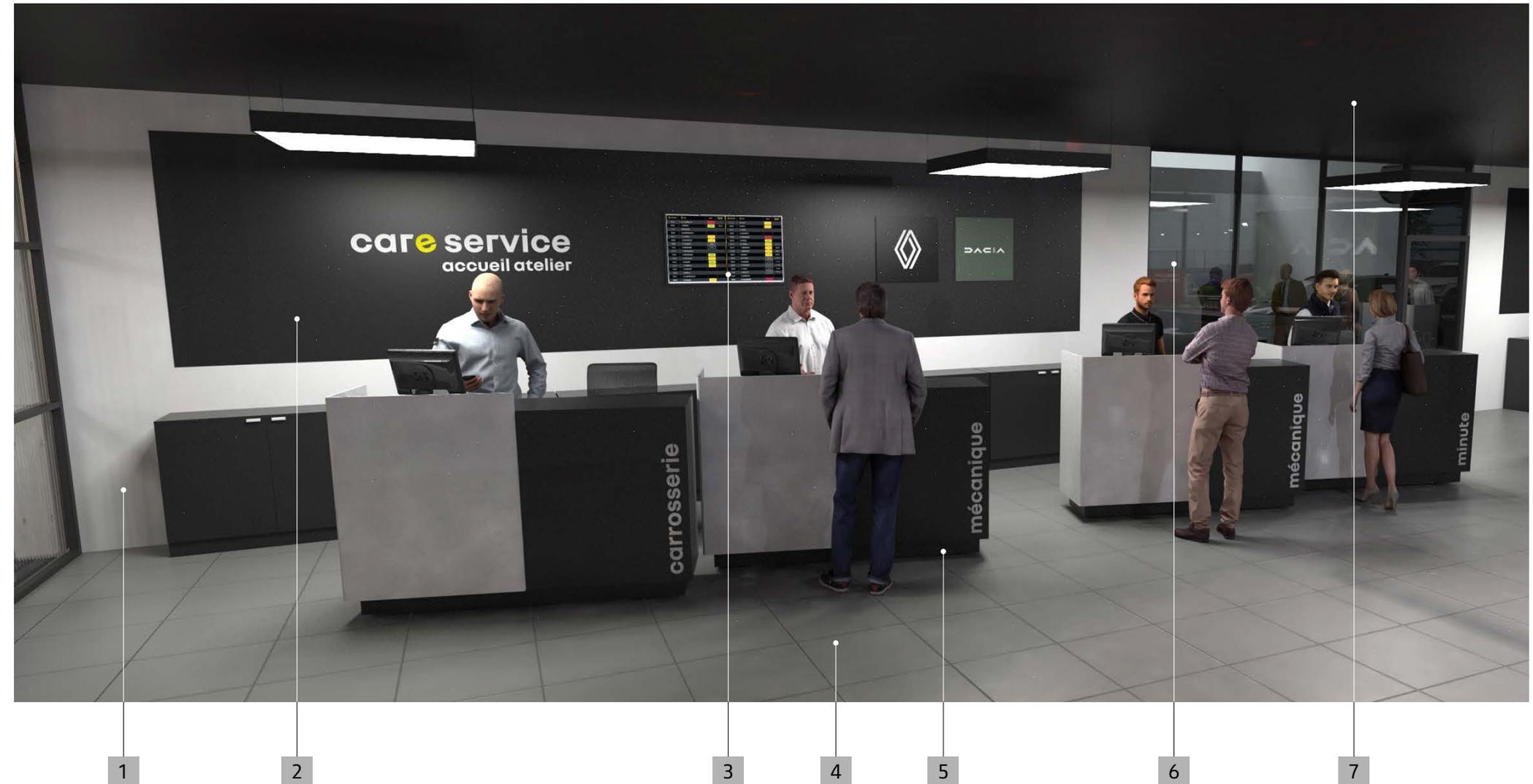
Les configurations comportant des réceptions séparées par marque sont à proscrire.

5.2.2 Présentation

PRINCIPES

L'accueil care service s'intègre à l'arrière plan des showrooms sous la forme d'un espace ouvert accueillant les clients après-vente du site.

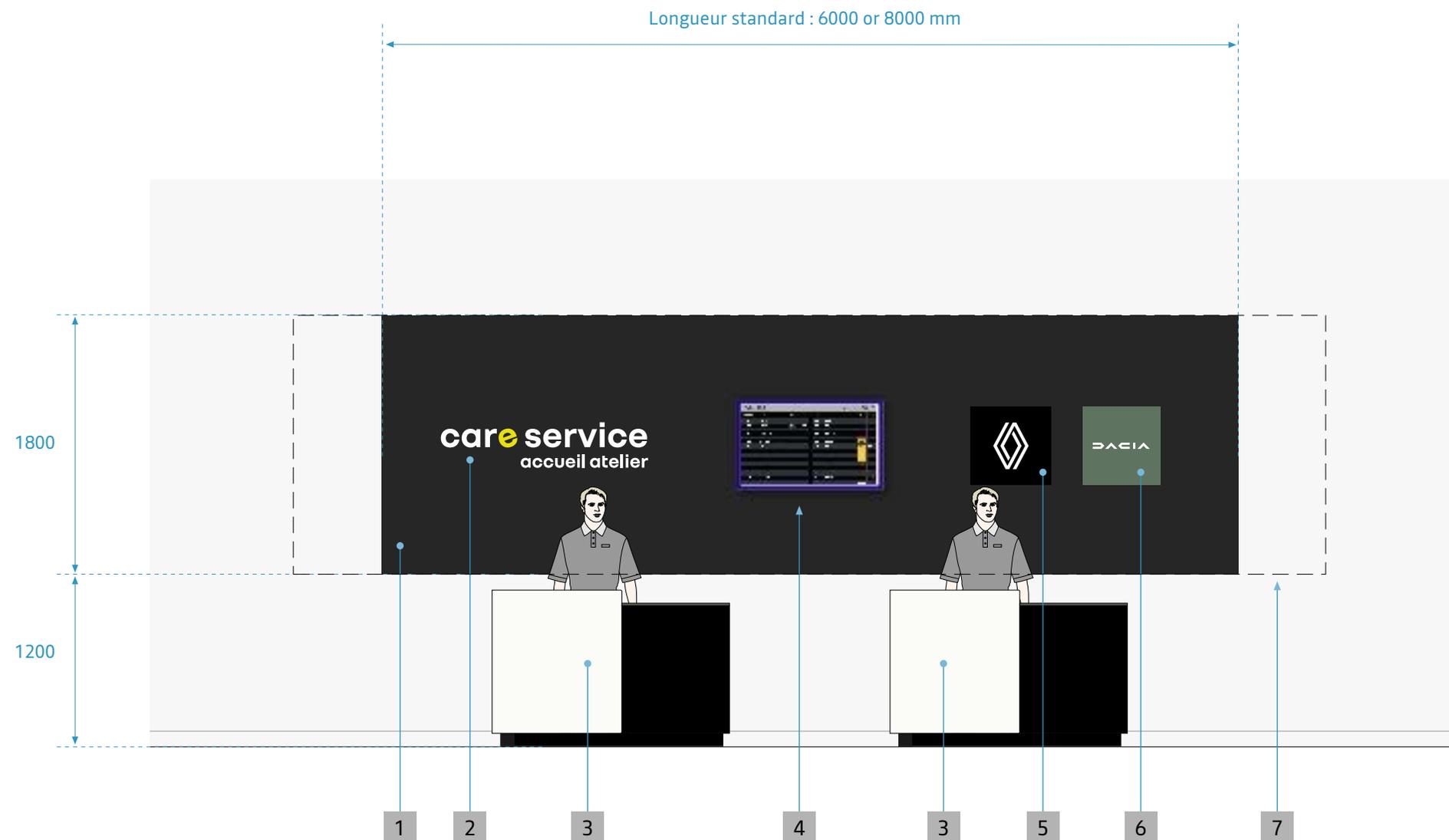
- 1 Le mur du fond est blanc.
- 2 Une partie peinte en gris foncé comporte l'identification de cet espace, les signatures des marques Renault et Dacia.
- 3 En option, un écran présente aux clients le planning des interventions et leur état d'achèvement.
- 4 Le sol reçoit un traitement neutre commun aux espaces partagés dont les circulations.
- 5 Les modules du mobilier d'accueil (avec meuble de rangement) sont communs aux deux marques. Une personnalisation de l'activité de chaque comptoir est possible.
- 6 Une partie vitrée toute hauteur relie visuellement l'accueil service à l'espace après-vente.
- 7 Le plafond est peint en noir mat



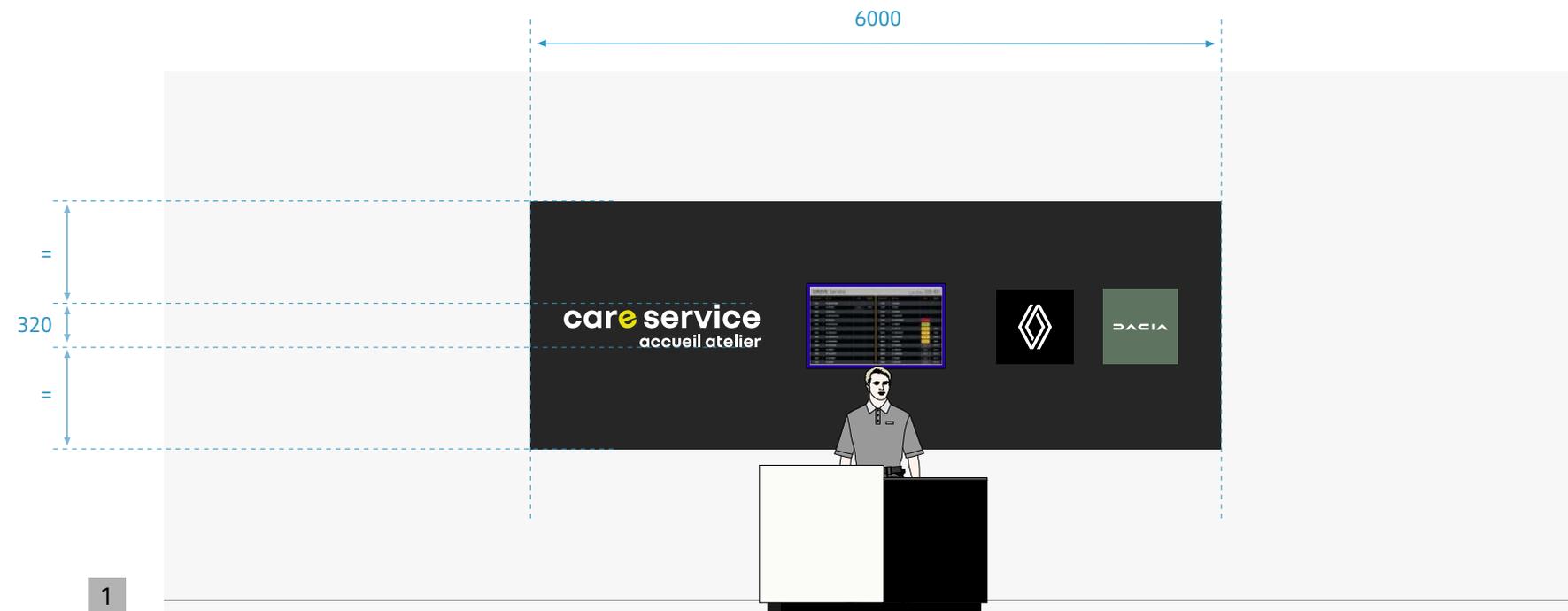
5.2.3 Description

DESCRIPTION

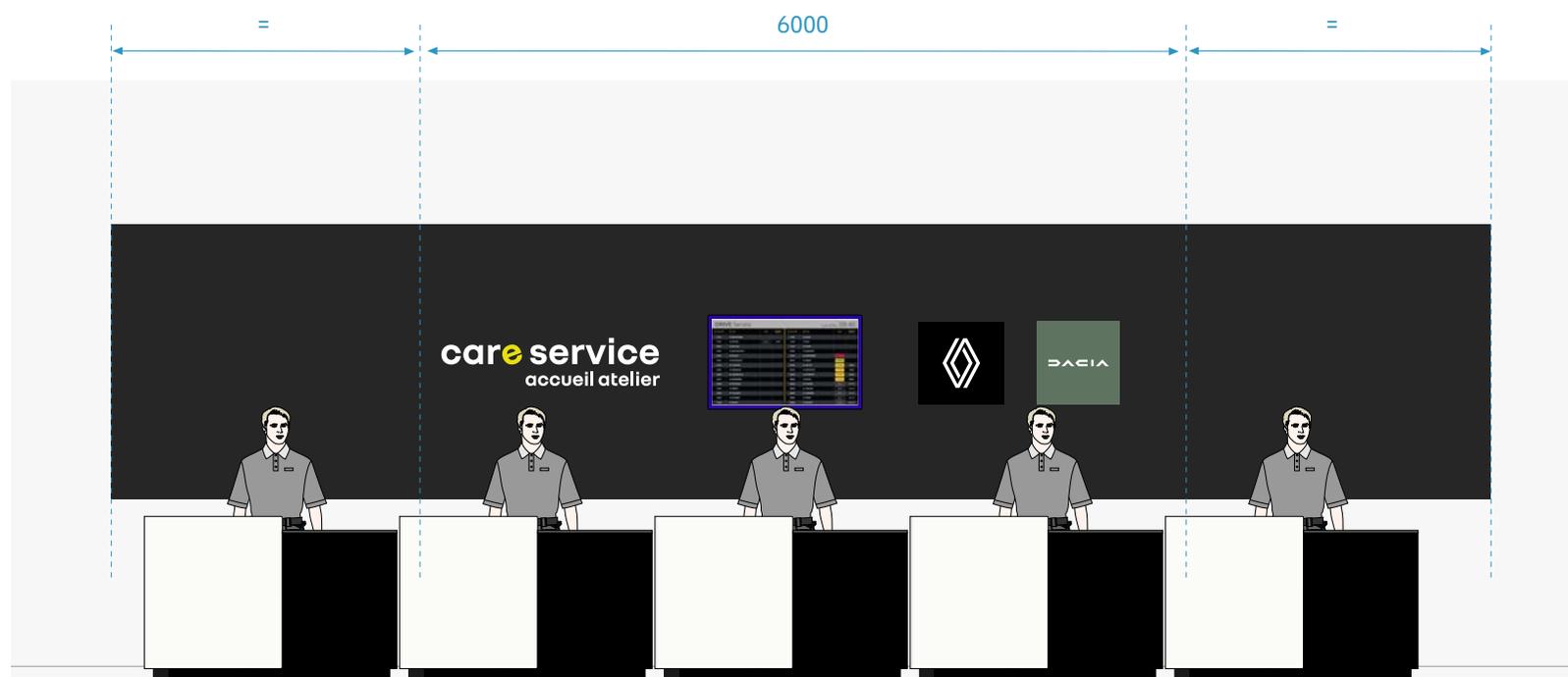
- 1 Mur gris foncé RAL 7021 finition mate, (toile ou peinture texture fine pour un nettoyage facile),
- 2 Textes « care service » et « accueil atelier » en typographie Renault Group Bold, adhésif mat blanc et jaune, alignés à droite.
- 3 Mobilier d'accueil après-vente.
- 4 Ecran vidéo 43" implanté dans la partie centrale du mur.
- 5 Carré noir mat RAL 9005 avec losange Renault blanc, finition adhésive mate.
- 6 Carré kaki pantone 5615 C avec logotype Dacia en blanc, finition mate adhésive.
- 7 Extension possible de la longueur du mur gris foncé.



5.2.4 Variantes



1



2

PRINCIPES

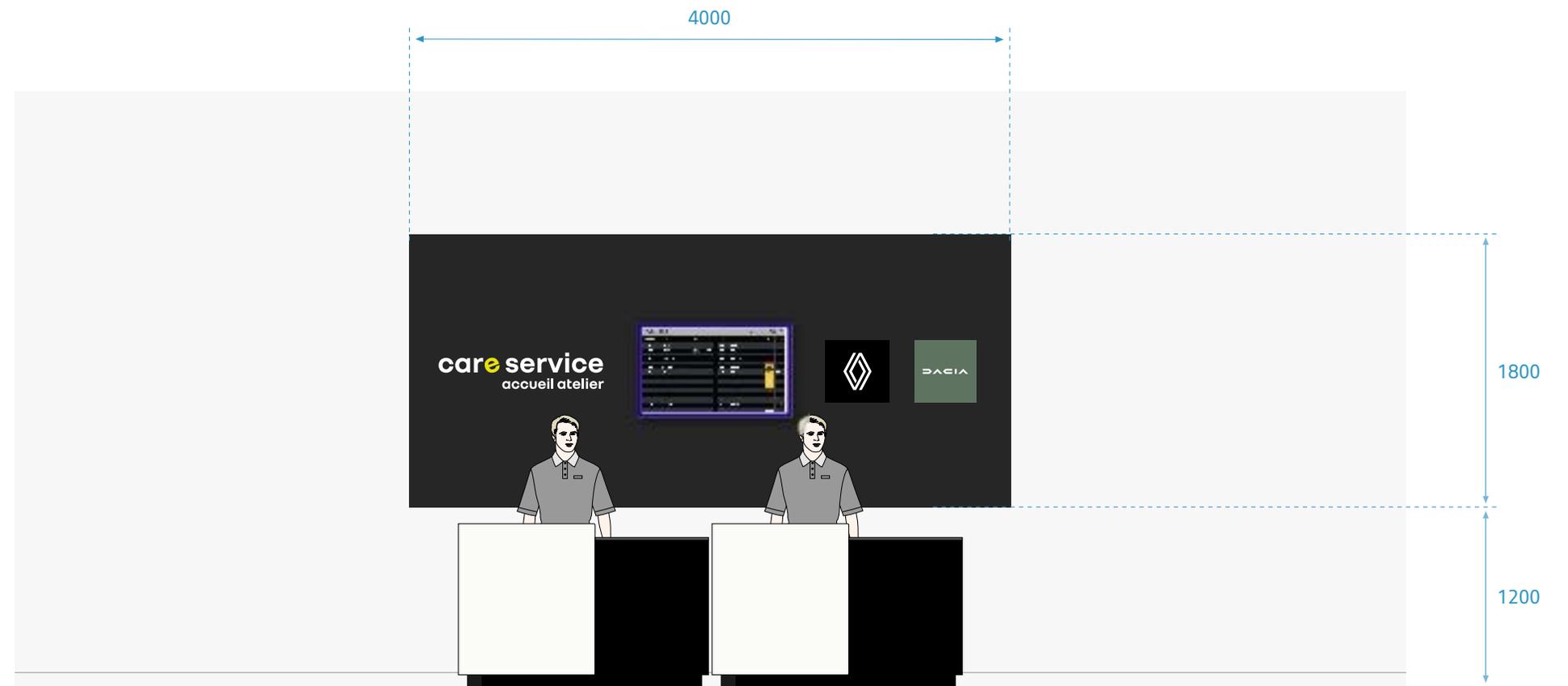
L'adaptation au nombre de conseillers se fait par :

- l'extension de la longueur du mur gris foncé.
- le nombre de modules de mobilier.
- les distances entre les composants sur le mur gris foncé sont toujours les mêmes quelle que soit la longueur totale du mur.
- la mise à la longueur du mur gris foncé se fait également de part et d'autre de la partie centrale de 4000 mm.

1 Configuration avec conseiller Service unique.

2 Configuration étendue.

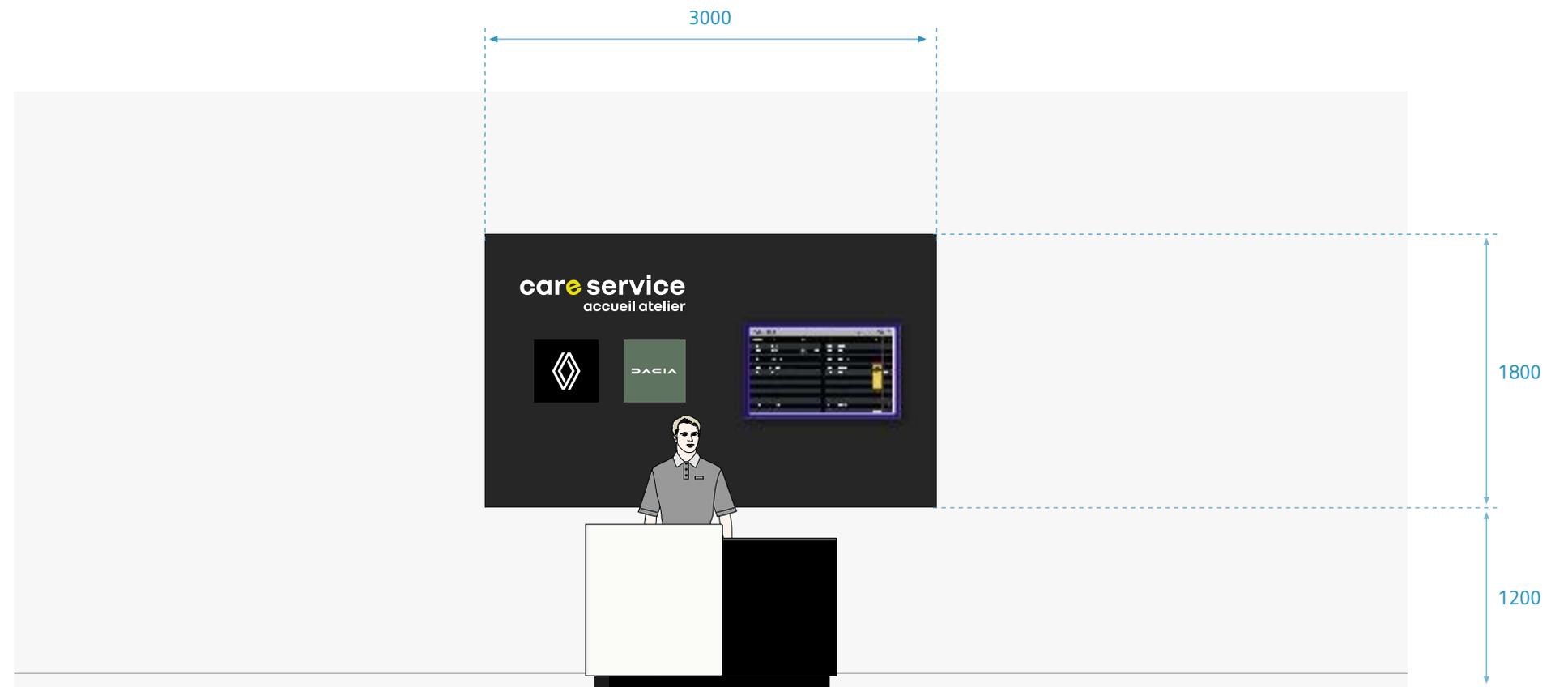
5.2.5 Le mur de 4 m



PRINCIPES D'ADAPTATION

- Dimensions adaptées des lettrages et des plaques par rapport aux configurations standards.
- Proportions constantes entre les éléments graphiques.
- Taille standard de l'écran vidéo de 43 pouces.

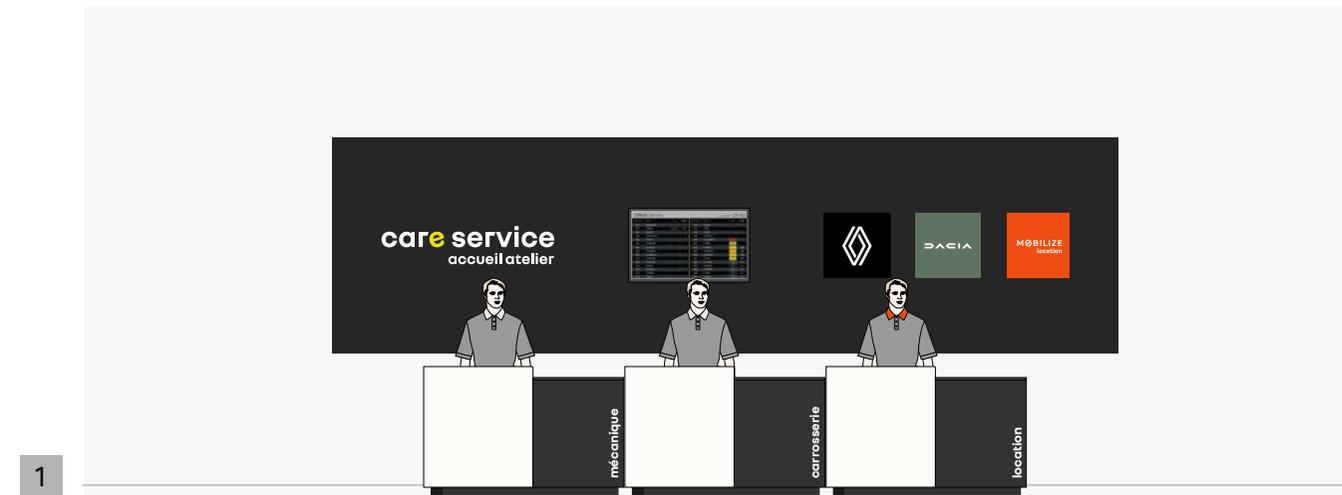
5.2.6 Le mur de 3 m



PRINCIPES D'ADAPTATION

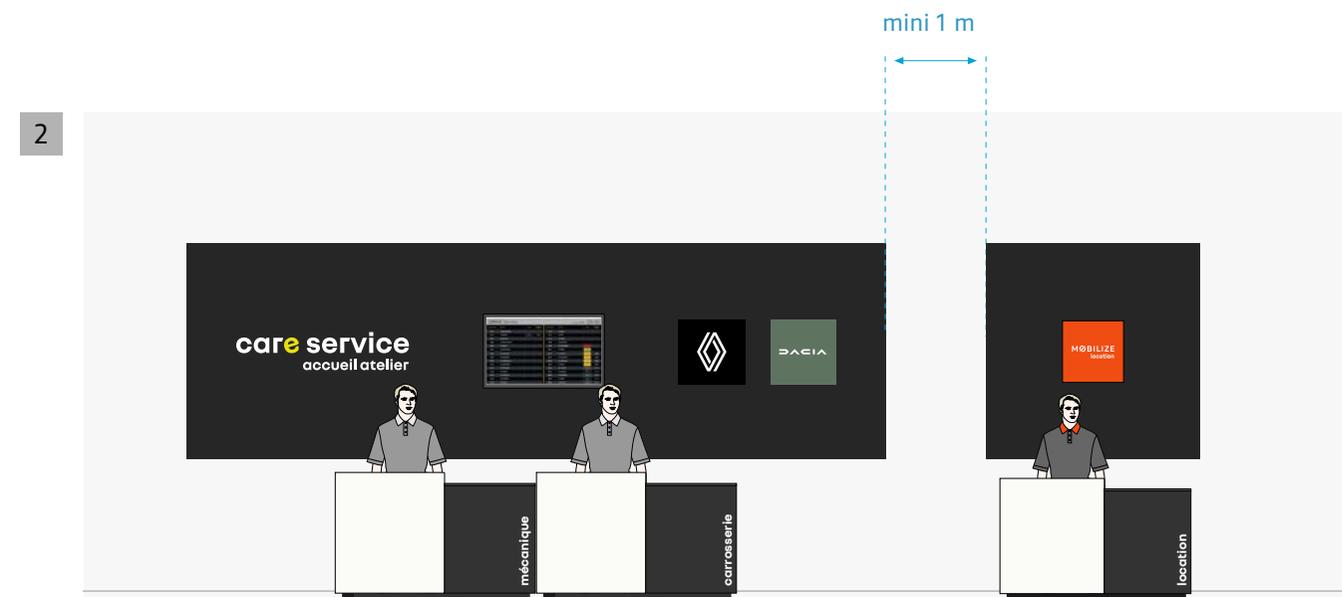
- Les dimensions des lettrages et des plaques sont les mêmes que pour un mur de 4 m.
- Proportions constantes entre les éléments graphiques.
- Taille standard de l'écran vidéo de 43 pouces.

5.2.7 Accueil Mobilize location

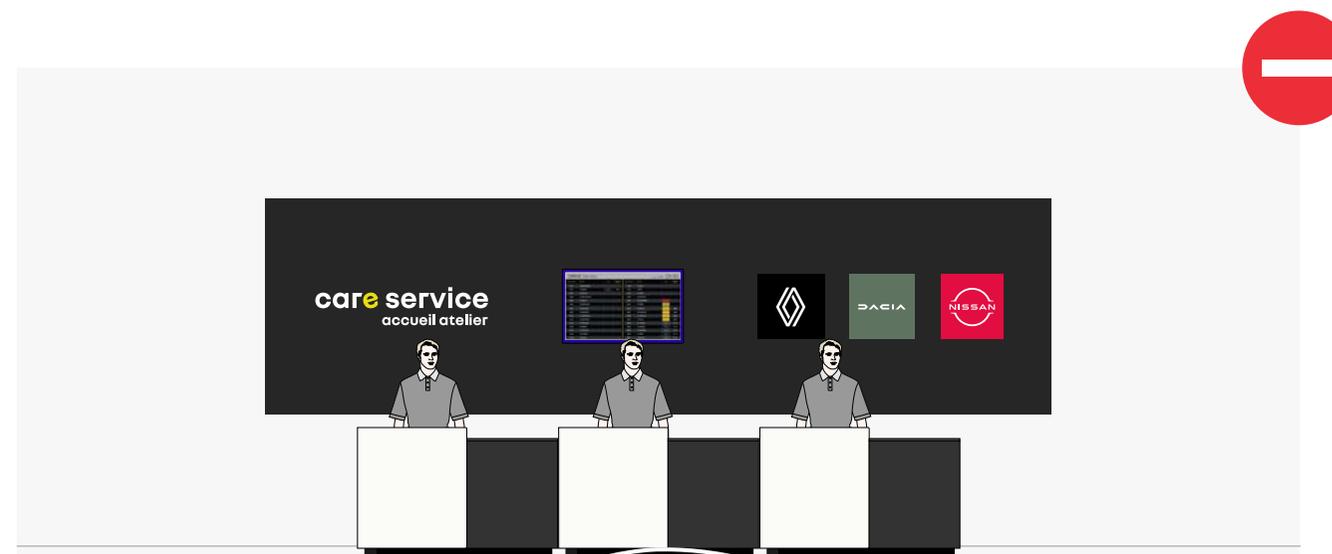


PRINCIPE GÉNÉRIQUE

- 1 L'accueil Mobilize location peut être intégré à l'accueil care service.
Il est identifié par une plaque murale et le marquage du mobilier d'accueil dédié aux clients Mobilize.
- 2 L'accueil Mobilize location peut être séparé de l'accueil care service mais présent dans un même espace.
Il est identifié par une plaque murale sur un fond gris foncé similaire à l'accueil care service et un marquage du mobilier d'accueil dédié aux clients Mobilize.
Une distance minimale de 1 m est requise entre les 2 fresques murales.



5.2.8 Principaux interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Intégration d'une autre identité de marque hors Renault group dans la fresque murale de l'accueil service.
- 2 Réception après-vente des marques hors Renault Group dans un même espace.

5.3

L'ESPACE DE MISE EN MAINS

5.3.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

La mise en mains est un moment déterminant qui doit faire l'objet d'une attention particulière dans le cadre de la livraison d'un véhicule ou dans le cas de la présentation d'un véhicule à l'essai.

Dans le cadre d'un site multimarque, cet espace commun adopte un marquage et des visuels spécifiques permettant de livrer et de présenter les véhicules Renault et Dacia (ainsi que les véhicules renew bénéficiant d'une garantie étendue) dans un espace neutre.

Espace front-office, il est implanté de préférence derrière les bureaux vendeurs et possède une liaison avec la zone de finition située dans l'atelier.

Adaptation possible

Différentes configurations sont possibles en fonction de la capacité souhaitée et de la forme de l'espace de livraison.

Interdit

L'espace de mise en mains ne doit jamais être implanté dans les showrooms.

5.3.2 Présentation

PRINCIPES

La livraison des véhicules et la présentation rapide des véhicules lors d'un essai, se fait dans l'espace de mise en mains.

- 1 Les murs de cet espace sont blanc mat.
- 2 Une fresque murale identifie l'espace. Elle comporte un visuel grand format.
- 3 Les housses de véhicules sont signées par les marques. Ce sont les seuls éléments identitaires présents dans cet espace partagé.
- 4 Les portes relevables sont peintes en gris foncé. Elles sont majoritairement vitrées pour celles qui permettent la sortie et faiblement vitrées pour celle qui relie l'espace de mise en mains à la zone de finition back office.
- 5 Le sol reçoit un traitement neutre commun aux espaces partagés dont les circulations.
- 6 Le bureau du conseiller de livraison est neutre (dépourvu des signes d'identité des marques). Les clients viennent y compléter les formalités administratives avant de se voir inviter à la mise en mains de leur véhicule.



5.3.3 La fresque murale

GÉNÉRALITÉS

La fresque murale identifie l'espace.

Dans cette configuration, seuls les véhicules neufs des marques Renault et Dacia ainsi que les véhicules d'occasion toutes marques peuvent être livrés dans cet espace.

PRINCIPES D'IDENTIFICATION

Les proportions entre le rectangle gris foncé et le visuel sont différentes selon la longueur du mur.

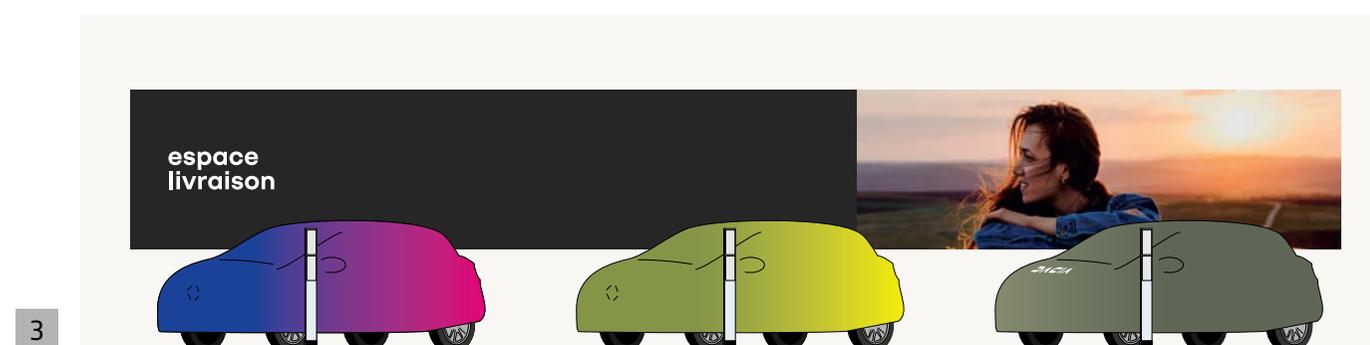
La longueur maximale du visuel est limitée à 6 m.

La typographie utilisée est le Renault Group Bold.

1 Longueur de mur < 10 m

2 Longueur de mur de 10 à 20 m

3 Longueur de mur > 20 m



5.3.4 Adaptation des visuels selon le sens de sortie des véhicules

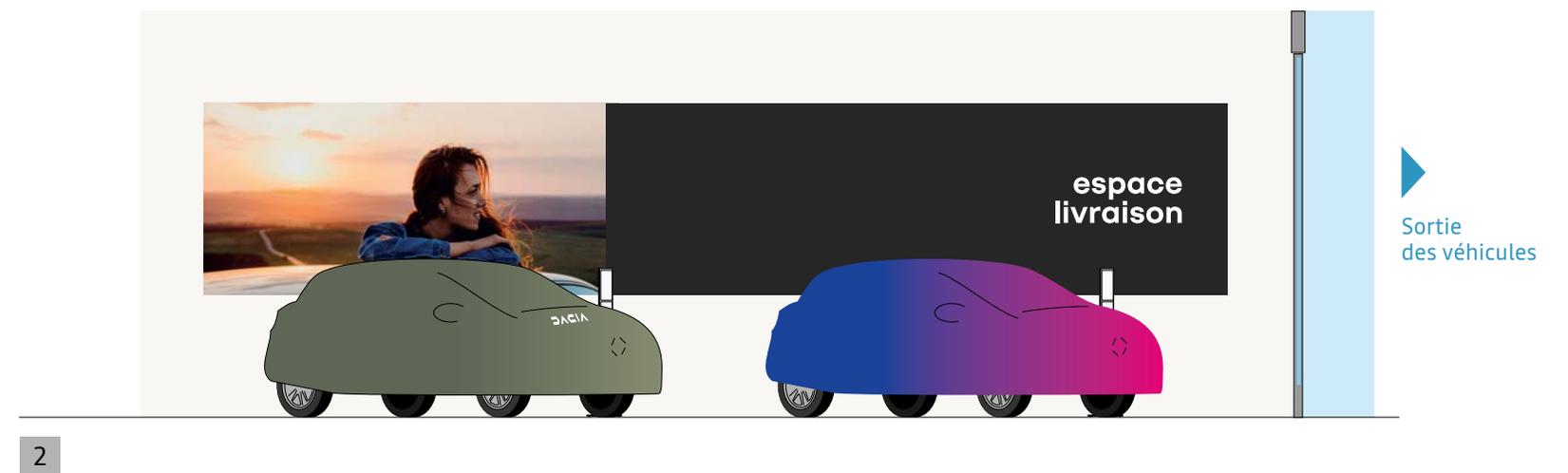


PRINCIPES D'ADAPTATION

Selon la position de la porte de sortie des véhicules, il conviendra d'inverser l'ordre des visuels.

Le marquage est toujours positionné au plus proche de la porte de sortie.

1. Ordre des visuels dans le cas d'une porte de sortie des véhicules située à gauche du mur de fond de l'Espace Livraison.
2. Ordre des visuels dans le cas d'une porte de sortie des véhicules située à droite du mur de fond de l'Espace Livraison.



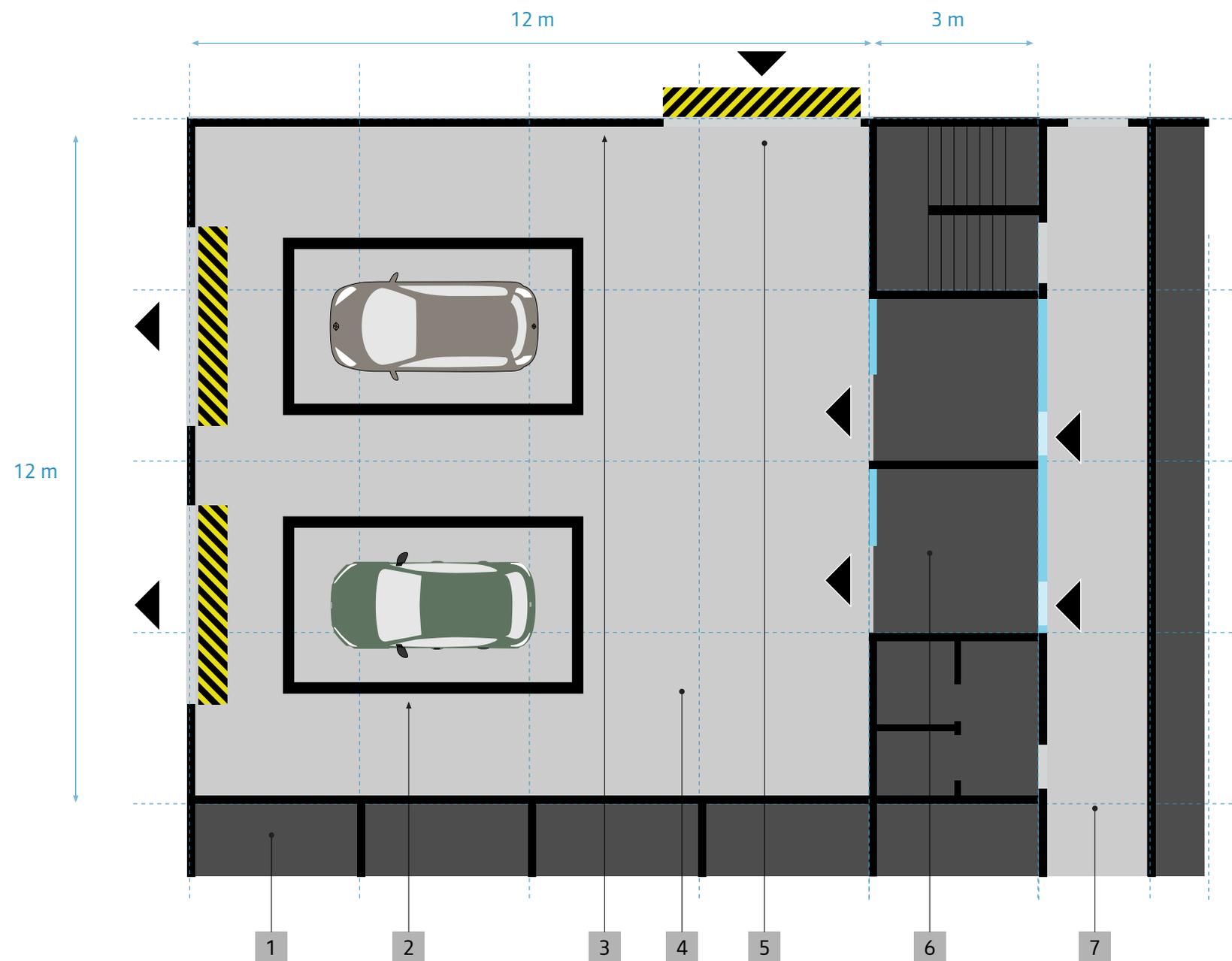
5.3.8 Implantation générale

PRINCIPES D'IMPLANTATION

Les véhicules quittent la zone de finition back-office pour être présentés dans l'espace de mise en main.

Dans cet espace, les véhicules sont soigneusement alignés devant les portes de sortie afin de permettre aux clients de quitter cet espace facilement et en toute sécurité.

- 1 Bureaux vendeurs
- 2 Luminaire.
- 3 Fresque murale
- 4 Carrelage ou résine.
- 5 Porte d'accès depuis l'atelier back-office.
- 6 Secrétariat de livraison.
- 7 Allée de circulation.



5.3.8 Le secrétariat de livraison



PRINCIPES

Le bureau du conseiller de livraison est neutre (dépourvu des signes d'identité des marques).

- 1 Mur blanc.
- 2 Mobilier aux standards Renault Group.
- 3 Moquette gris foncé.
- 4 Visuels muraux Renault Group.

1 2 3 4

5.4

LA SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE

5.4.1 Fondamentaux

Règle générique d'implantation

La signalétique directionnelle jalonne les parcours clients lorsque les différents espaces ne figurent pas dans un même volume ou corps de bâtiment.

A l'accueil service, la signalétique peut être utilisée pour identifier les comptoirs lorsque des conseillers service sont dédiées à différentes activités (mécanique, carrosserie, minute, location,...).

Adaptation possible

Différents supports muraux ou suspendus répondent à la variété des cas d'implantation.

Interdit

La signalétique directionnelle ne doit jamais intégrer les codes graphiques de l'une des marques.

5.4.2 La signalétique directionnelle murale

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Les informations directionnelles sont rassemblées et positionnées sur les murs du showroom.

Selon les conditions de visibilité, la signalétique directionnelle peut être réalisée en lettres blanches sur fond gris foncé ou lettres noires sur fond blanc.

Le pavé de textes est installé à 1700 mm du sol.

- 1 Bande verticale gris foncé RAL 7021 en finition mate réalisée en peinture.
- 2 Adhésif blanc RAL 9003 en finition mate.
- 3 Mur blanc RAL 9010 en finition mate.
- 4 Adhésif noir RAL 9005 en finition mate.



5.4.3 La signalétique directionnelle suspendue

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

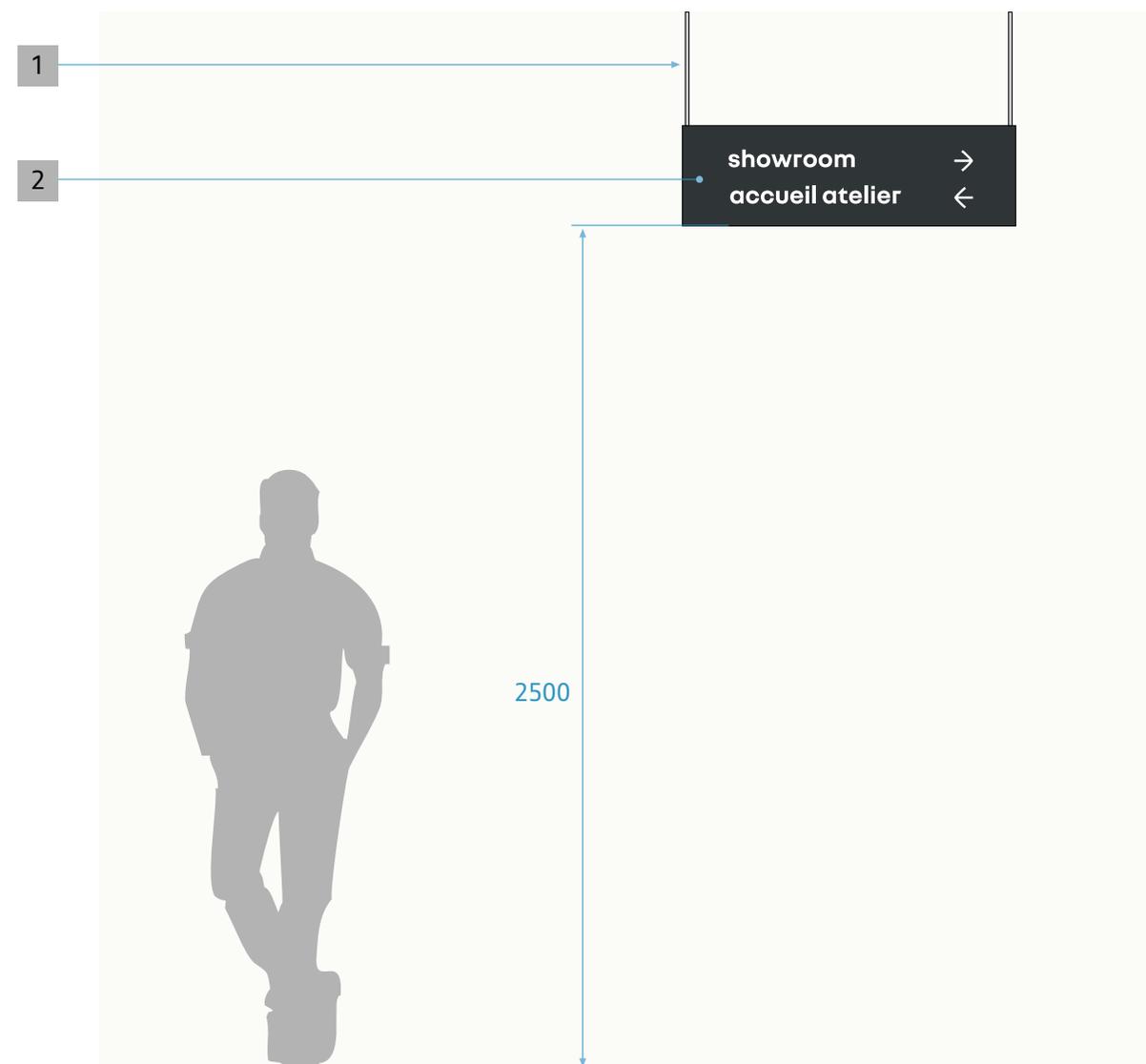
La signalétique directionnelle murale peut être complétée par des supports suspendus, installés à 2500 mm du sol.

Ces panneaux ont un format unique de 300 x 1000 mm. Ils sont réalisés en tôle aluminium laqué en gris foncé RAL 7021 en finition satinée.

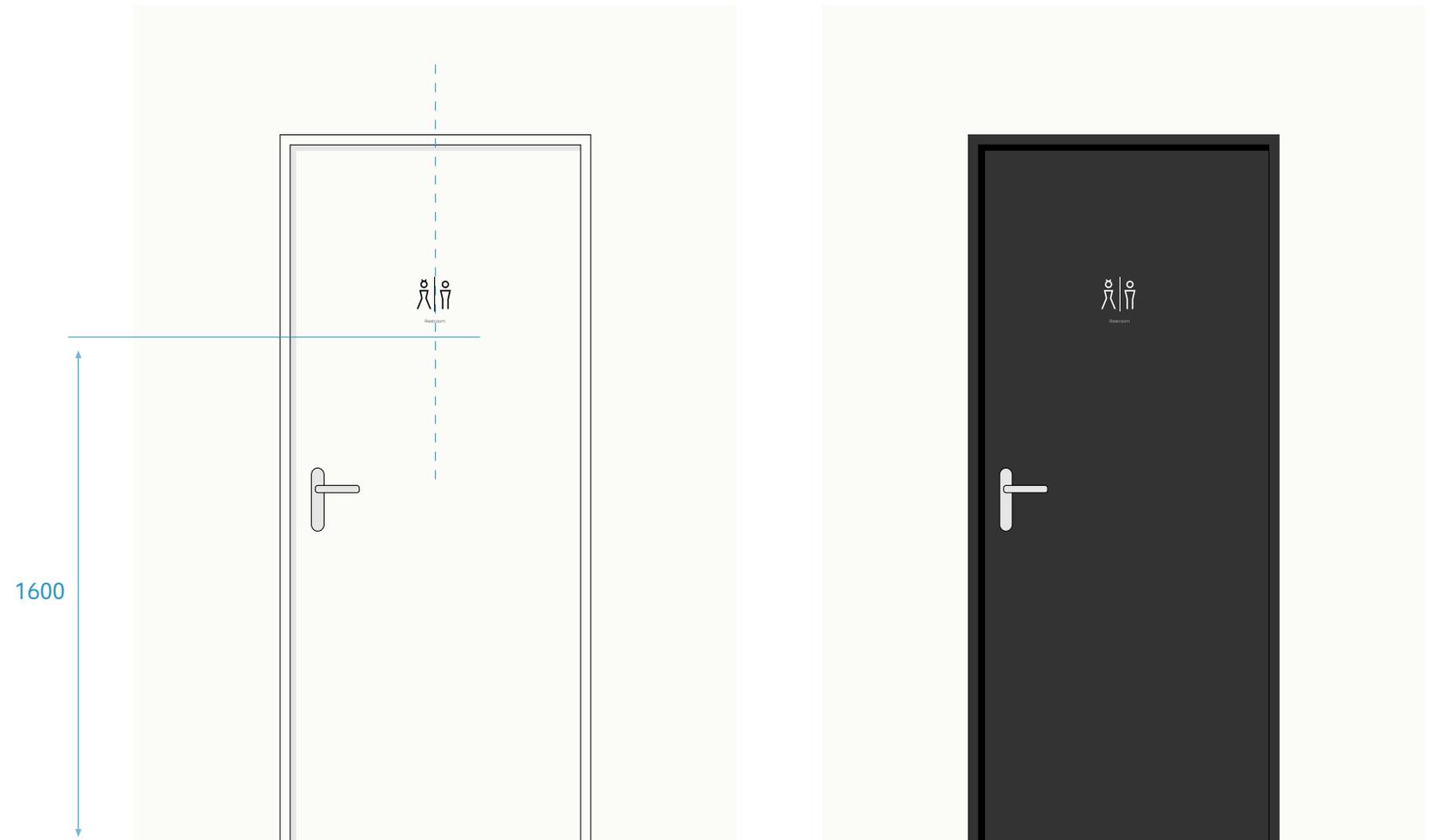
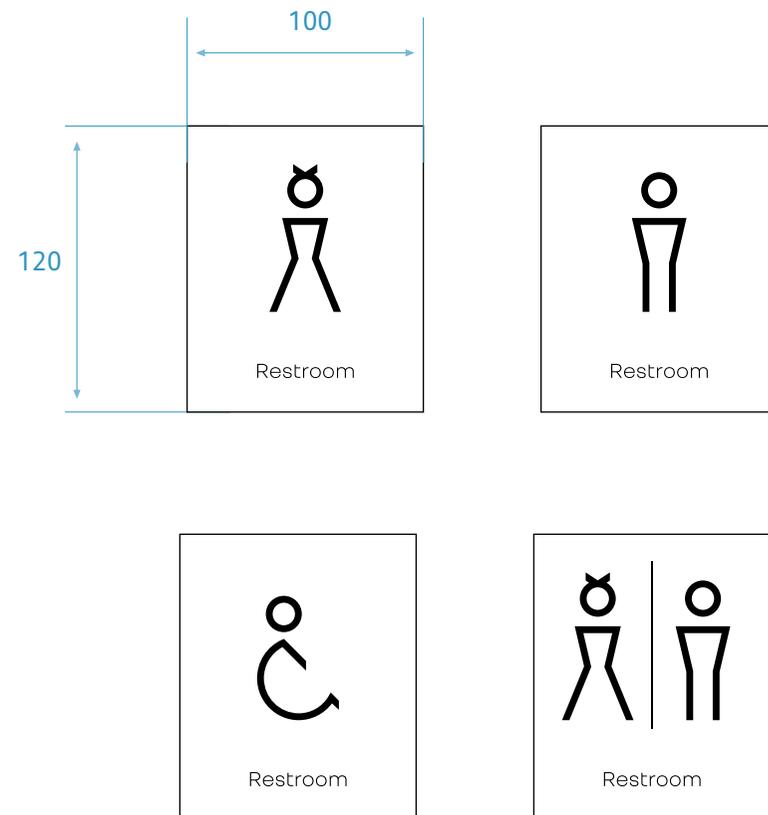
Ils peuvent être double face.

Une variante typographique est à prendre en compte selon qu'il s'agisse d'un site Renault ou d'un site multimarque.

- 1 Face avant gris foncé RAL 7021 en finition mate avec textes et flèches réalisés en adhésif blanc mat.
- 2 Suspentes tubulaires laquées en blanc RAL 9003, finition satinée.



5.4.4 Les pictogrammes



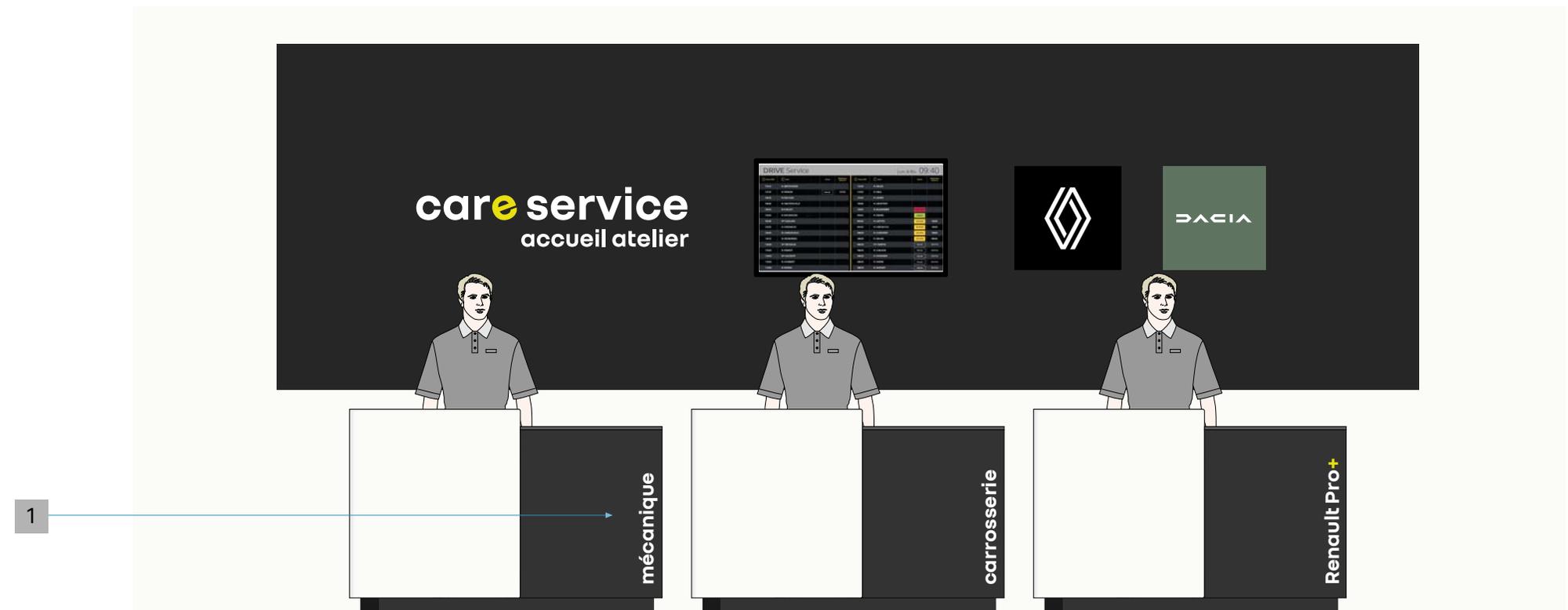
PRINCIPE

Format unique des pictogramme : 120 x 100 mm.

Pictogrammes noirs sur porte blanche ou pictogrammes blancs sur porte gris foncé ou noire réalisés en adhésif en finition mate ou en PMMA épaisseur 3 mm en découpe laser.

Typographie : Renault Group Light.

5.4.5 Marquages des mobiliers de l'accueil service

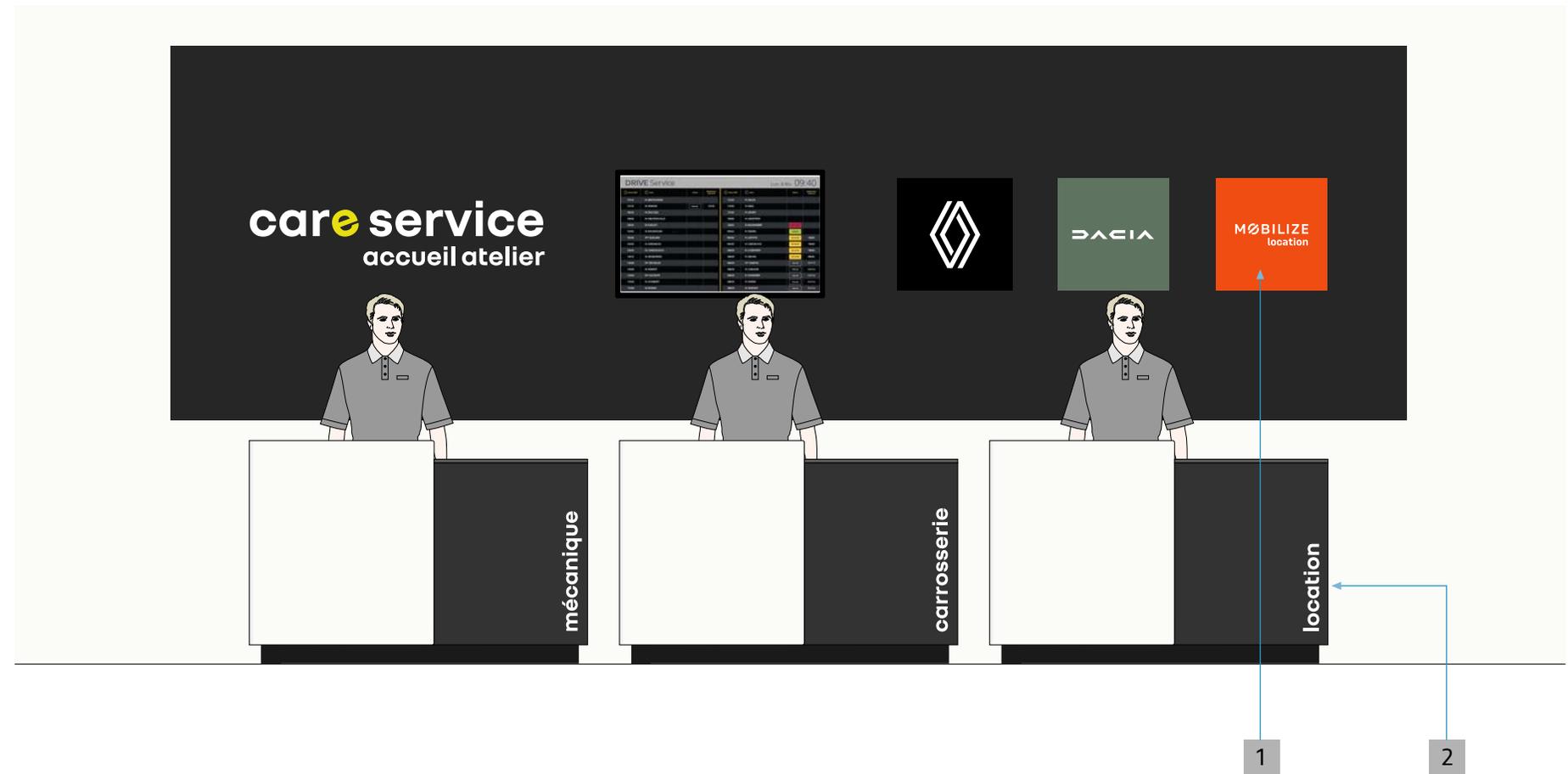


PRINCIPE GÉNÉRIQUE

En cas de conseillers dédiés à une activité après-vente (mécanique, carrosserie ou Renault Pro+), l'identification des comptoirs de l'accueil service se fait par un marquage adhésif positionné sur la partie gris foncé.

1 Textes en adhésif blanc mat.

5.4.6 L'accueil intégré Mobilize location



PRINCIPE D'IDENTIFICATION

L'identification du comptoir dédié à l'activité location se fait par un marquage adhésif positionné sur la partie gris foncé.

- 1 La plaque murale Mobilize location.
- 2 Texte "location" en adhésif blanc mat.
Typographie Renault Group Bold.

5.4.7 L'accueil séparé Mobilize location

DESCRIPTION

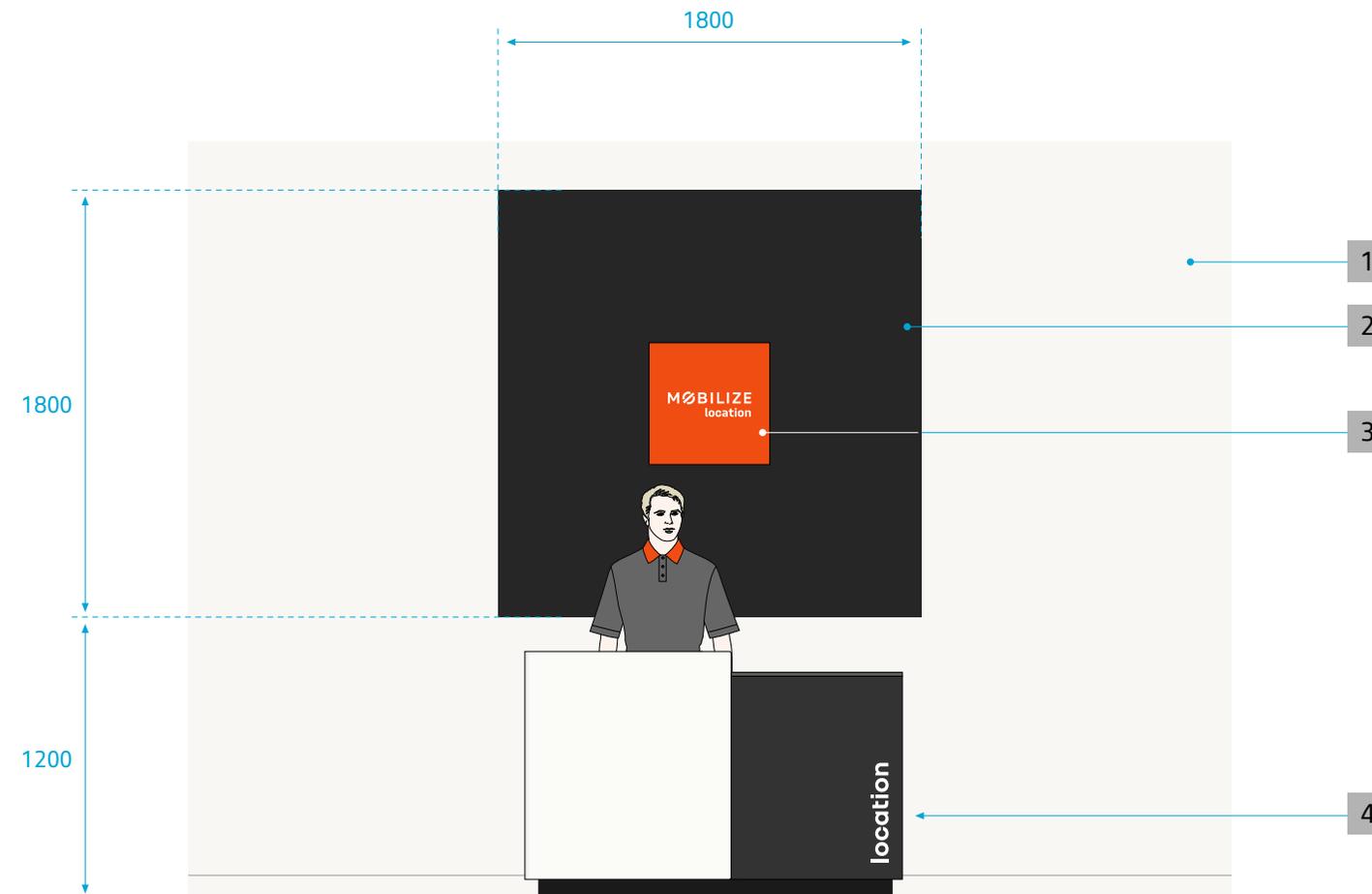
La réception dédiée Mobilize est identifiée par un marquage mural gris foncé au format minimal de 1800 x 1800 mm comportant le logotype Mobilize sur une plaque orange.

Le mur de fond de la réception est blanc RAL 9010 en finition mate.

Le mobilier d'accueil est commun aux réceptions après-vente Renault Dacia.

Il comporte un marquage "location" identifiant le comptoir dédié.

- 1 Mur blanc RAL 9010.
- 2 Mur gris foncé RAL 7021.
- 3 Plaque murale Mobilize 540 x 540 mm..
- 4 Texte "location" en adhésif blanc mat.
Typographie Renault Group Bold.



5.5

LES ALLÉES DE CIRCULATION

5.5.1 Fondamentaux

Règle d'implantation

Les allées de circulation constituent un élément-clé du concept multimarque : elles relient les différents espaces communs et contribuent à la mise en valeur des marques.

Interdit

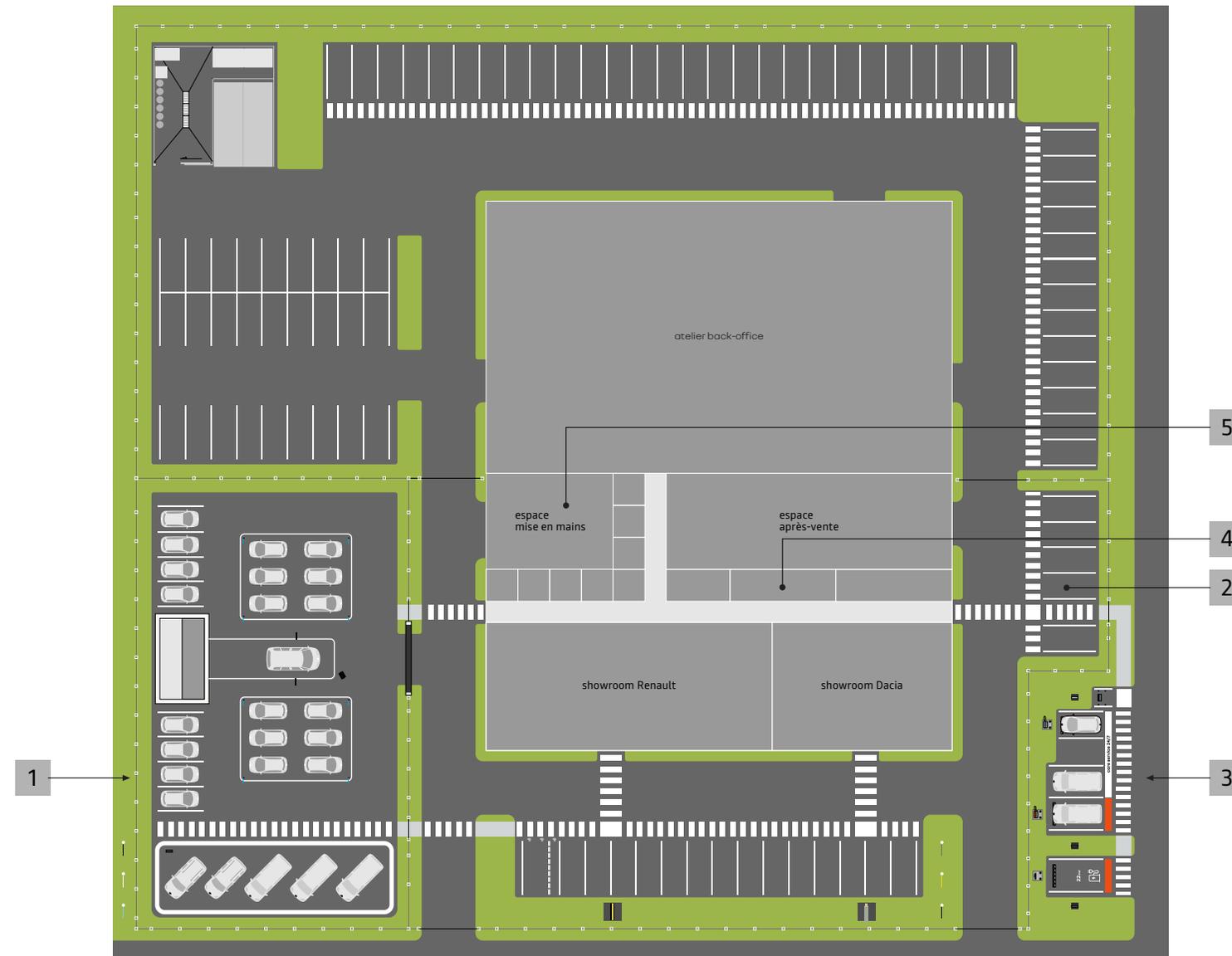
La juxtaposition directe des espaces communs aux showrooms est à éviter.

5.5.2 Implantation générale

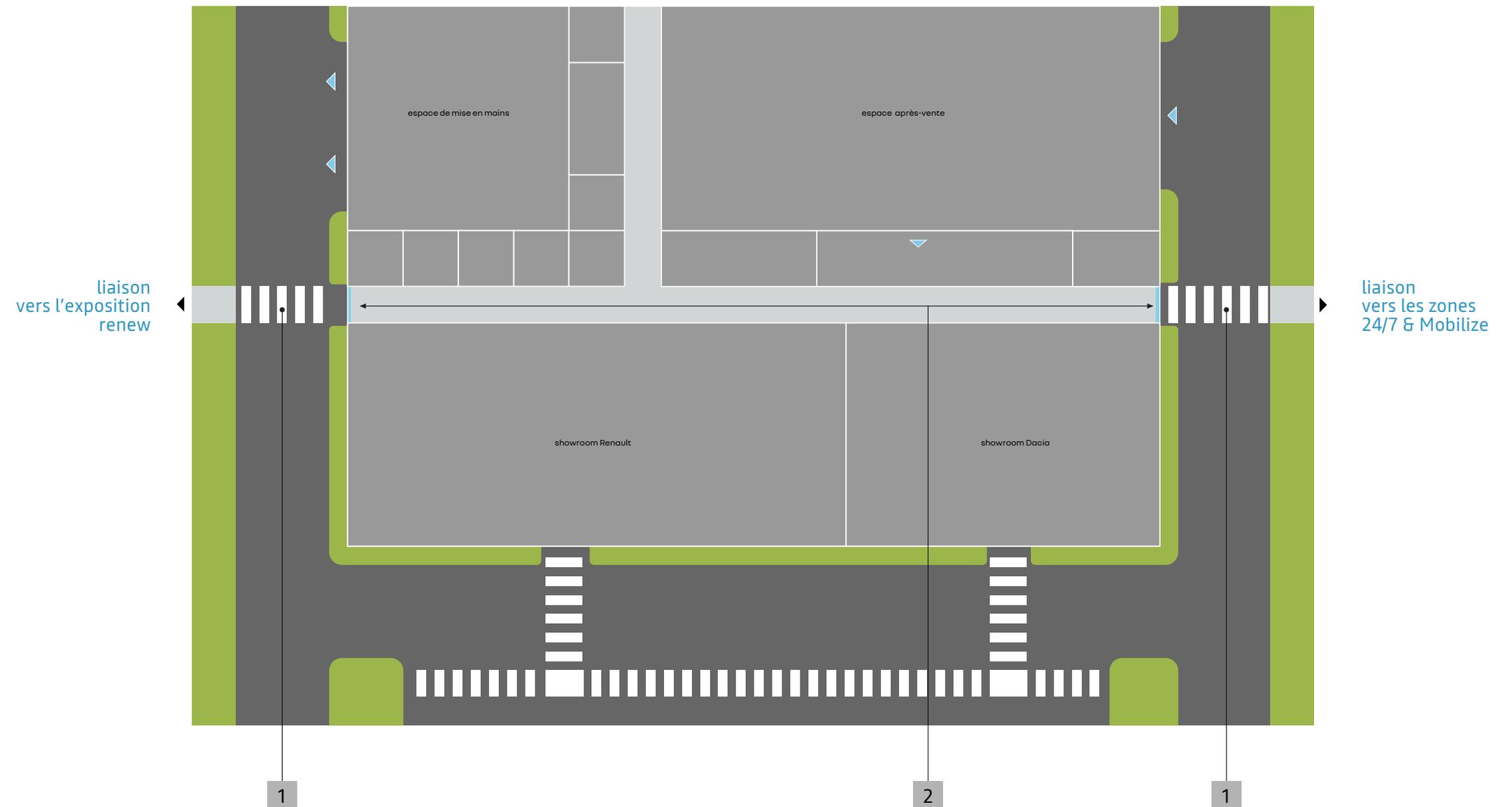
PRINCIPES

Les allées de circulation relient les différents zones extérieures au bâtiment abritant les showrooms et les autres fonctions du site :

- 1 Les clients passant par les showrooms peuvent rejoindre les expositions extérieures renew et Renault Pro+.
- 2 Depuis l'accueil service, les clients après-vente peuvent accéder au parking de restitution.
- 3 Depuis l'accueil service, les clients après-vente peuvent accéder au service de mobilité dont les véhicules de remplacement ou de location.
- 4 Après leur entrée dans les showrooms, les clients peuvent accéder à l'accueil service.
- 5 Après leur entrée dans les showrooms, les clients peuvent accéder à l'espace de mise en mains.



5.5.3 Liaisons avec les espaces extérieurs



PRINCIPES D'IMPLANTATION

Les liaisons entre les fonctions internes et les espaces extérieurs reposent sur l'utilisation de passages protégés jalonnant les parcours clients et de portes vitrées permettant une visibilité des ces espaces depuis l'intérieur du bâtiment.

- 1 Passages protégés.
- 2 Portes piétonnes vitrées.

5.5.4 Implantation dans le bâtiment

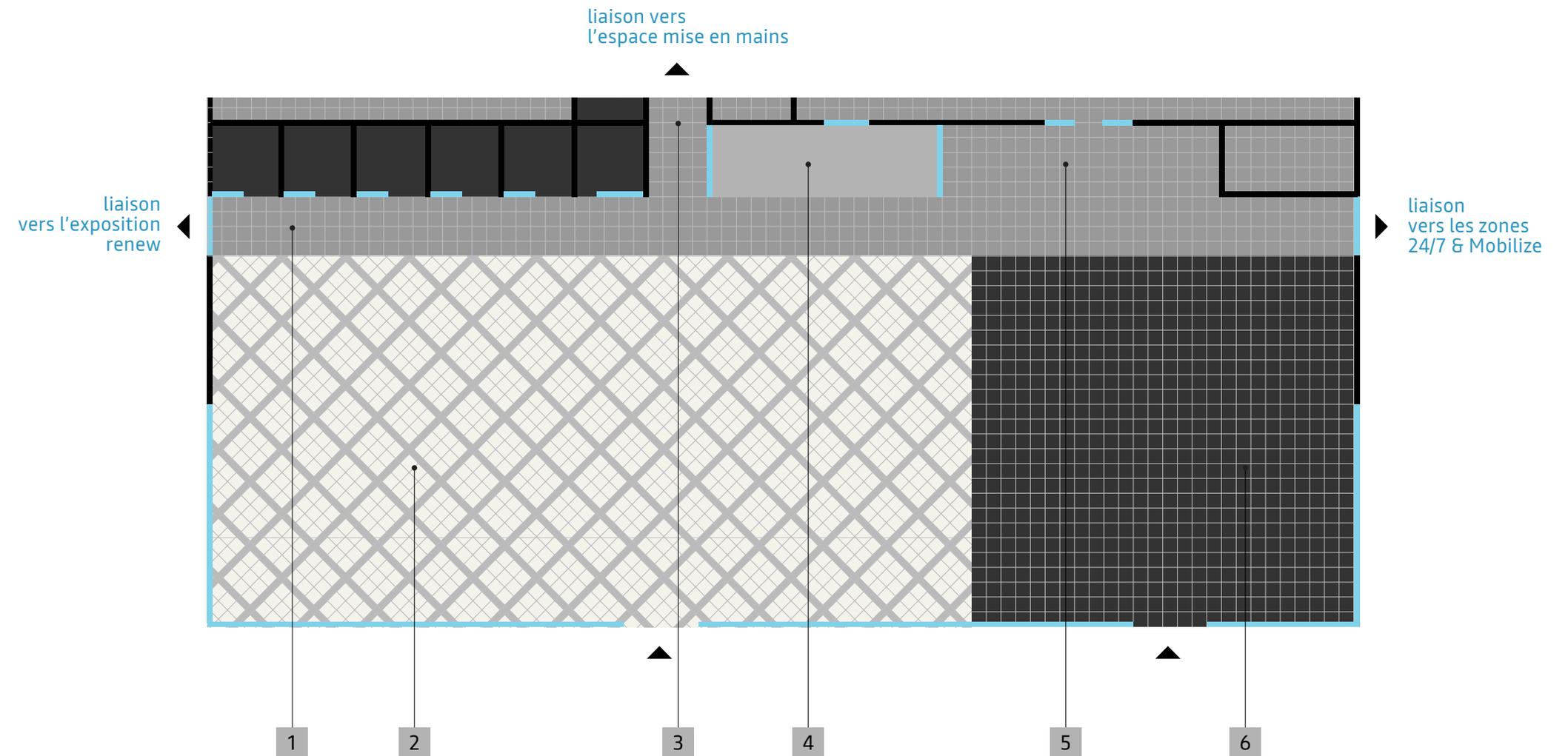
PRINCIPES D'IMPLANTATION

A l'intérieur du bâtiment, l'allée de circulation relie les showrooms aux espaces communs (lounge, espace de mise en mains, accueil service et sanitaires) tout en mettant en exergue les showrooms, lieux d'expression des univers de marque.

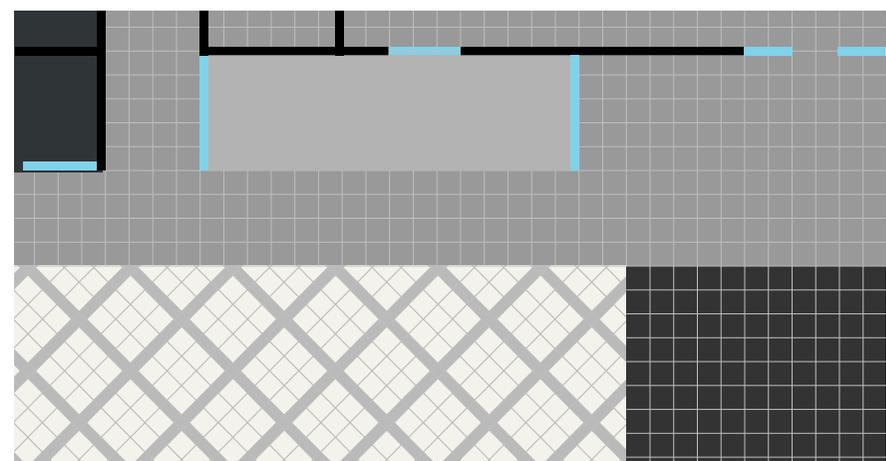
Les bureaux vendeurs Renault (possiblement renew et Renault Pro+) sont alignés avec les autres espaces communs.

L'allée de circulation contribue à donner une plus grande confidentialité aux échanges.

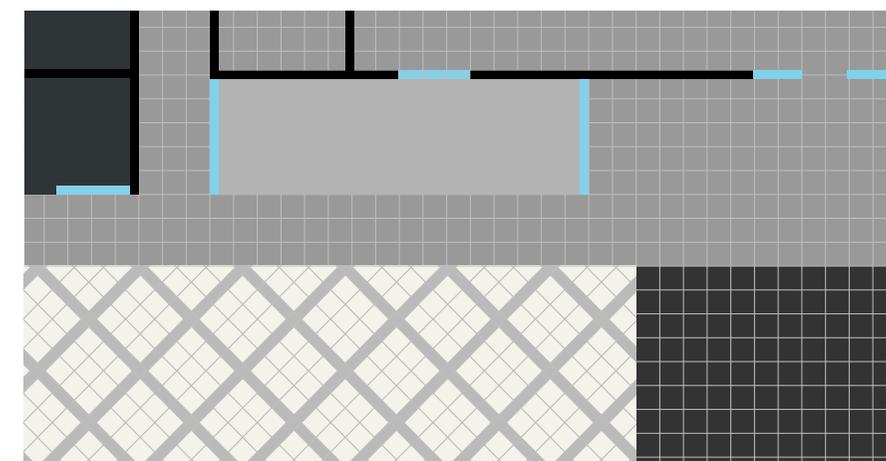
- 1 Allée de circulation centrale.
- 2 Showroom Renault.
- 3 Allée de circulation menant à l'espace de mise en mains.
- 4 Lounge d'attente.
- 5 Accueil service.
- 6 Showroom Dacia.



5.5.5 Caractéristiques de l'allée de circulation



1



2

PRINCIPE

L'allée de circulation est intégralement carrelée sur la base d'un carreau gris moyen de format 60 x 60 cm

La largeur préconisée de l'allée de circulation est de 1,80 m, correspondant à 3 carreaux.

Sa largeur ne devra jamais être inférieure à ~~1,40~~ ^{1,20} m correspondant aux 2 unités de passage des portés de sortie vers l'extérieur.

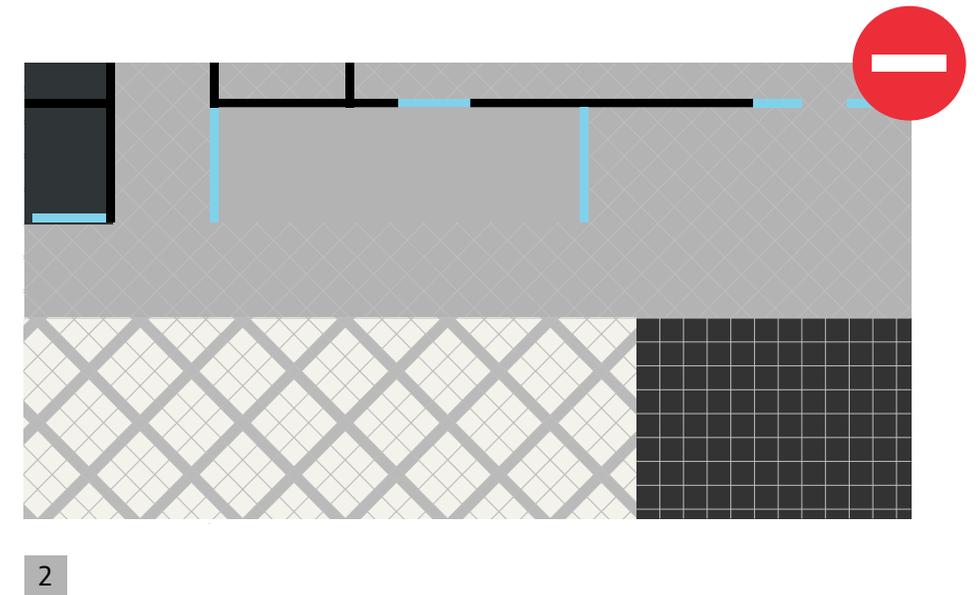
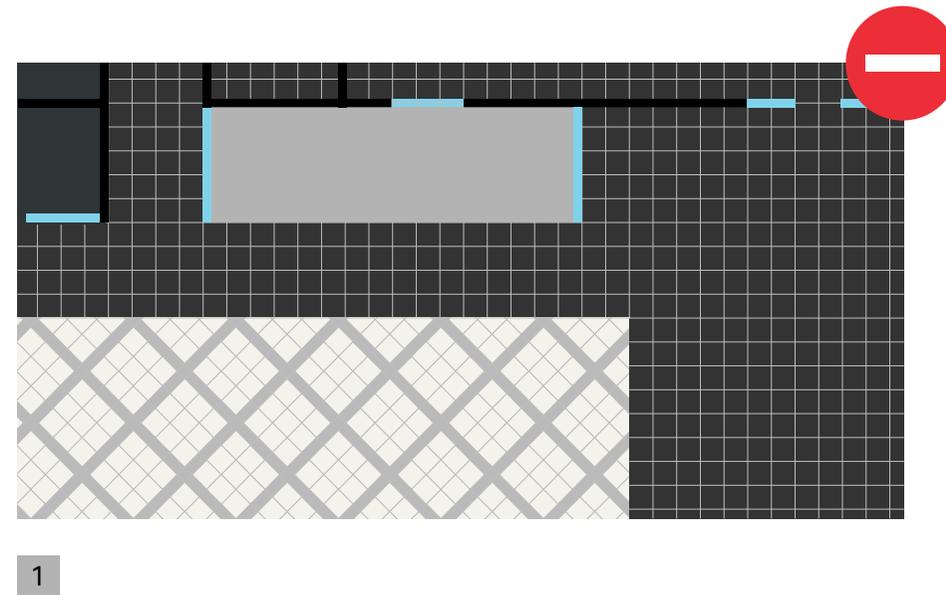
Sa largeur maximale sera de 3,00 m.

- 1 Allée de circulation de 2,40 m permettant le passage des véhicules dans l'allée.
- 2 Allée de circulation standard de 1,80 m.



Novoceram L770-25 Mi-Gris froid
600 x 600 mm
ou
Casagrande RN Seal
600 x 600 mm
ou
carrelage équivalent homologué.

5.5.6 Caractéristiques de l'allée de circulation • Interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Le carrelage des circulations (et des espaces communs) doit être différent des carrelages du showroom Dacia.
- 2 La pose des carreaux doit se faire à 90° de la façade principale (idem que le showroom Dacia) et non à 45° comme le showroom Renault.

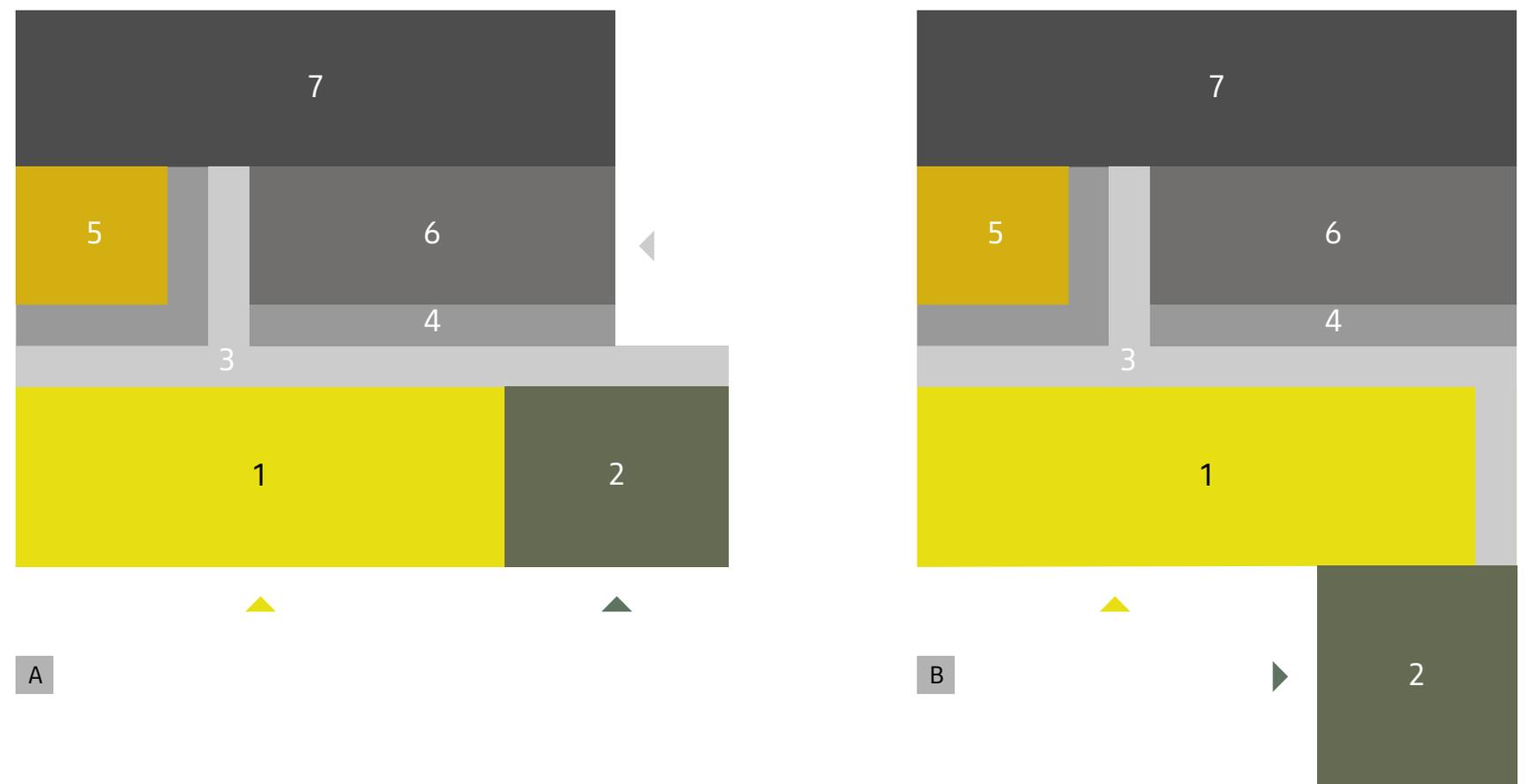
5.5.7 Exemples d'implantation

EXEMPLES D'IMPLANTATION

Dans le cas de décrochés de façade des showrooms, l'allée de circulation couvre la partie arrière du showroom afin de préserver la vision unitaire des espaces d'exposition.

- A Cas où la façade après-vente est en retrait de la façade latérale de l'un des showrooms.
- B Cas où la façade de l'un des showrooms n'est pas alignée avec le second showroom.

- 1 Showroom Renault.
- 2 Showroom Dacia.
- 3 L'allée de circulation.
- 4 Espaces communs.
- 5 Espace de mise en mains.
- 6 L'espace après-vente.
- 7 Atelier back-office.

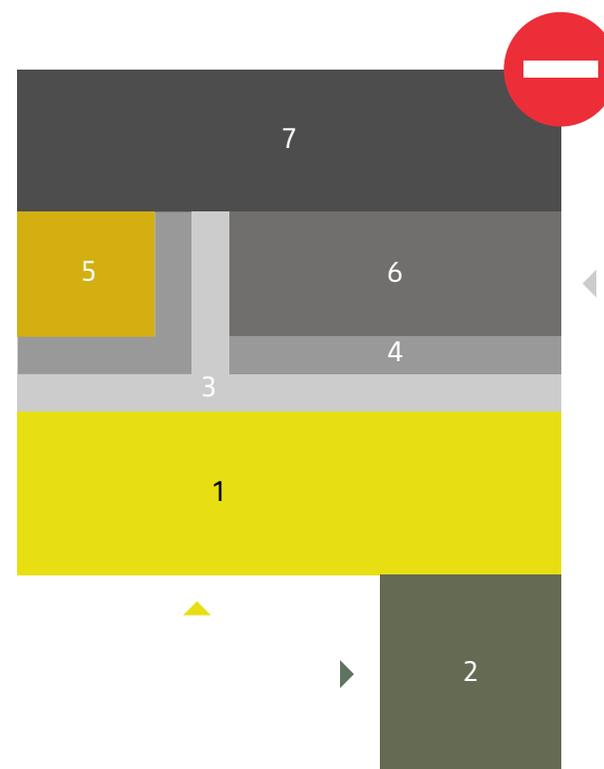


5.5.8 Exemples d'implantation • Interdits

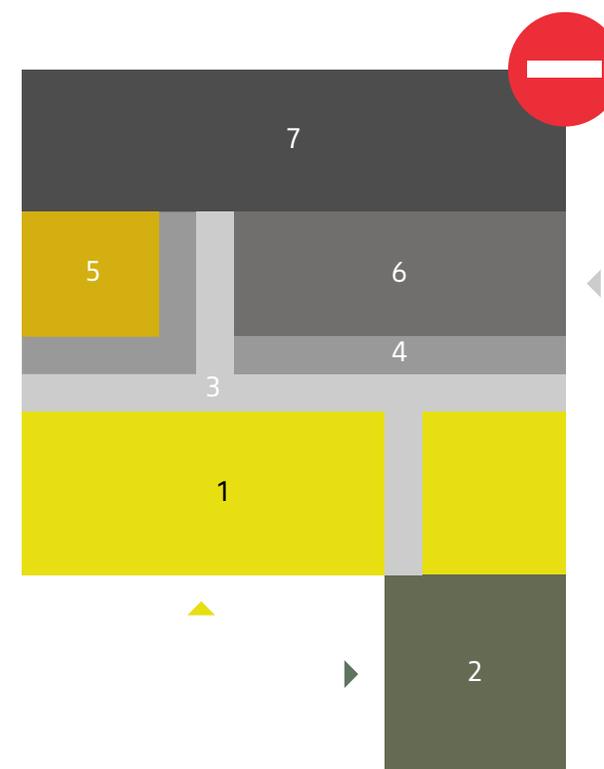
PRINCIPAUX INTERDITS

- A Absence d'allée de circulation reliant chacun des showrooms aux espaces communs.
- B L'allée de circulation ne doit jamais traverser un showroom, le coupant ainsi en 2 parties.
- C L'allée de circulation ne doit jamais séparer les showrooms Renault & Dacia.

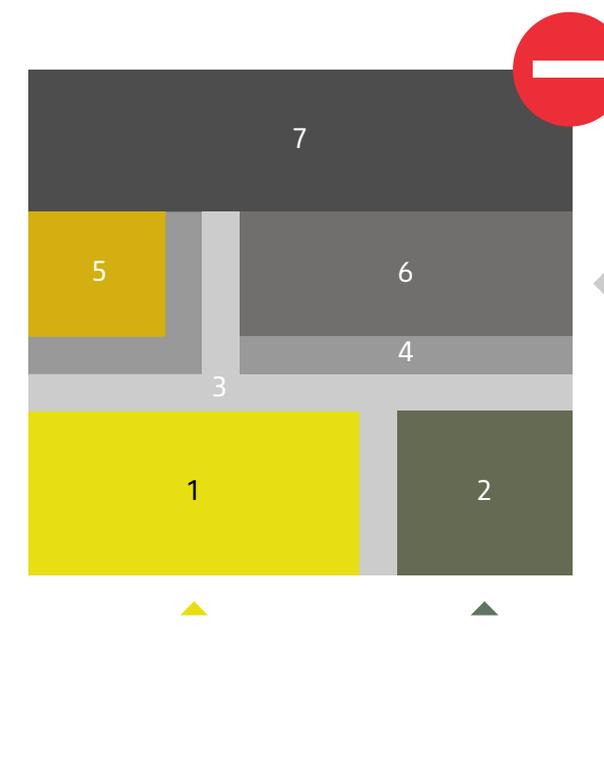
- 1 Showroom Renault.
- 2 Showroom Dacia.
- 3 L'allée de circulation.
- 4 Espaces communs.
- 5 Espace de mise en mains.
- 6 L'espace après-vente.
- 7 Atelier back-office.



A



B



C

6

L'APRÈS-VENTE

6.1

LA SIGNALÉTIQUE DE LA FAÇADE APRÈS-VENTE

6.1.1 Fondamentaux

Principes d'identification

Les ateliers sont partagés entre les marques Renault et Dacia.

Les façades après-vente des sites multimarques sont identifiées selon des modalités spécifiques à l'univers multimarque.

Dans certains cas, il peut être nécessaire d'utiliser une plaque de service murale pour augmenter la visibilité des ateliers lorsqu'ils sont implantés en façade secondaire et n'offrent pas une bonne visibilité depuis les abords.

Adaptation possible

La taille et la position des plaques des marques peuvent être adaptées selon l'espace disponible sur chaque façade.

Interdit

Il est interdit d'intégrer des identités des marques autres que Renault et Dacia sur les façades.

6.1.2 La façade-type

PRINCIPES D'IDENTIFICATION

Les baies des ateliers communs d'un site multimarque sont identifiées par des plaques reprenant les identifiants de chacune des marques.

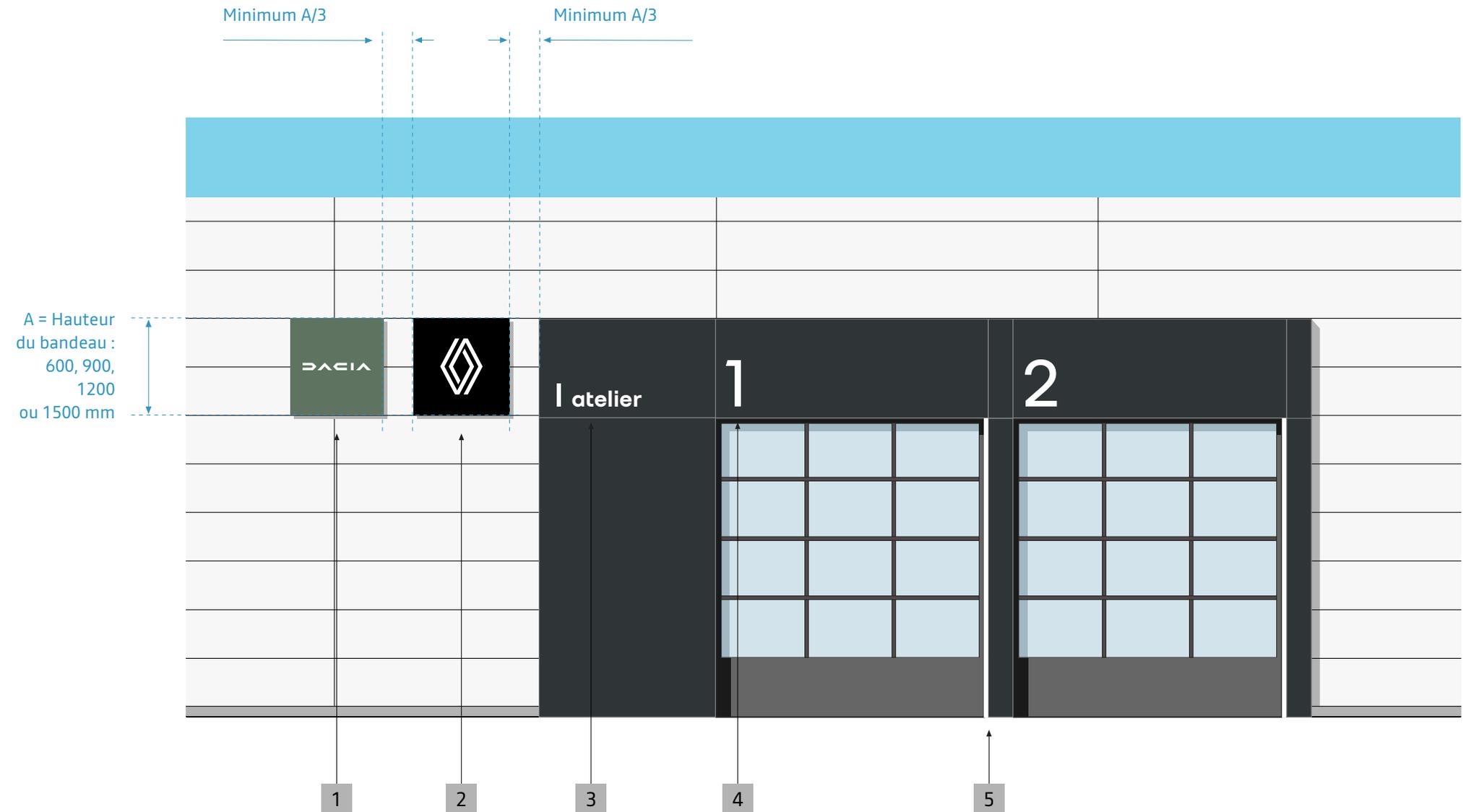
Le groupe de baies d'atelier est habillé selon les mêmes principes que pour les baies Renault à l'exception :

- des textes utilisant la typographie Renault Group Bold,
- la numérotation des baies qui reprend la typographie Renault Group Regular,
- les bandes verticales peintes en blanc RAL 9003 au lieu de jaune.

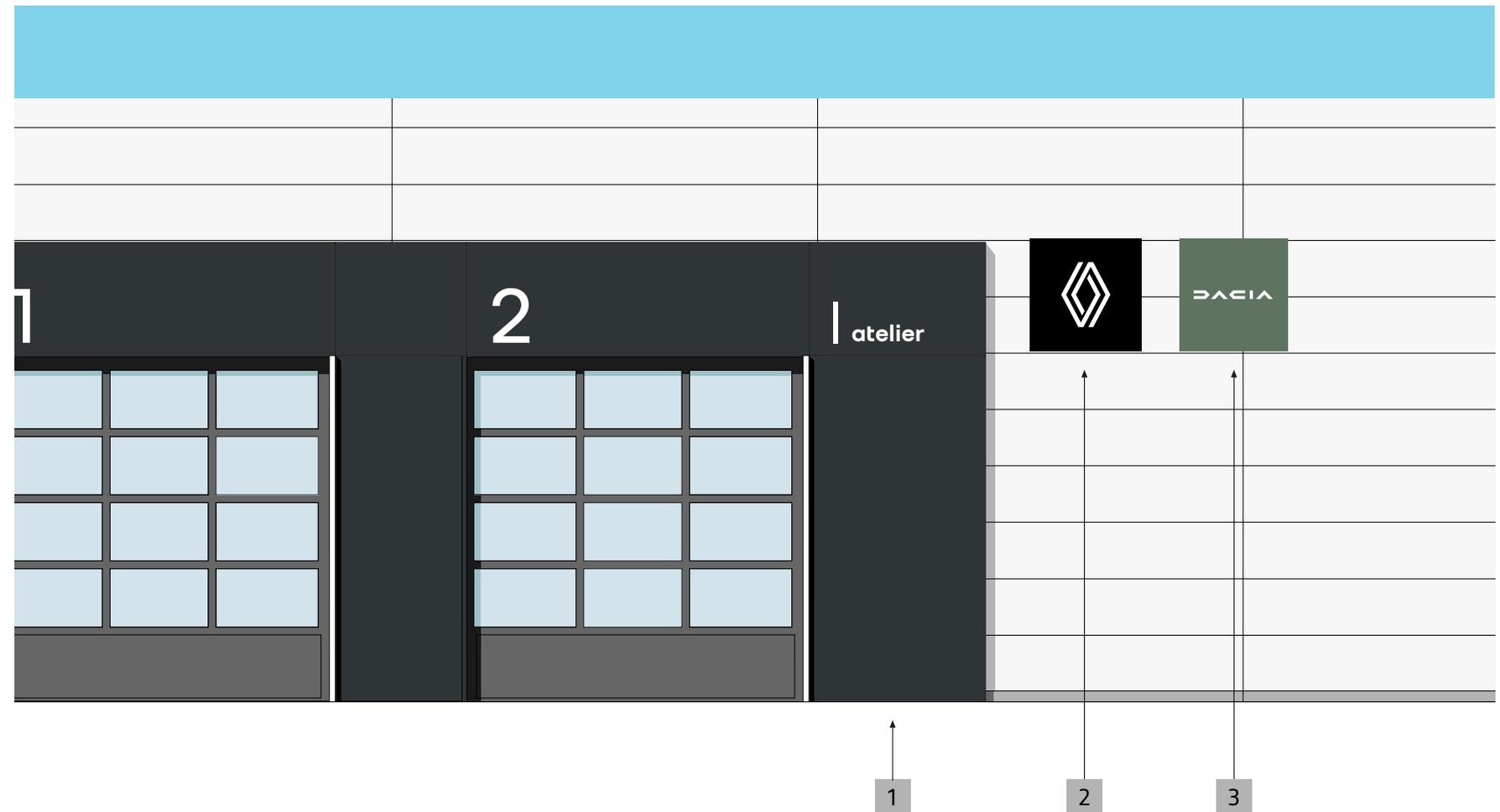
Des plaques murales des marques sont implantées à côté du panneau comportant la mention Atelier.

La plaque Renault est toujours la plus proche de la baie d'atelier.

- 1 Plaque murale Dacia.
- 2 Plaque murale Renault.
- 3 Mention "Atelier" identifiant le groupe de baies, typographie Renault Group Bold,
- 4 Numérotation des baies d'atelier, typographie Renault Group Regular,
- 5 Bande verticale, Blanc RAL 9003 avec 40 % de brillance.



6.1.3 Configuration inversée



PRINCIPES D'IDENTIFICATION

Dans cette configuration inversée par rapport à la page précédente, la plaque murale Renault est toujours installée au plus près de la baie atelier.

- 1 Baie d'atelier.
- 2 Plaque murale Renault.
- 3 Plaque murale Dacia.

6.1.4 Adaptation à la longueur de la façade

PRINCIPES D'ADAPTATION

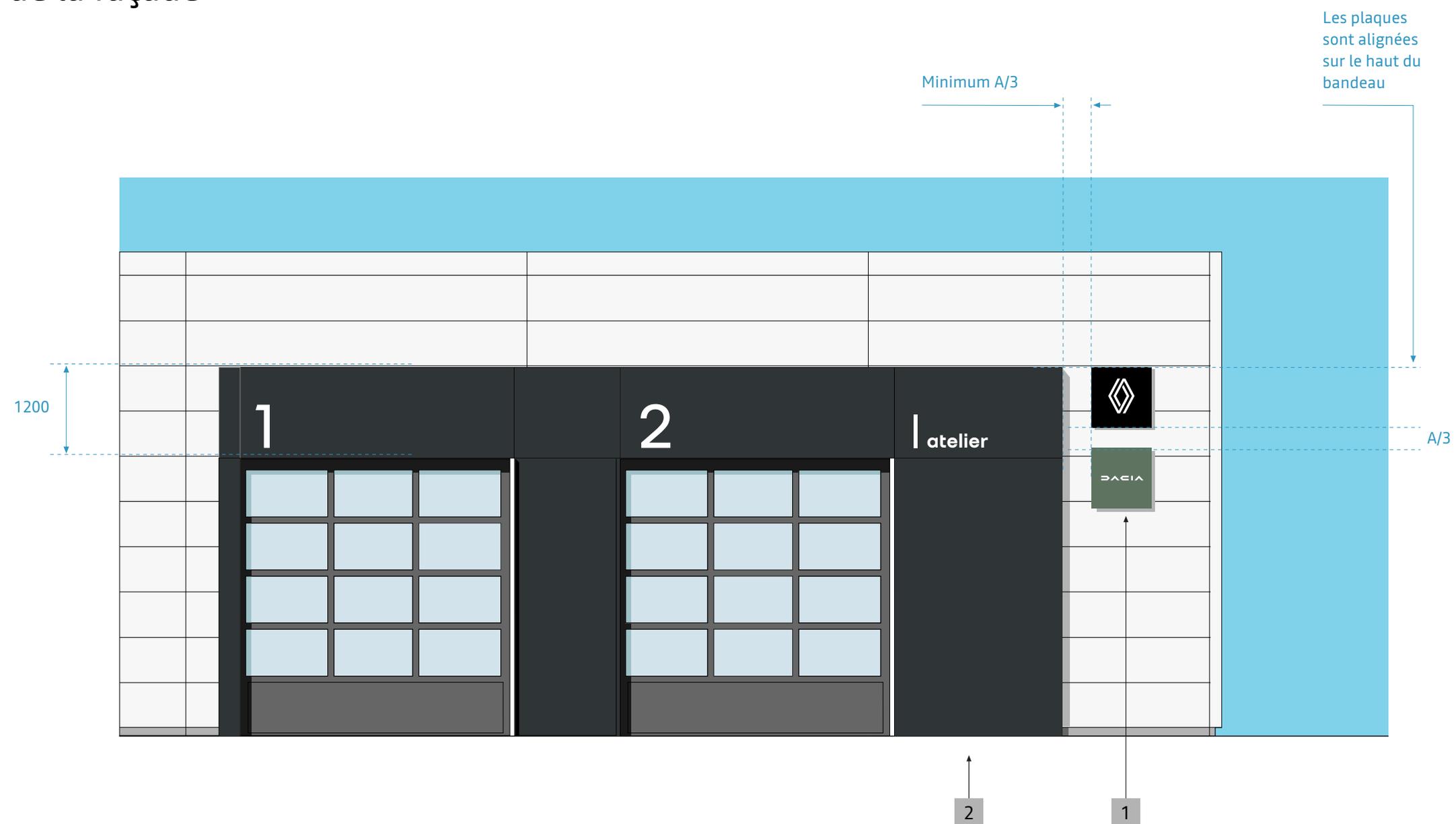
Lorsque l'espace disponible pour installer les plaques murales des 2 marques est trop réduit, il est possible d'utiliser une disposition verticale et des formats de plaque réduits.

Dans le cas contraire, les panneaux ont un format de 600 x 600 mm alors que le bandeau de la baie d'atelier fait 1200 mm de haut.

Une distance d'installation égale à « A/3 » du bandeau de la baie d'atelier doit être respectée, « A » étant la hauteur des plaques murales.

A noter que la plaque Renault est toujours positionnée en haut, alignée avec le haut du panneau de la baie d'atelier.

1 Plaques murales.



6.1.5 Faible visibilité de la façade après-vente

PRINCIPES D'IDENTIFICATION

En cas de faible visibilité de la façade après-vente depuis les accès principaux du site, il est possible de renforcer la présence de l'activité après-vente par l'implantation de plaques murales associant les identités des marques à la mention Service.

Cette implantation doit correspondre au besoin d'identification de proximité lorsque le client est invité à s'y rendre.

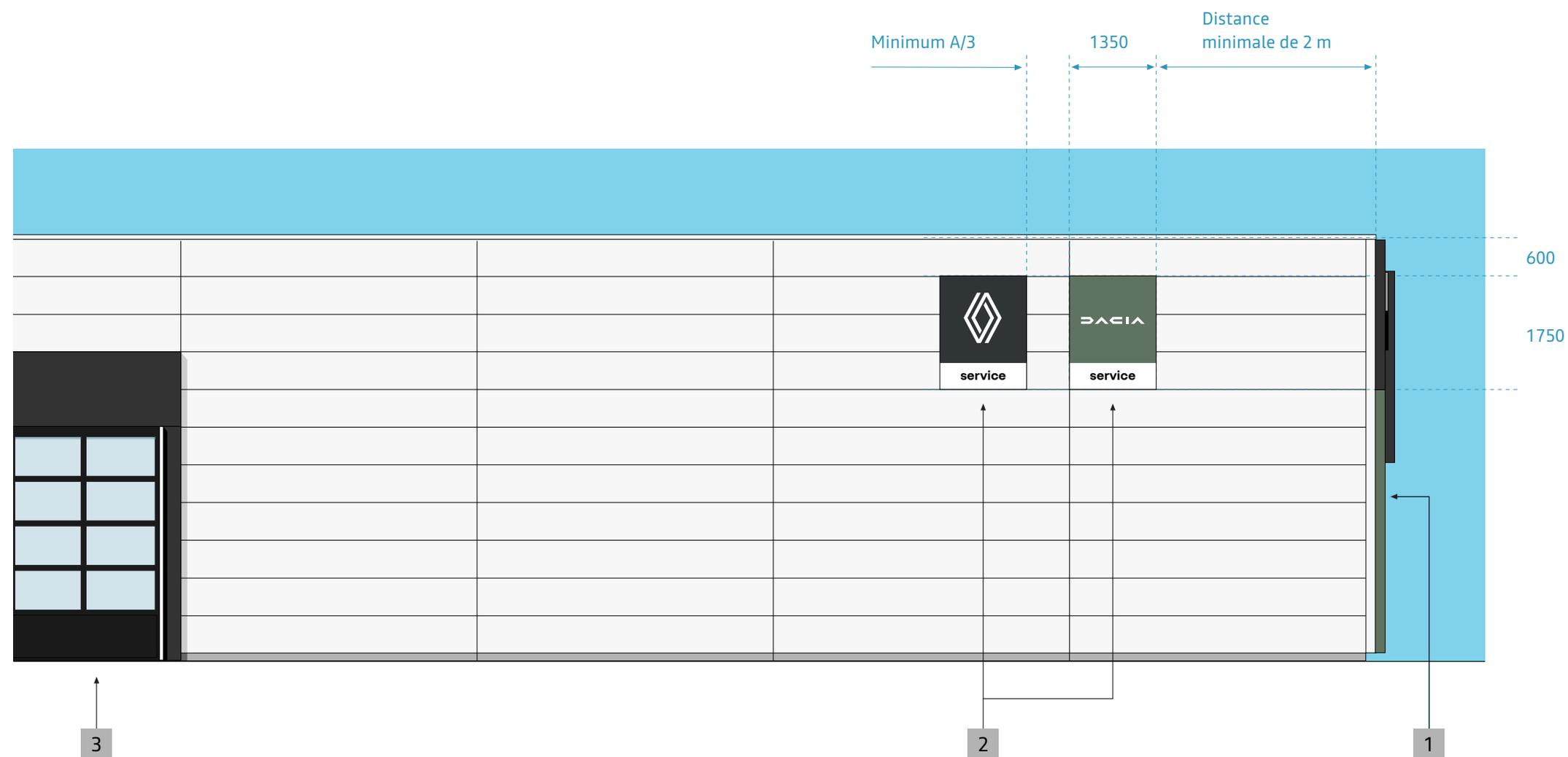
Les plaques des différentes marques sont implantées à une distance minimale de « A/3 » les unes des autres, « A » étant la hauteur des plaques.

Elles sont alignées par le haut et positionnées à une distance minimale de 600 mm du haut du fronton.

La première plaque est implantée à une distance minimale de 2 m de l'angle de façade. La plaque Renault est toujours la plus proche de la baie d'atelier.

Dimensions standards : 1350 x 1750 mm.

1. Façade principale.
2. Plaques murales des marques.
3. Baies d'atelier communes.



6.2

L'ESPACE APRÈS-VENTE

6.2.1 Fondamentaux

Principes génériques

L'espace après-vente accueille les clients après-vente toute marque avec rendez-vous à bord de leur véhicule.

Ils sont invités à garer leur véhicule sur la zone Tour du véhicule où ils sont accueillis par un conseiller service.

L'espace après-vente est relié à l'accueil service, lieu dans lequel est émis le bon de réparation et se fait la facturation des travaux réalisés.

Le lounge d'attente est implanté à côté de l'accueil service.

Les postes care service minute intégrés dans l'espace après-vente répondent aux interventions rapides courantes.

Adaptation possible

La surface de cet espace après-vente (et le nombre de places) est adaptée au nombre d'entrées ateliers par jour de chaque site.

Interdit

Les clients Alpine sont toujours accueillis dans le showroom de la marque et n'ont pas à se présenter dans l'espace après-vente.

6.2.2 Implantation générale

PRINCIPES D'IMPLANTATION

L'espace après-vente fait partie du front-office.

Près de 80% des interventions sont réalisées en moins d'1 heure sur rendez-vous grâce à la mobilisation de 2 compagnons autour du véhicule.

- 1 Les showrooms sont ouverts sur l'accueil service.
- 2 L'allée de circulation assure la liaison entre les 2 espaces et la séparation entre les services communs et les showrooms.
- 3 L'accueil service est implanté à proximité de l'espace après-vente dont il est séparé par une paroi vitrée.
- 4 Le lounge d'attente est attenant à l'accueil service. Il en est séparé par une cloison vitrée.
- 5 L'espace après-vente dispose d'une porte d'entrée relevable permettant aux clients d'y accéder à bord de leur véhicule.
- 6 Une porte relevable relie l'espace après-vente à l'atelier back-office.
- 7 le parking de restitution est implanté à proximité de l'espace après-vente.
- 8 Une offre de mobilité est présente à proximité de l'espace après-vente. Elle permet aux clients de disposer d'un véhicule de remplacement dans le cadre d'opérations après-vente immobilisant le véhicule.

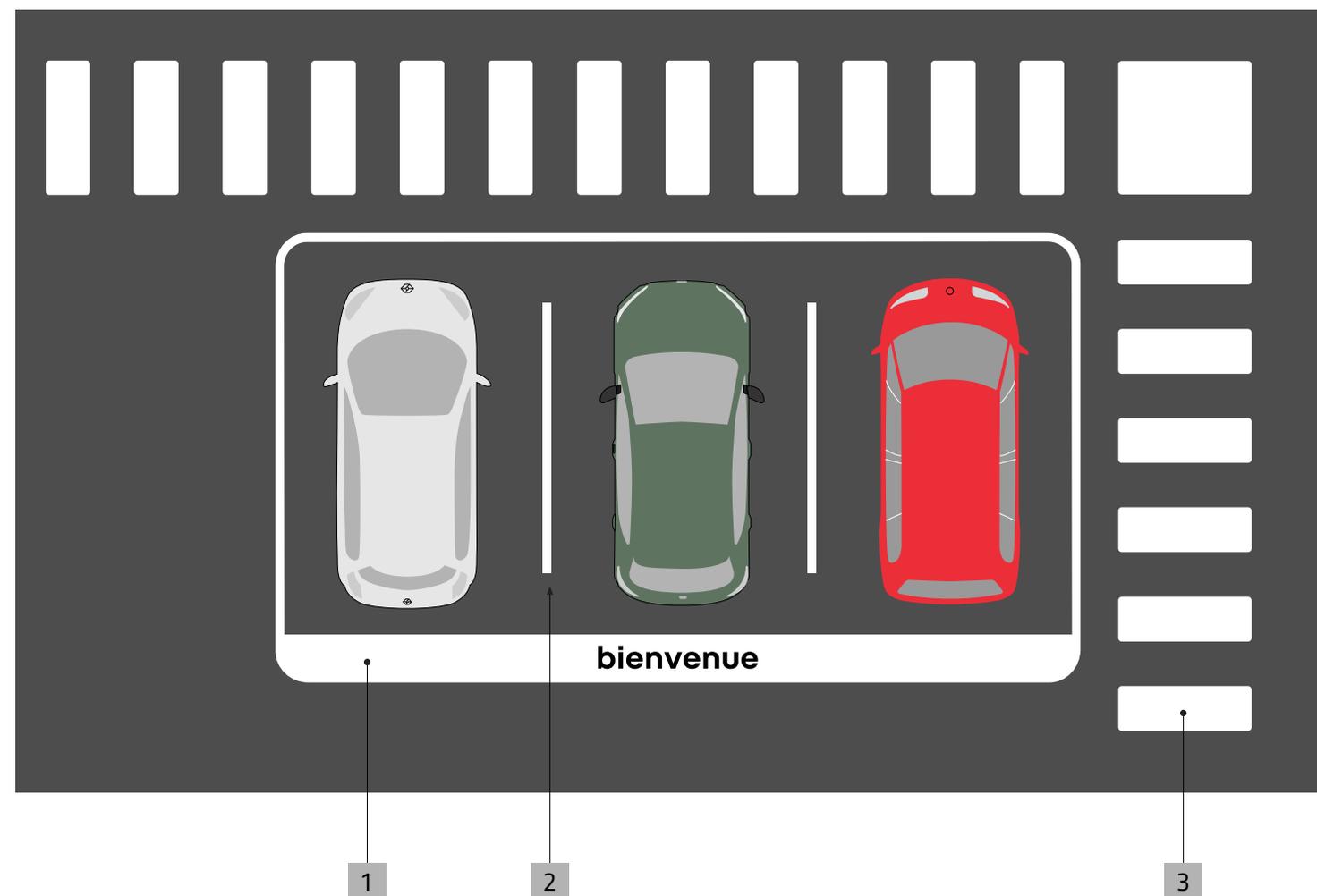


6.2.3 La zone tour de véhicule en bataille

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Dans le cadre des opérations d'entretien et de réparation, tous les clients après-vente (toute marque) avec rendez-vous se présentent à bord de leur véhicule dans l'espace après-vente pour se garer sur la zone tour de véhicule.

- 1 La zone tour de véhicule est identifiée par un marquage au sol comportant la mention Bienvenue.
- 2 Les différentes places sont matérialisées au sol par un marquage blanc.
- 3 Des passages protégés assurent la sécurité des clients et du personnel Renault. Ils relient cette zone à l'accueil service.

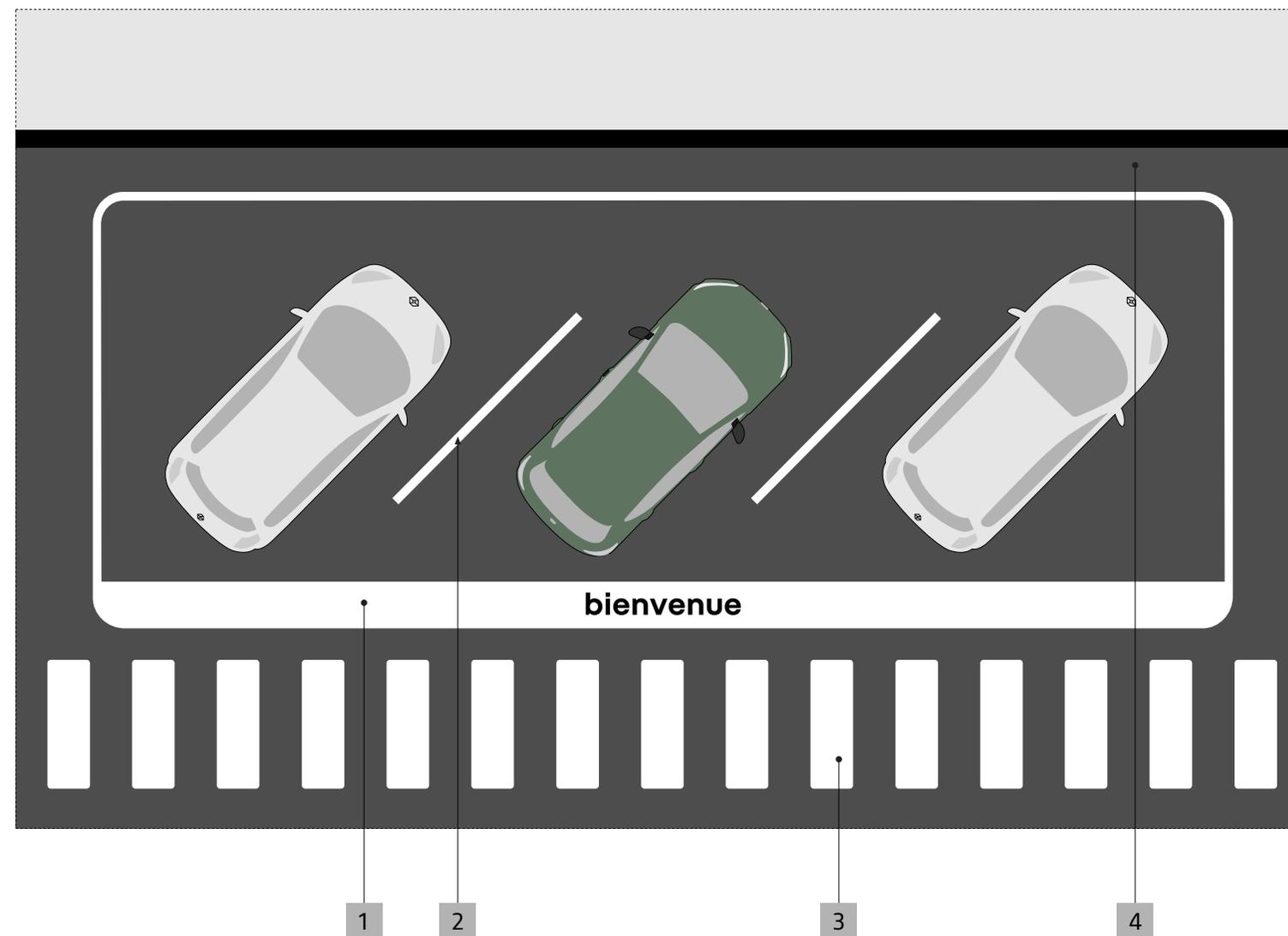


6.2.4 La zone tour de véhicule en épi

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Lorsque la zone Tour de véhicule est disposée contre un mur, les véhicules sont garés en épi à 45° afin d'en faciliter les manœuvres.

- 1 Le principe de marquage de la zone est identique à celui des véhicules garés en bataille.
- 2 Les lignes de séparation des places sont inclinées à 45°.
- 3 Le passage protégé est déporté de 200 mm du marquage de la zone Tour de véhicule.
- 4 La zone Tour de véhicule est déportée de 400 mm du mur du showroom.



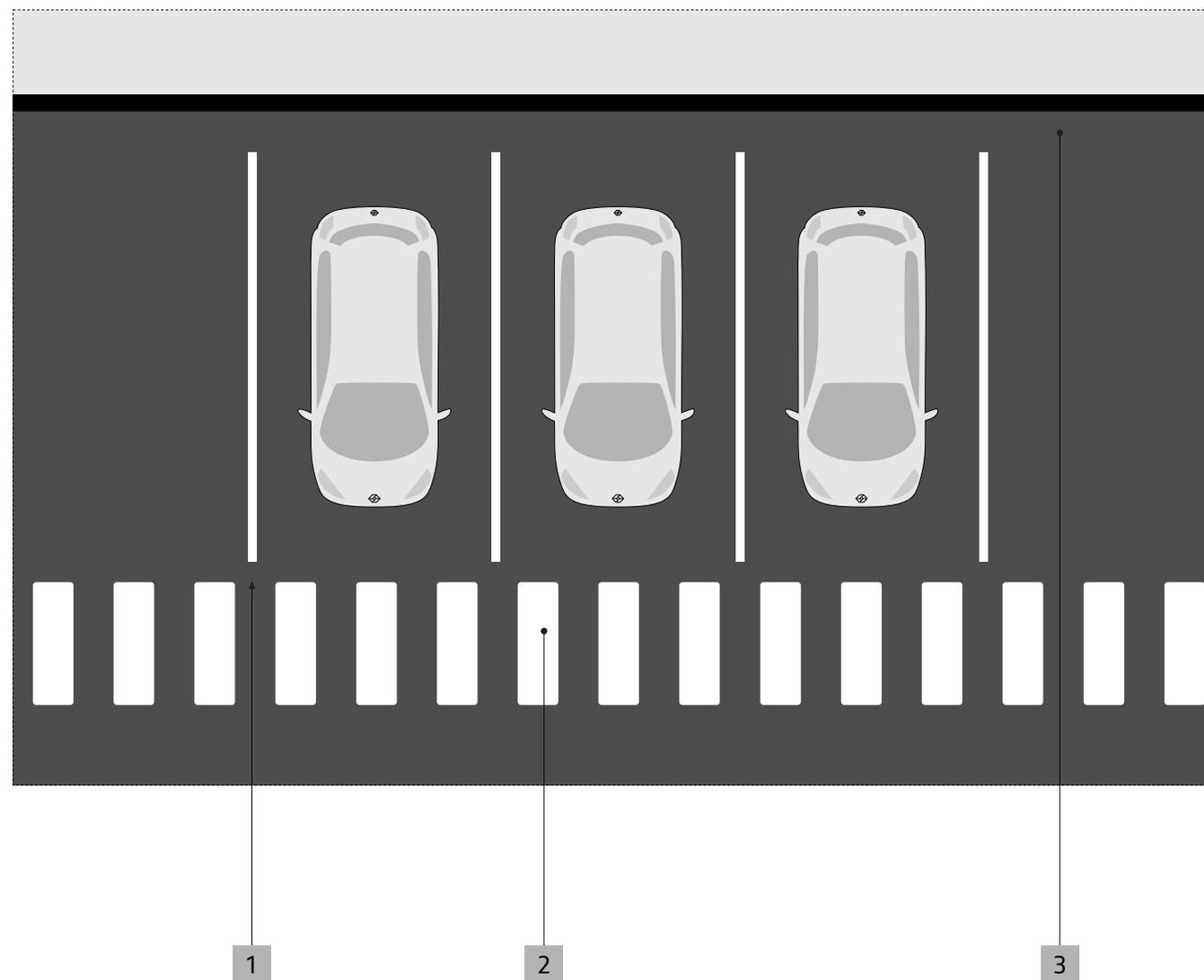
6.2.5 Le parking d'attente

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Après signature de l'ordre de réparation à l'accueil service, le conseiller Service déplace le véhicule vers l'atelier ou à proximité des poste care service minute en fonction du type d'intervention à réaliser.

Les places de parking bénéficient d'un marquage simple visant à manifester l'organisation de l'espace après-vente.

- 1 Les places de parking sont matérialisées par des bandes blanches. La surface réservée par véhicule est de 3000 x 5000 mm.
- 2 Lorsque le passage protégé est disposé devant les places de parking, il est implanté à 200 mm des marquages de places de parking.
- 3 lorsqu'il est implanté contre un mur, le parking de restitution est déporté de 400 mm du mur du showroom.



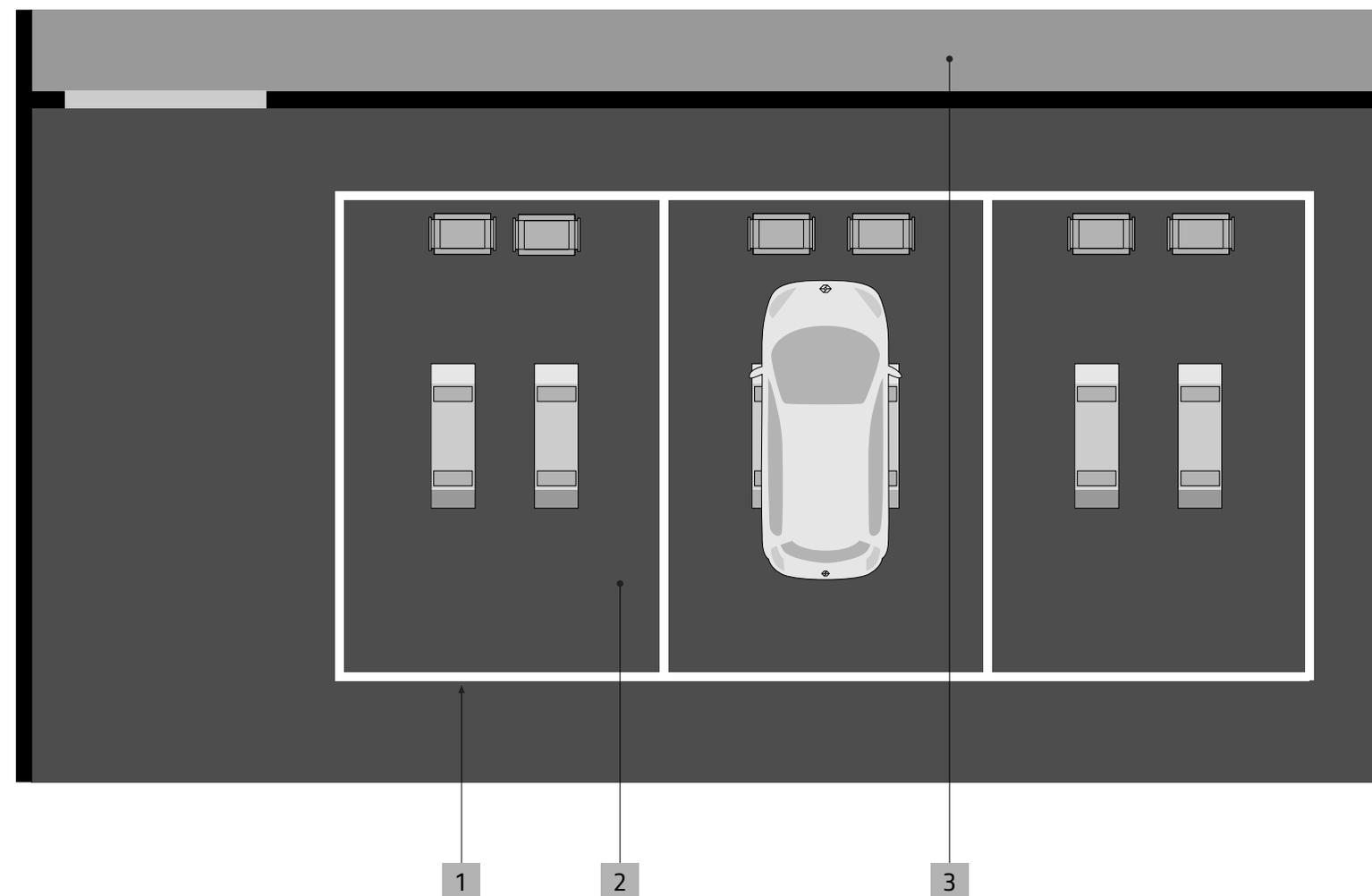
6.2.6 Les postes care service minute

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Les postes care service minute permettent une intervention rapide sur les véhicules au sein de l'espace après-vente.

Éventuellement, l'un des postes peut être utilisé par un cotech pour réaliser un diagnostic suite au Tour de véhicule.

- 1 Les limites des postes de travail sont matérialisées par des bandes blanches.
- 2 La surface réservée par poste est de 4 x 6 m permettant de tourner aisément autour de chaque véhicule.
- 3 Un espace complémentaire de largeur mini 2,5 m est implanté en arrière des postes mettant à disposition des opérateurs, différents outillages telles que les machines à pneus, les équilibreuses,... ainsi que les pièces de rechange les plus courantes.

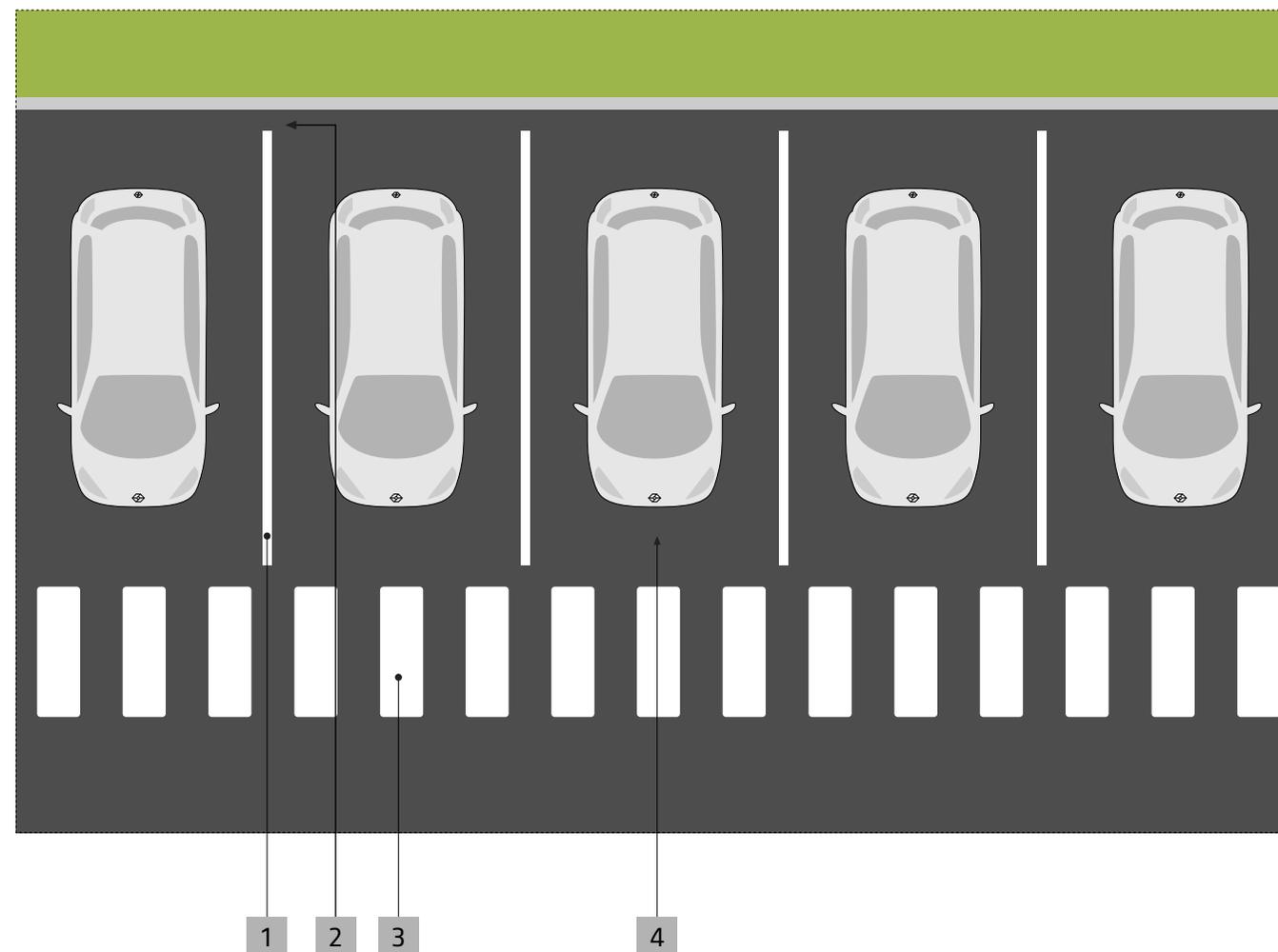


6.2.7 Le parking de restitution

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

L'intervention après-vente terminée, les véhicules sont garés sur le parking de restitution implanté devant la façade après-vente, à proximité de l'accueil service.

- 1 Les bandes au sol sont disposées à 200 mm des bordures des terre-pleins.
- 2 Les places de parking sont matérialisées par des bandes blanches. La surface réservée par véhicule est de 3000 x 5000 mm.
- 3 Le passage protégé est disposé devant les places de parking, il est implanté à 200 mm des marquages de places de parking.
- 4 Les véhicules sont garés avec l'avant orienté vers la sortie du parking.



7

LES SERVICES CLIENTS 24/7

7.1

LA ZONE CARE SERVICE 24/7

7.1.1 Fondamentaux

Règle générique

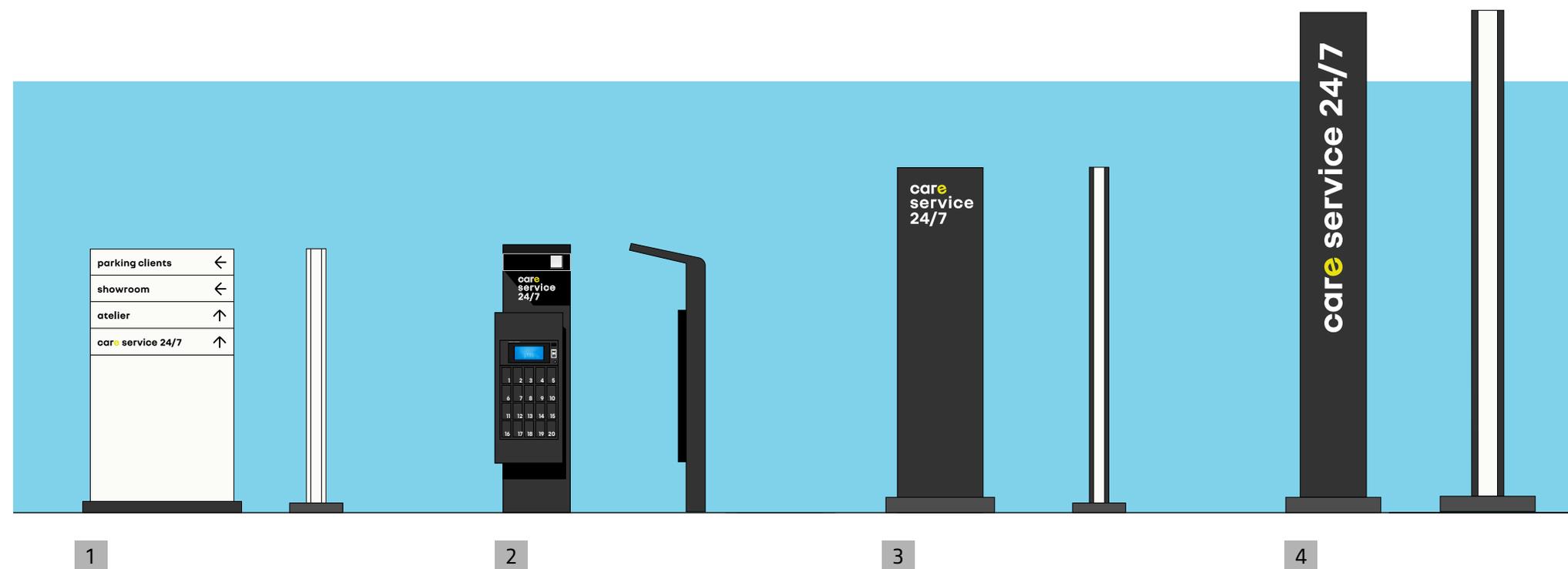
L'implantation de la zone care service 24/7 répond à une évolution des besoins des clients qui souhaitent disposer d'un service hors horaires d'ouverture des sites, leur permettant de déposer et de reprendre leur véhicule dans le cadre des opérations après-vente.

La zone care service 24/7 est implantée à proximité de l'accueil service auquel elle est reliée par un passage protégé.

Adaptation possible

Le dimensionnement de la zone care service 24/7 sera adaptée à l'évolution du parc de véhicules électrifiés, du type de travaux à réaliser sur le site et de la localisation du site par rapport aux clients potentiels.

7.1.2 Les éléments signalétiques



PRINCIPES D'IDENTIFICATION

L'identification de la zone care service 24/7 repose sur l'utilisation de supports signalétiques lui permettant de s'intégrer harmonieusement aux abords des sites multimarques tout en lui offrant une haute visibilité.

- 1 Panneau directionnel.
- 2 Boîte à clés (une version murale est également disponible).
- 3 Panneau d'identification.
- 4 Mât d'aire.

7.1.3 Implantation générale

PRINCIPES D'IMPLANTATION

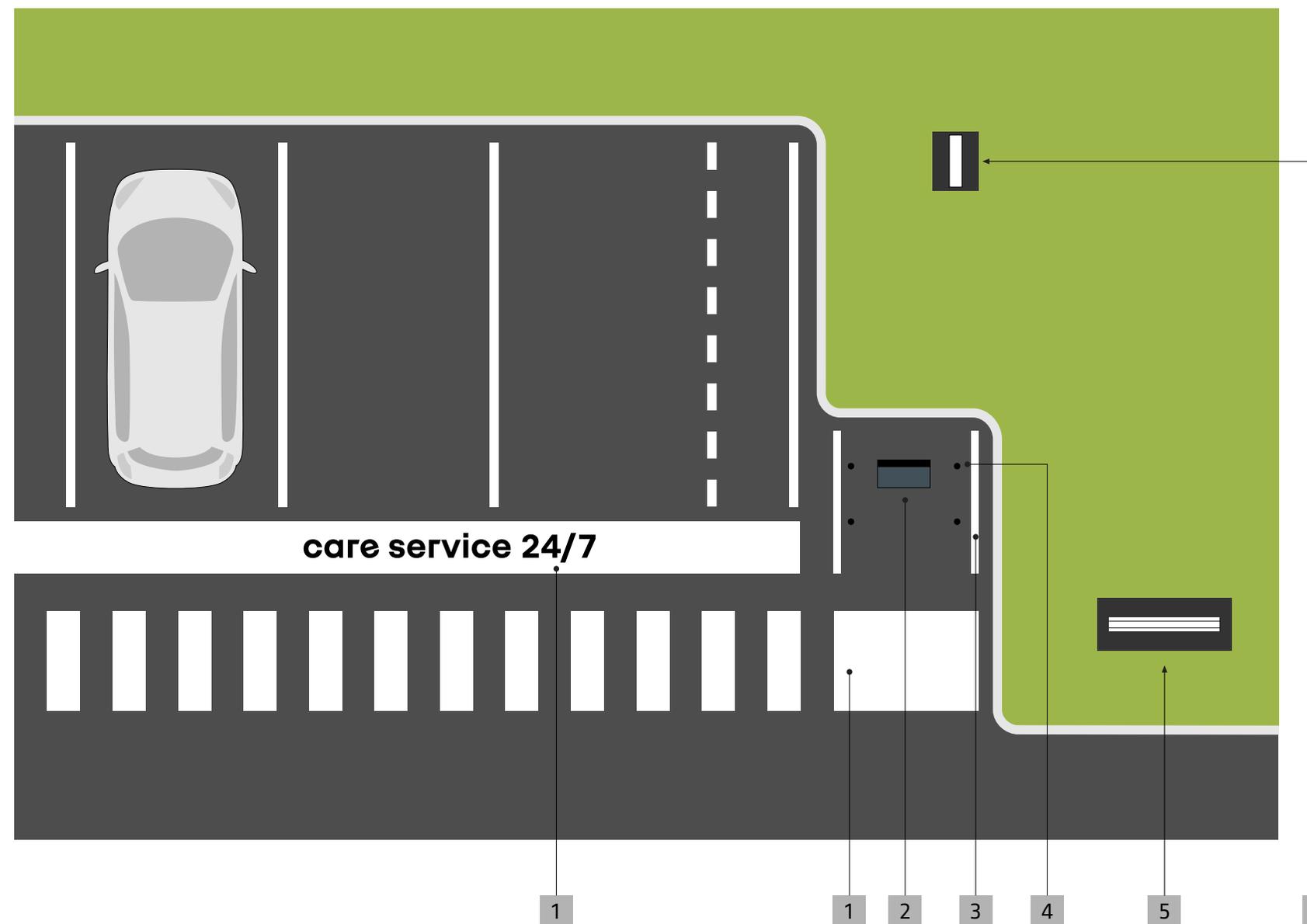
La zone care service 24/7 se présente sous la forme d'une zone de parking accessible hors des heures d'ouverture du site permettant la dépose et la reprise des véhicules par les clients.

Le fonctionnement de la zone s'articule autour d'un boîtier à clé qui assure le transfert des clés et des documents administratifs liés à l'intervention.

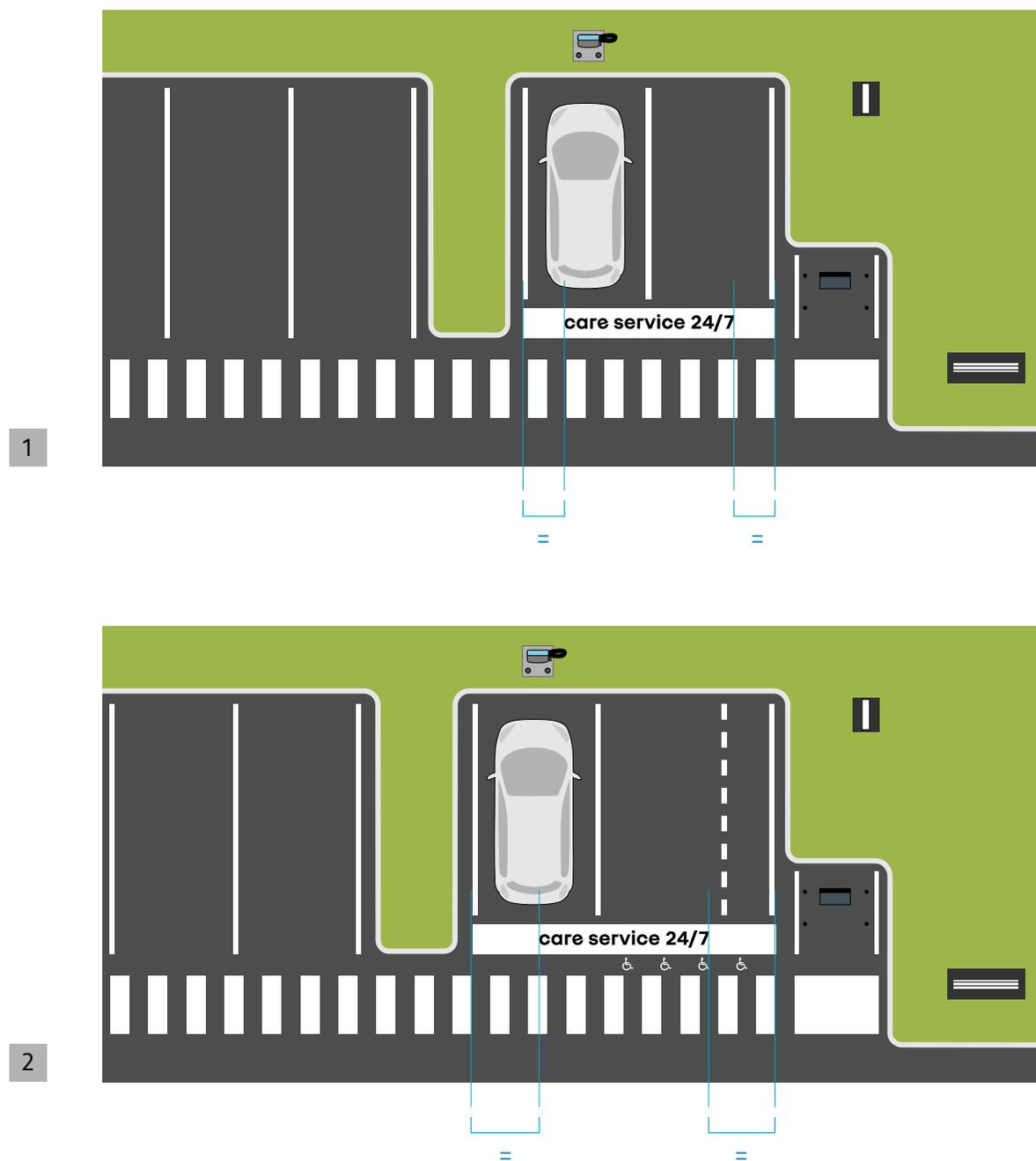
Cette boîte à clés est implantée dans une zone permettant une bonne accessibilité aux clients y compris par les PMR en toute sécurité.

Lorsqu'une place PMR est présente dans la zone care service 24/7, elle est positionnée au plus près de la boîte à clés.

- 1 Passage protégé.
- 2 Boîte à clés.
- 3 Bandes blanches de délimitation.
- 4 Potelets de protection.
- 5 Panneau directionnel.
- 6 Mât d'aire.
- 7 Bande d'identification de la zone au sol.



7.1.4 Configuration de base à 2 places de parking

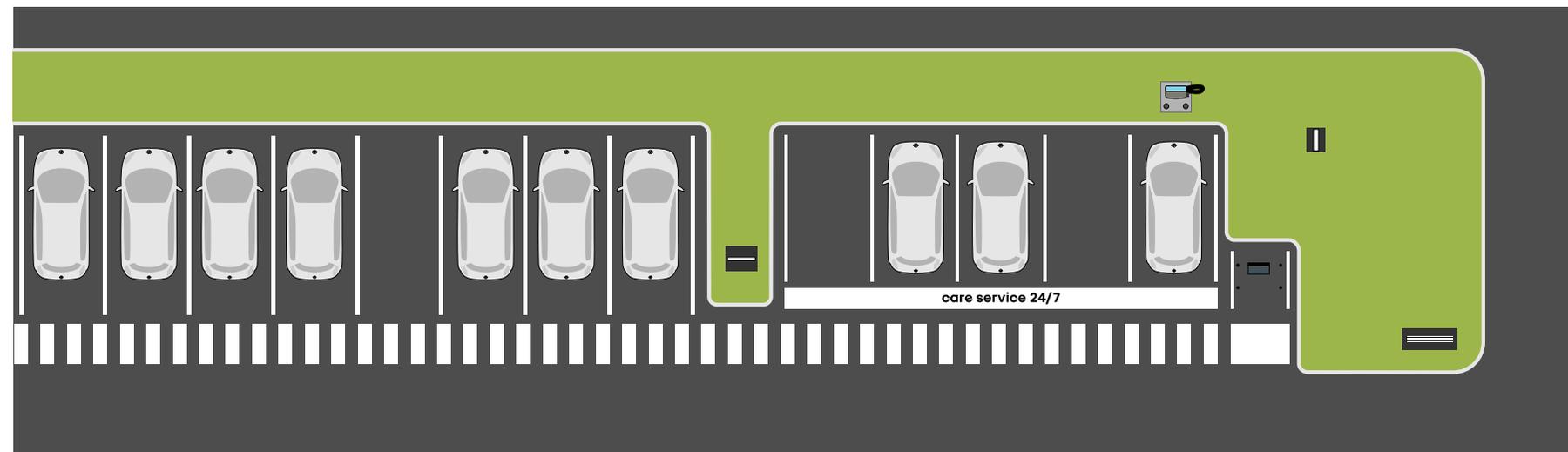


PRINCIPE GÉNÉRIQUE

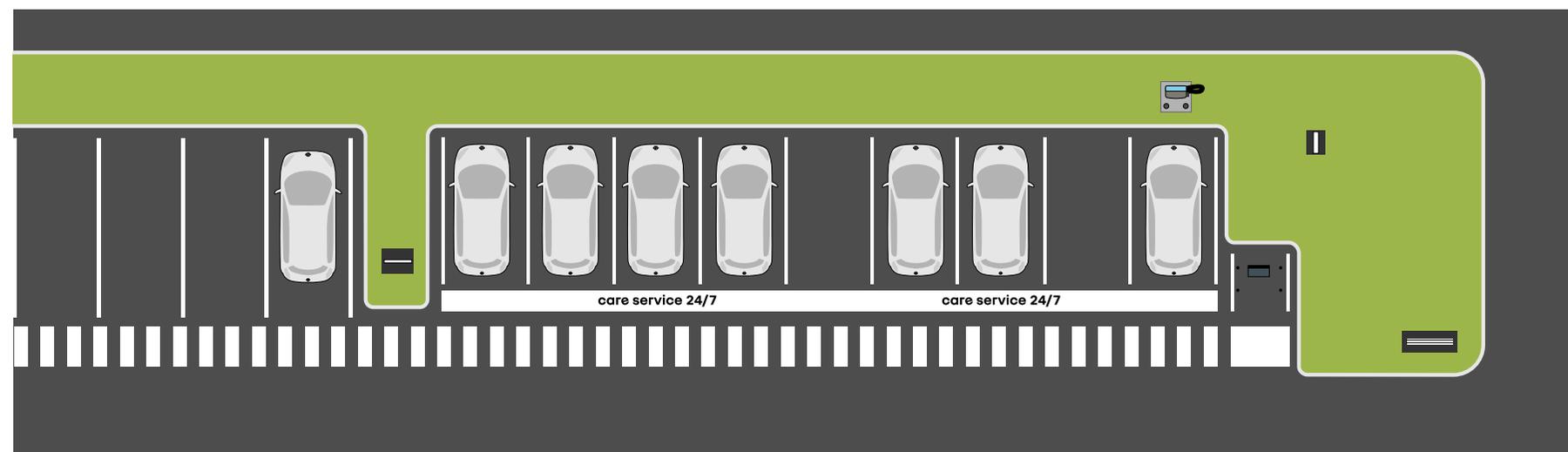
La zone care service 24/7 comporte à minima 2 places.

- 1 Configuration à 2 places
- 2 Configuration à 2 places dont 1 place PMR.

7.1.5 Modularité de la zone



1



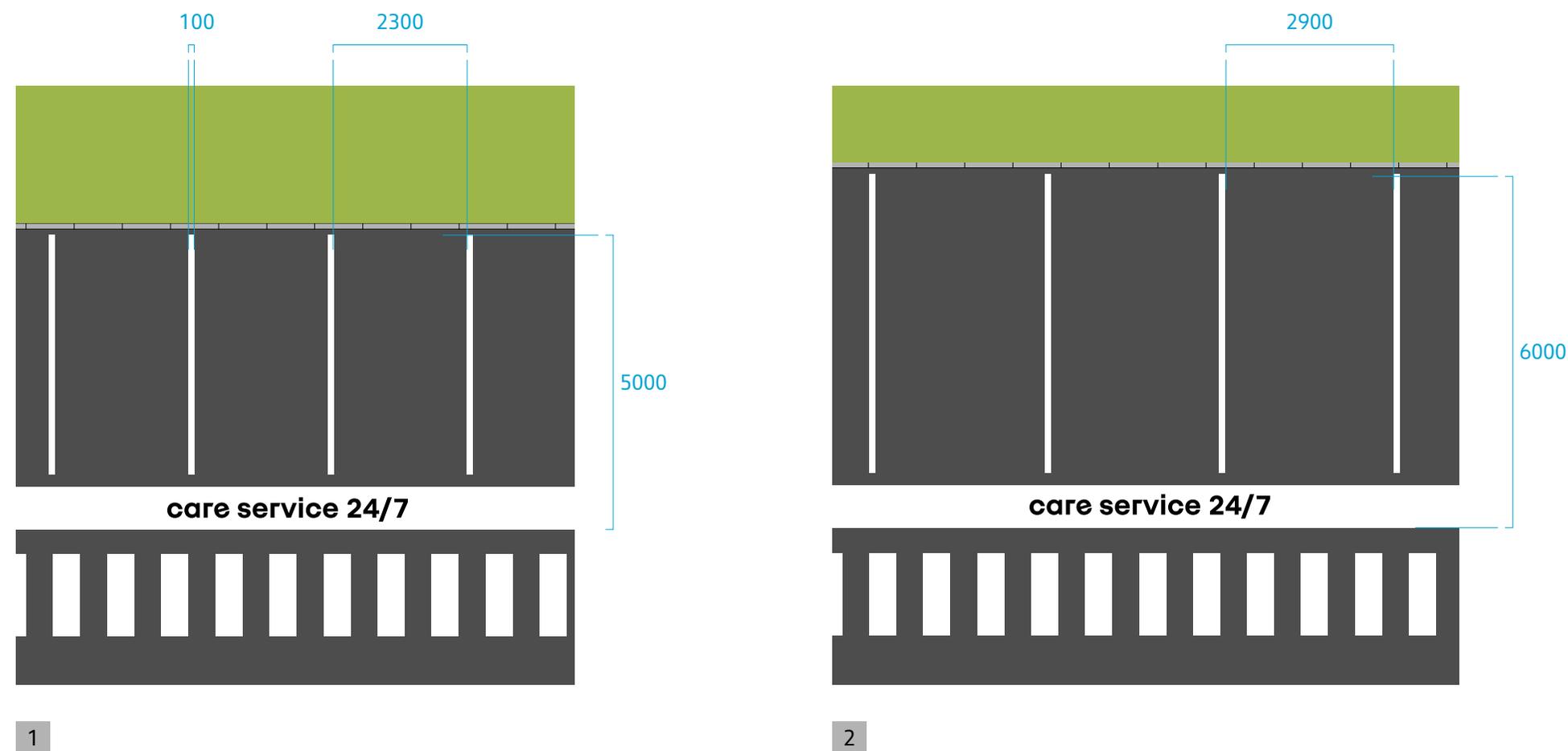
2

PRINCIPE D'EXTENSION

L'extension d'une zone care service 24/7 se fait par l'addition de places de parking complétant la configuration de base à 2 places.

1. Zone de parking de moins de 9 places
2. Parking de 9 places et plus

7.1.6 Les places de parking



PRINCIPE D'ADAPTATION

Les places destinées aux véhicules utilitaires sont obligatoires dans le cadre des sites proposant une activité Renault Pro+.

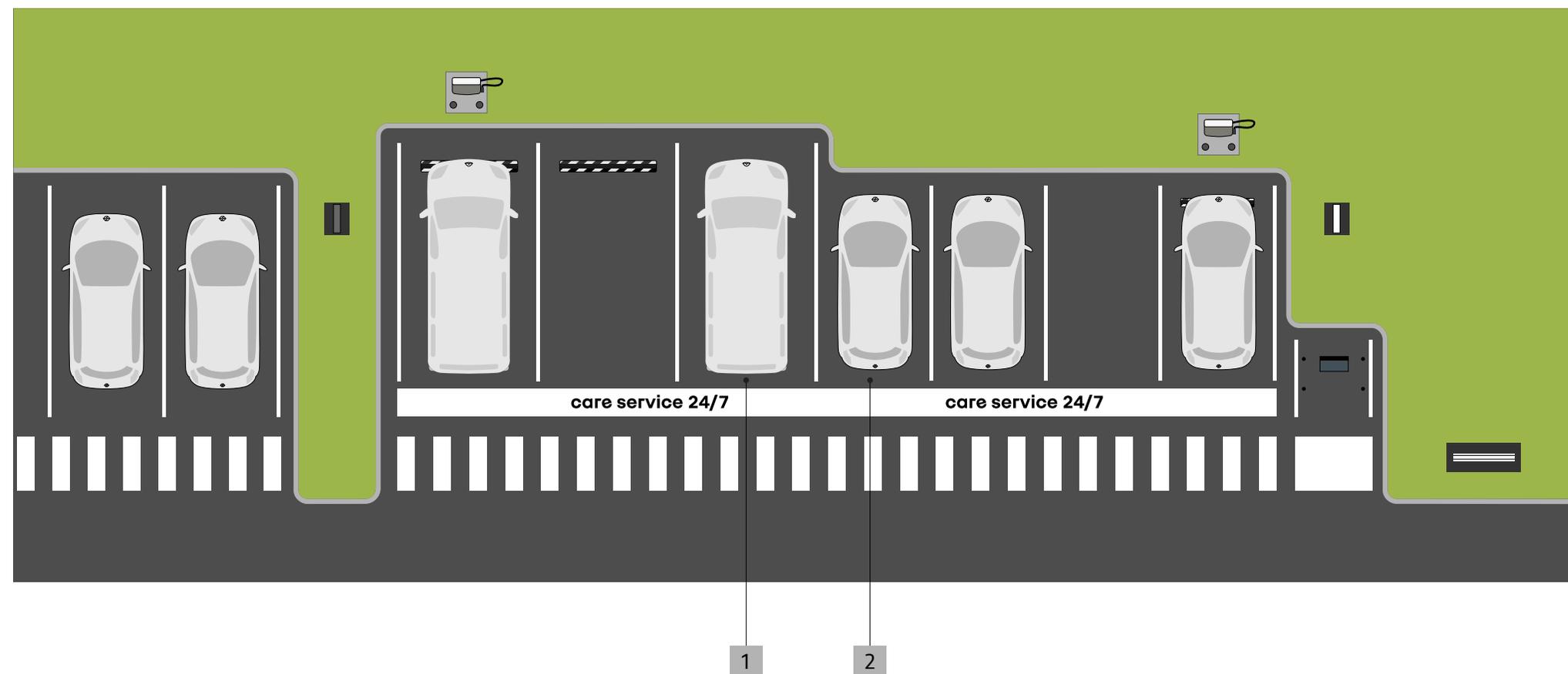
Les places de parking dédiées aux VU utilisent les mêmes règles d'identification que les places standards.

Leurs dimensions sont agrandies afin d'accueillir des véhicules plus volumineux.

1 Places standards au format de 2300 x 5000 mm.

2 Places VU au format de 2900 x 6000 mm.

7.1.7 Principe de juxtaposition



PRINCIPE D'IMPLANTATION

Les places destinées aux véhicules utilitaires sont regroupées et implantées de préférence à l'opposé de la boîte à clé.

Les places de parking dédiées aux VU sont juxtaposées aux places de dimensions standards.

1 Place VU au format de 2900 x 6000 mm.

2 Place standard au format de 2300 x 5000 mm.

7.1.8 Tableau de dimensionnement

* entrées clients atelier par jour hors carrosserie	jusqu'à 10 entrées *	de 10 à 20 entrées *	de 20 à 30 entrées *	commentaires
Places de parking standards	2	4	6	Les véhicules de remplacement sont gérés par Mobilize Share.
Place de parking PMR	1	1	1	Place PMR obligatoire lorsque les places PMR du parking clients ne sont pas accessibles 24/7 ou situées à plus de 200 m de la zone care service 24/7
Places de parking Véhicules Utilitaires	1	1	1	Les places de parking sont surdimensionnées pour accueillir les VU : 2900 x 6000 mm au lieu de 2300 x 5000 mm
Marquages au sol		1	1	Les marquages au sol des places se font au pochoir pour les lettrages et pictogrammes et en utilisant une machine pour les bandes rectilignes.
Panneau d'identification		1	1	Choix entre ces 2 éléments selon conditions d'implantation et réglementation.
Mât d'aire		1	1	
Boîte à clés		1	1	Pour le réseau FR, cet élément a été sélectionné chez le fournisseur ACSES. Il est commun à toutes les configurations. Une version murale peut être nécessaire.
Borne de recharge	1	1	1	Borne de recharge optionnelle destinée à la recharge des véhicules électriques lors de la restitution suite à opérations après-vente (recharge non monétisée).

obligatoire
 facultatif

PRINCIPE D'IMPLANTATION

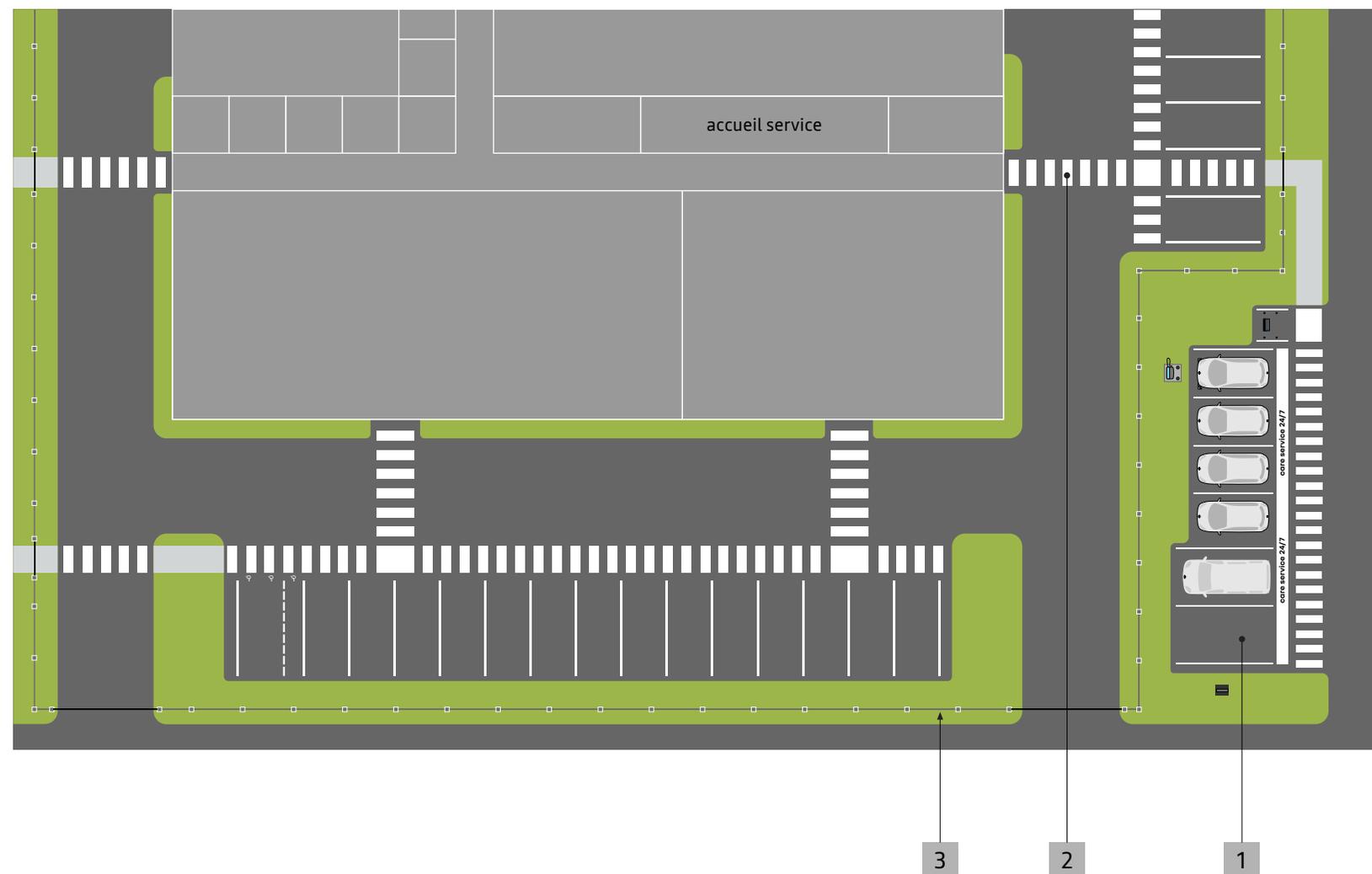
La capacité de la zone care service 24/7 et les configurations sont adaptées selon le nombre d'entrées atelier / jour de chacun des sites.

7.1.9 Intégration au plan général

PRINCIPES D'IMPLANTATION

En raison de sa fonction, la zone care service est liée aux principaux espaces après-vente : accueil care service, parking de restitution, espace après-vente.

- 1 La zone care service 24/7 est implantée hors du périmètre protégé du site afin de permettre un accès à toute heure de la journée.
- 2 L'allée de circulation et son prolongement par un passage protégé assurent la liaison entre l'accueil service et la zone care service 24/7.
- 3 Périmètre protégé du site.



7.2

LA ZONE MOBILIZE LOCATION

7.2.1 Fondamentaux

Règle générique

L'implantation de la zone Mobilize location répond aux besoins des clients de disposer d'un véhicule de remplacement en cas d'immobilisation de leur véhicule dans le cadre d'opérations après-vente.

Les clients Mobilize Share, via l'application dédiée à la location de véhicules, peuvent également accéder directement à un véhicule via leur smartphone.

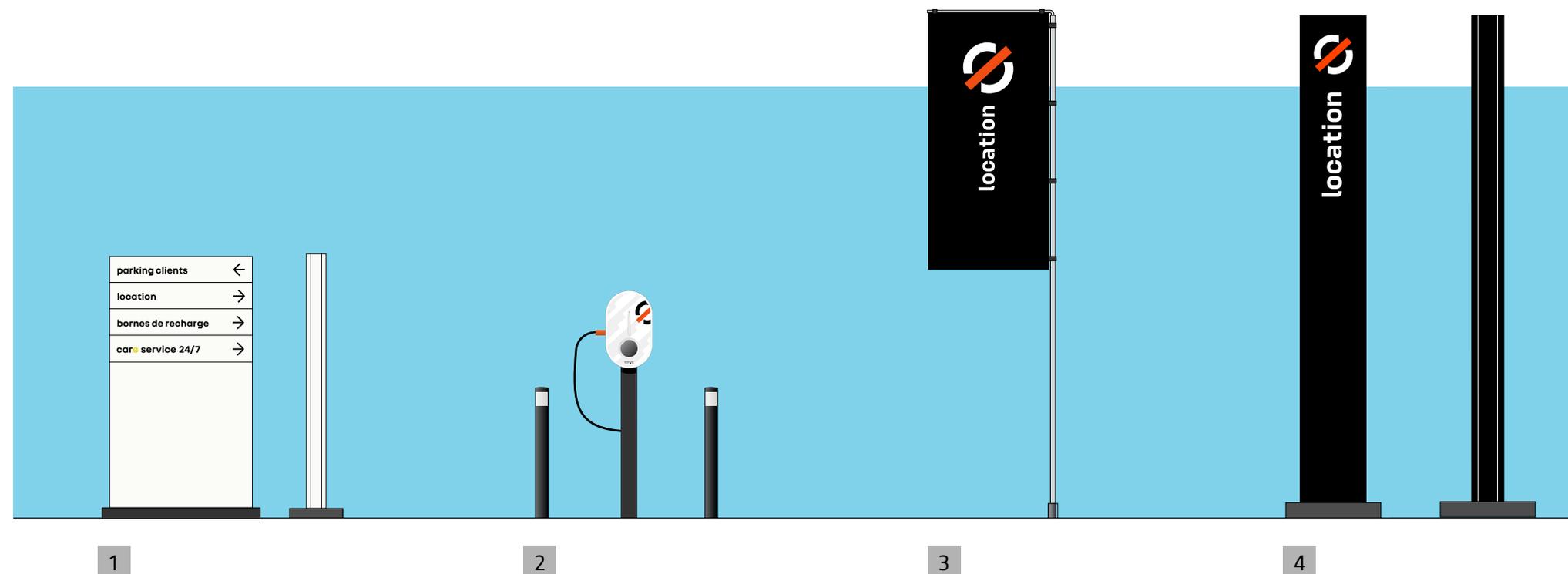
Pour un gain d'efficacité, il est préconisé de créer une zone commune regroupant les services Mobilize location et care service 24/7.

Adaptation possible

Cette zone doit être accessible à toute heure de la journée.

Selon la localisation du site par rapport aux clients potentiels, des bornes de recharge doivent être intégrées dans cette zone afin de permettre la charge des véhicules en location de manière autonome.

7.2.2 Les éléments signalétiques

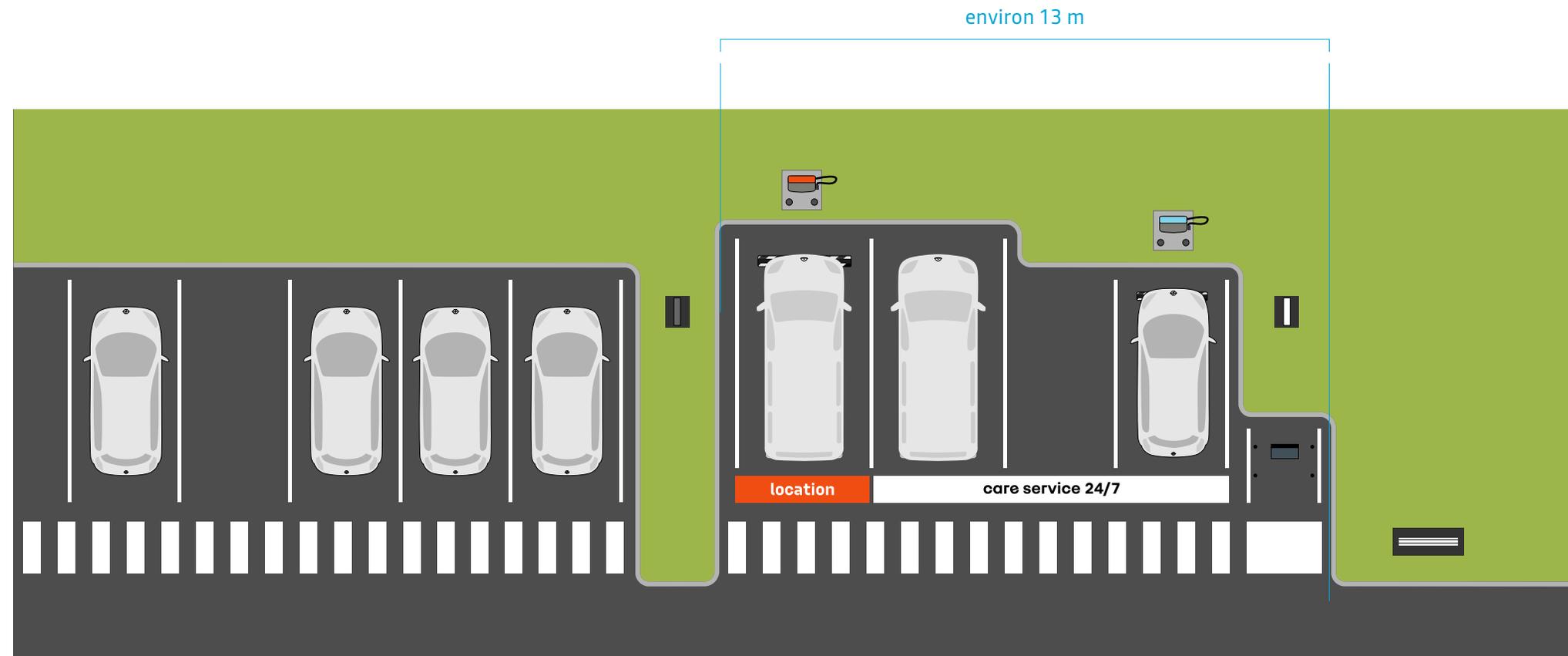


PRINCIPES D'IDENTIFICATION

L'identification de la Mobilize location repose sur l'utilisation de supports signalétiques lui permettant de s'intégrer harmonieusement aux abords des sites multimarques tout en lui offrant une haute visibilité.

- 1 Panneau directionnel.
- 2 Borne de recharge.
- 3 Oriflamme d'identification (option).
- 4 Mât d'aire.

7.2.3 Exemple de configuration jusqu'à 10 entrées atelier par jour



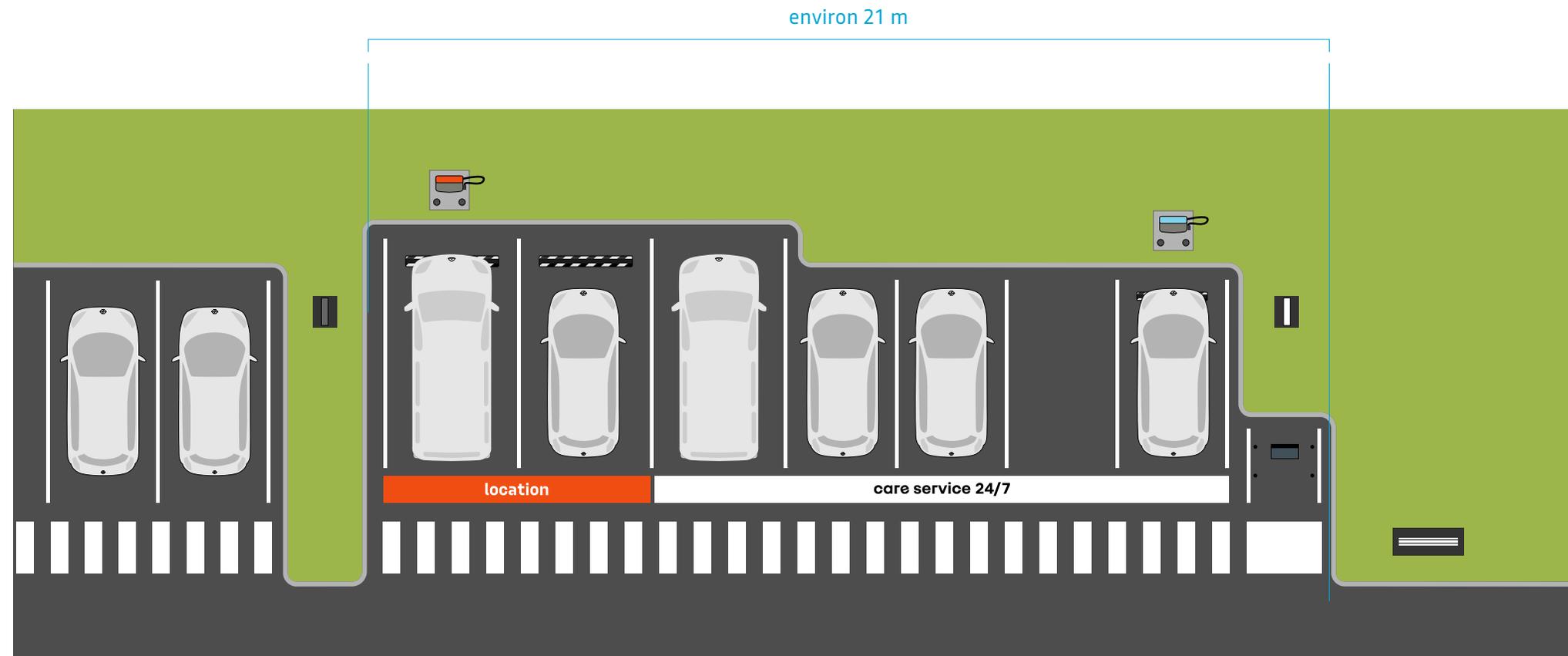
DESCRIPTION

Dans cette configuration, les zones care service 24/7 & Mobilize location occupent une superficie de l'ordre de 104 m² (hors circulation).

Cette configuration n'intègre pas de place PMR car celle-ci est accessible dans le parking clients du site.

Les 2 zones sont juxtaposées afin de réduire la surface occupée.

7.2.4 Exemple de configuration de 10 à 20 entrées atelier par jour



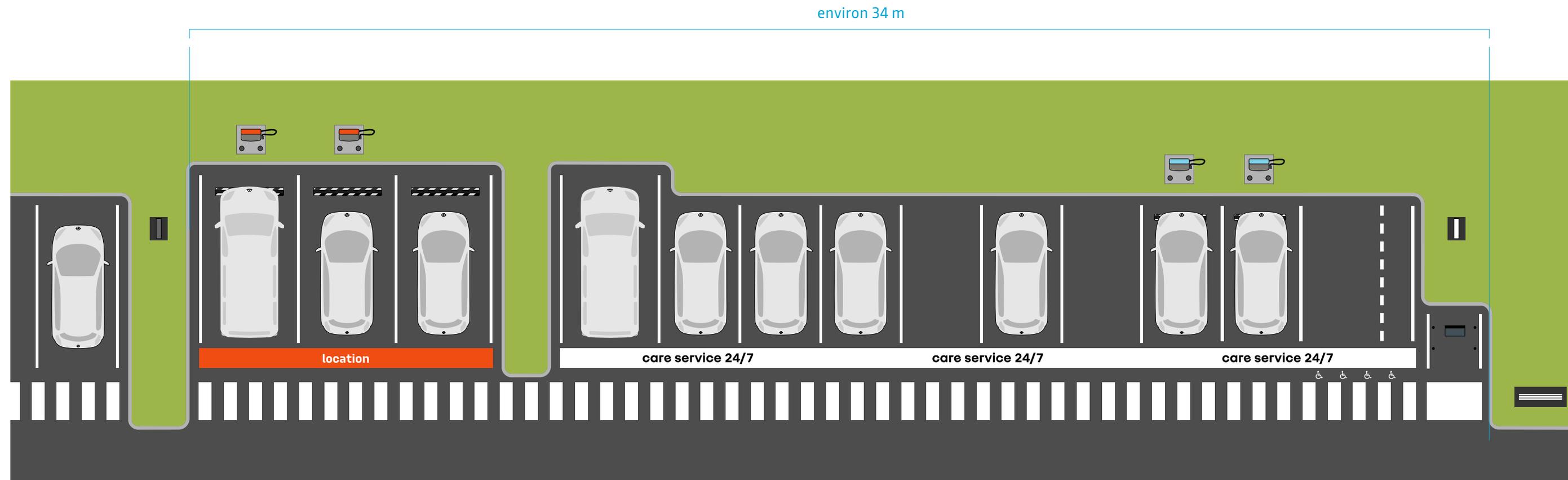
DESCRIPTION

Dans cette configuration, les zones care service 24/7 & Mobilize location occupent une superficie de l'ordre de 168 m² (hors circulation).

Cette configuration n'intègre pas de place PMR car celle-ci est accessible dans le parking clients du site.

Les 2 zones sont juxtaposées afin de réduire la surface occupée.

7.2.5 Exemple de configuration pour 20 à 30 entrées atelier par jour



DESCRIPTION

Dans cette configuration, les zones care service 24/7 & Mobilize location occupent une superficie de l'ordre de 270 m² (hors circulation).

Cette configuration intègre une place PMR.

Les 2 zones sont séparées par un terre-plein afin de d'accroître la visibilité de chacune des zones.

7.2.6 Tableau de dimensionnement

* entrées clients atelier par jour hors carrosserie

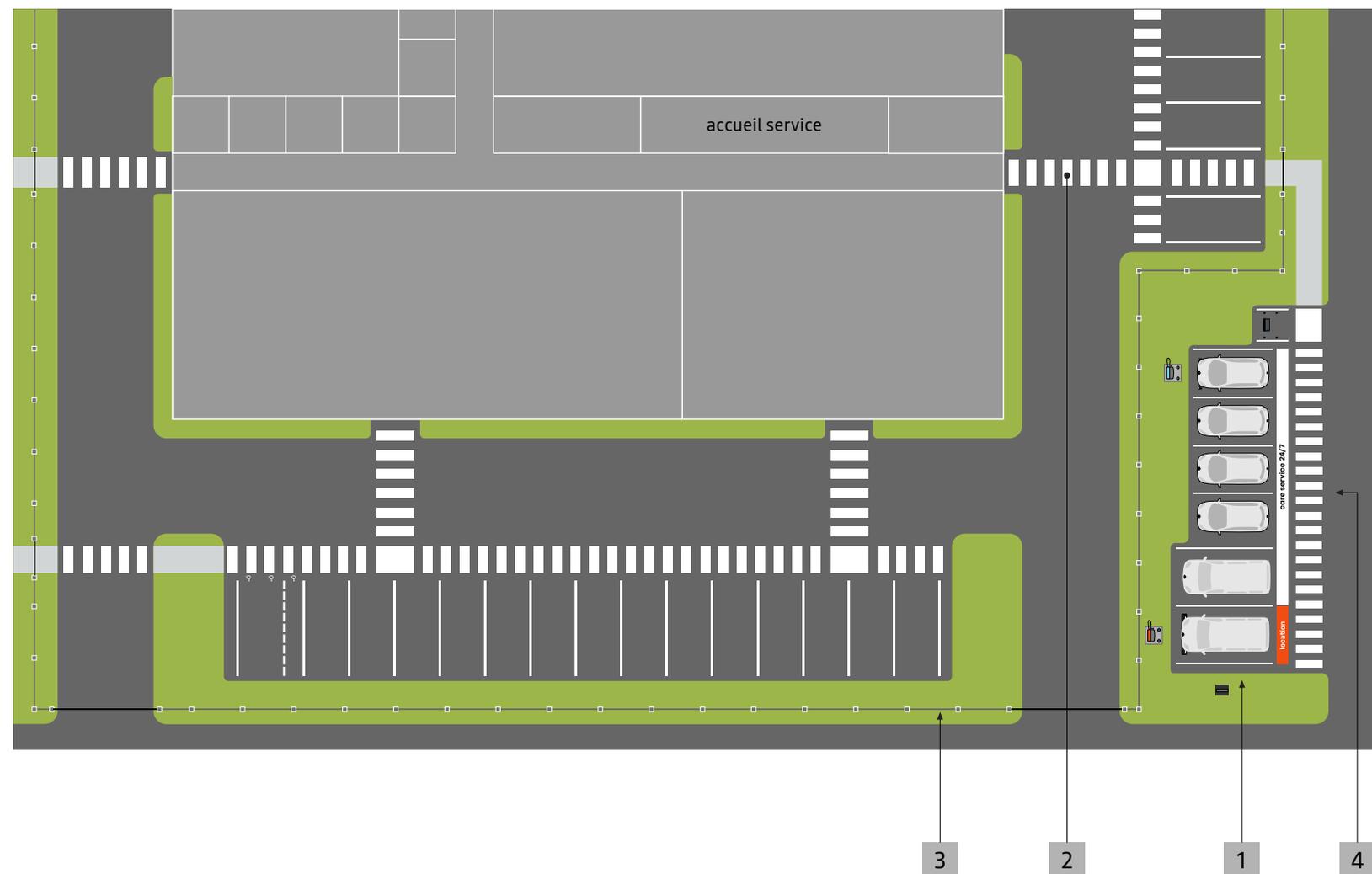
	jusqu'à 10 entrées *	de 10 à 20 entrées *	de 20 à 30 entrées *	commentaires
Places de parking grand format	1	2	3	Généralisation des places de parking grand format pour plus de polyvalence visant à accueillir véhicules particuliers et véhicules utilitaires.
Marquages au sol	1	1	1	Les places marquages au sol se font au pochoir pour les lettrages et pictogrammes ou en utilisant une machine pour les bandes rectilignes.
Borne de recharge	1	1	2	Le nombre de bornes de recharge pourra évoluer dans le temps selon le degré d'électrification du parc automobile (prévoir l'extension lors de l'implantation).
Mât d'aire	1	1	1	Mât d'aire non prioritaire en cas de choix d'un mât d'aire unique pour des raisons de réglementation locale
Oriflamme	1	1	1	L'oriflamme est utilisé lorsqu'il n'est pas possible d'implanter un mât d'aire Location.

obligatoire
 facultatif

PRINCIPE D'IMPLANTATION

La capacité de la zone Mobilize location et les configurations sont adaptées selon le nombre d'entrées atelier / jour de chacun des sites.

7.2.7 Intégration au plan général



PRINCIPES D'IMPLANTATION

En raison de sa fonction, la zone Mobilize location est intégrée à la zone care service 24/7.

- 1 La zone Mobilize location est implantée hors du périmètre protégé du site afin de permettre un accès à toute heure de la journée.
- 2 Allée de circulation.
- 3 Périmètre de protection du site.
- 4 Zone care service 24/7.

7.3

LES ZONES MOBILIZE CHARGE 24/7

7.3.1 Fondamentaux

Règle générique

La zone Mobilize charge 24/7 est intégrée à la zone care service 24/7.

Cette offre de recharge Mobilize est complémentaire et distincte de l'offre Mobilize location

Les dimensions des places de parkings peuvent être adaptées aux véhicules utilitaires.

Adaptation possible

En option, une ombrière spécifique à la charge rapide permet de renforcer la visibilité de l'offre de charge rapide depuis les abords des sites.

7.3.2 Présentation



PRINCIPES D'IMPLANTATION

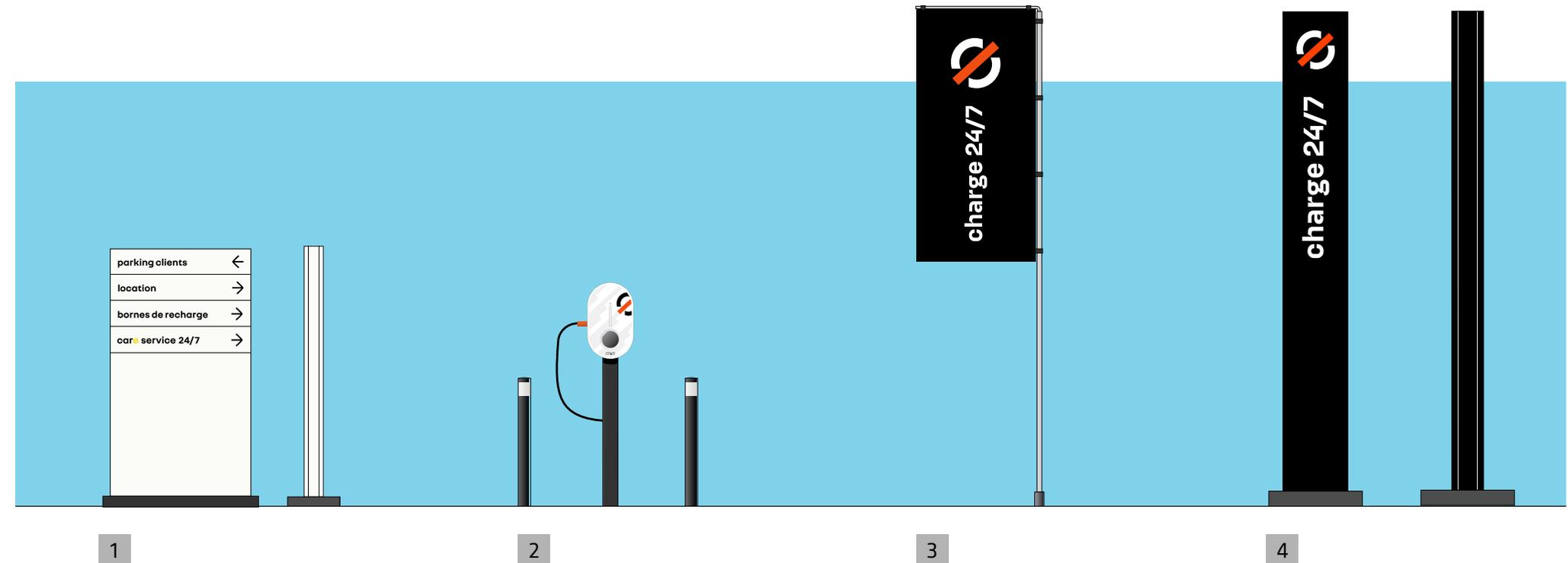
Les zones Mobilize location et Mobilize charge 24/7 sont regroupées et intégrées à la zone care service 24/7.

Accessibles en dehors des horaires d'ouverture du site, ces zones sont reliées à l'accueil service par un passage protégé menant à une porte vitrée en façade latérale.

Les zones sont identifiées par un marquage au sol.

- 1 Zone care service 24/7.
- 2 Zone Mobilize location.
- 3 Zone Mobilize charge 24/7.
- 4 Porte d'accès à l'accueil service.
- 5 Ombrière avec identification (option).

7.3.3 Les éléments signalétiques



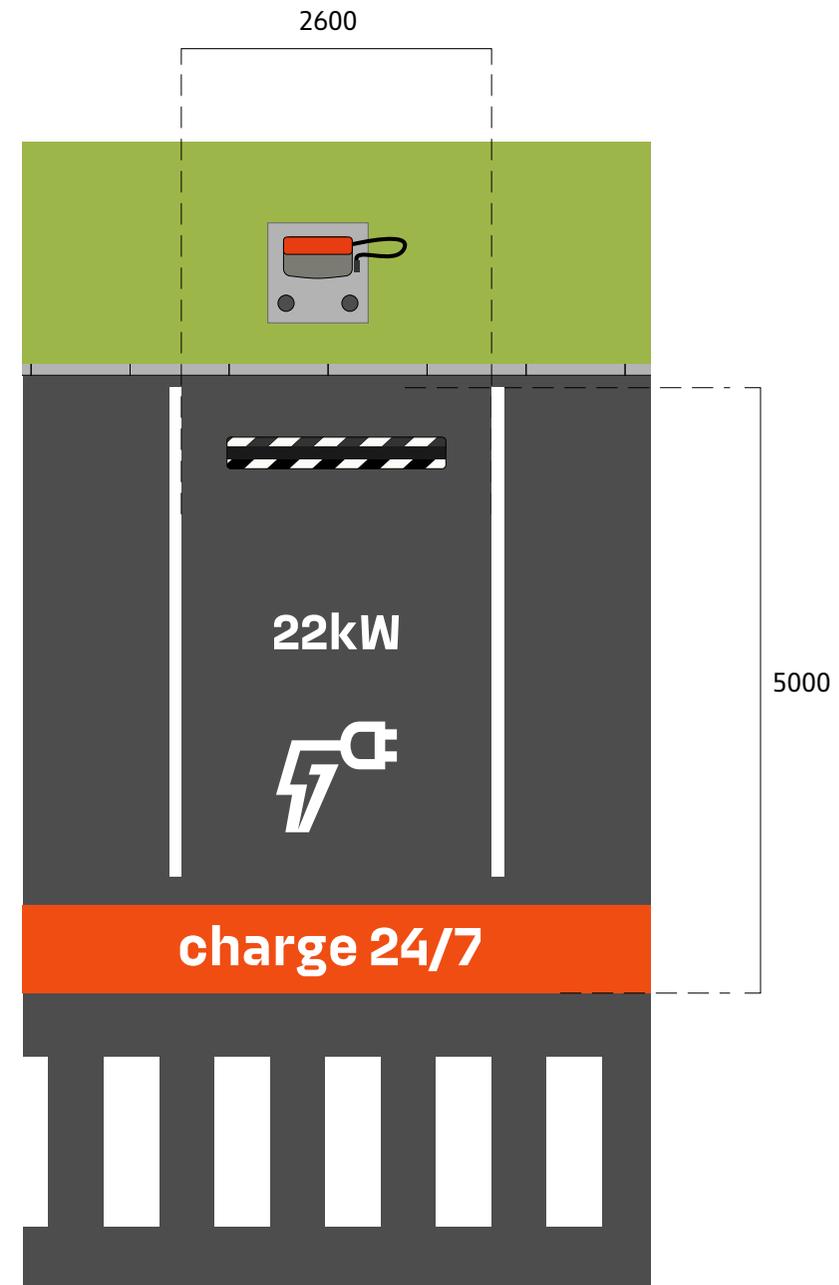
PRINCIPES D'IDENTIFICATION

L'identification de la Mobilize charge 24/7 repose sur l'utilisation de supports signalétiques lui permettant de s'intégrer harmonieusement aux abords des sites multimarques tout en lui offrant une haute visibilité.

En option, une ombrière peut abriter la zone de recharge lounge indépendant peut être proposée aux clients du service de charge.

- 1 Panneau directionnel.
- 2 Borne de recharge.
- 3 Oriflamme d'identification (option).
- 4 Mât d'aire.

7.3.4 Les parkings standards



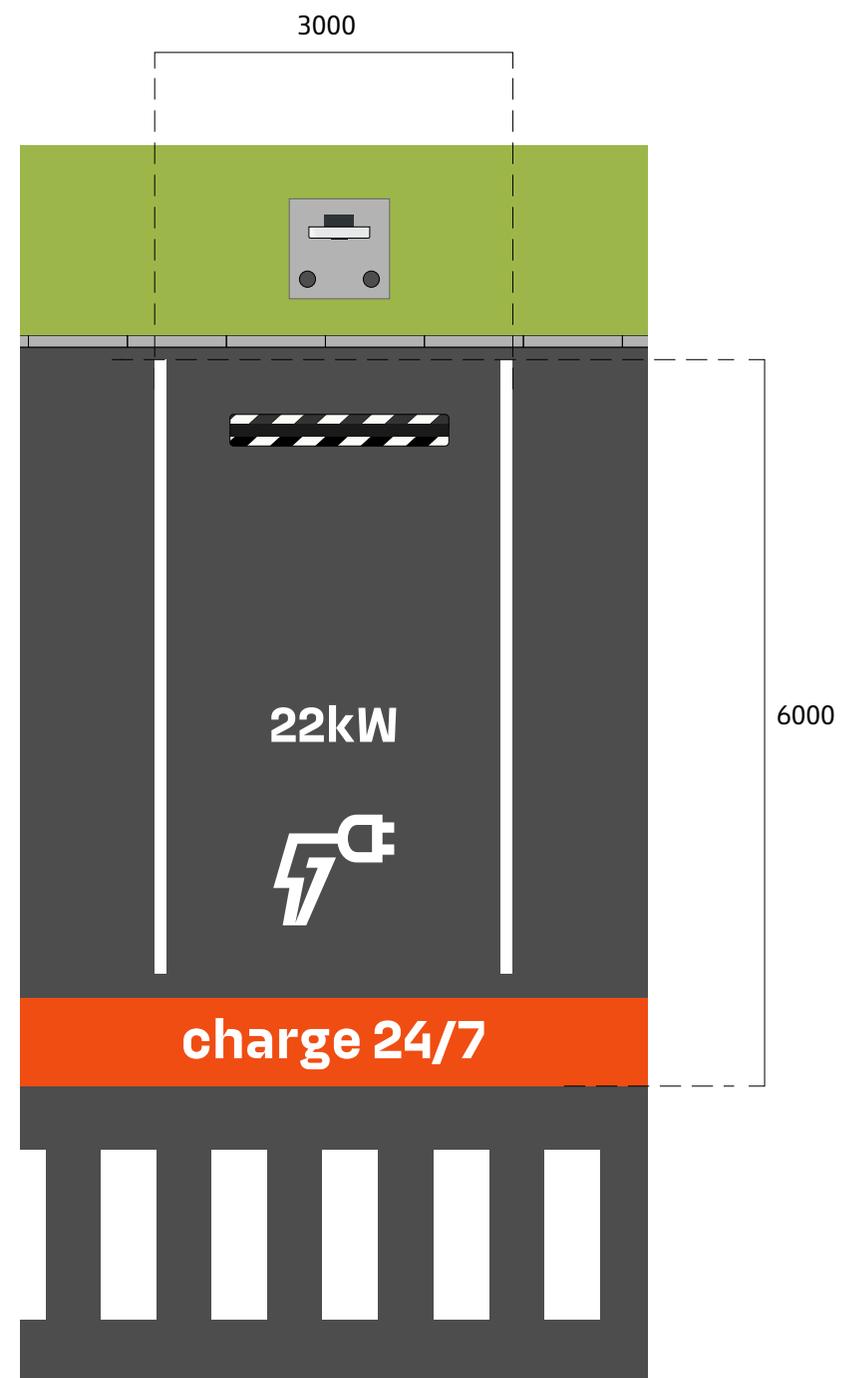
PRINCIPES D'IDENTIFICATION

Les parkings standards ont un format de 2800 x 5000 mm.

Les parkings dédiés à la charge rapide sont identifiés par le marquage au sol de la puissance.

1 Zone Mobilize charge 24/7 standard.

7.3.5 Les parkings véhicules utilitaires



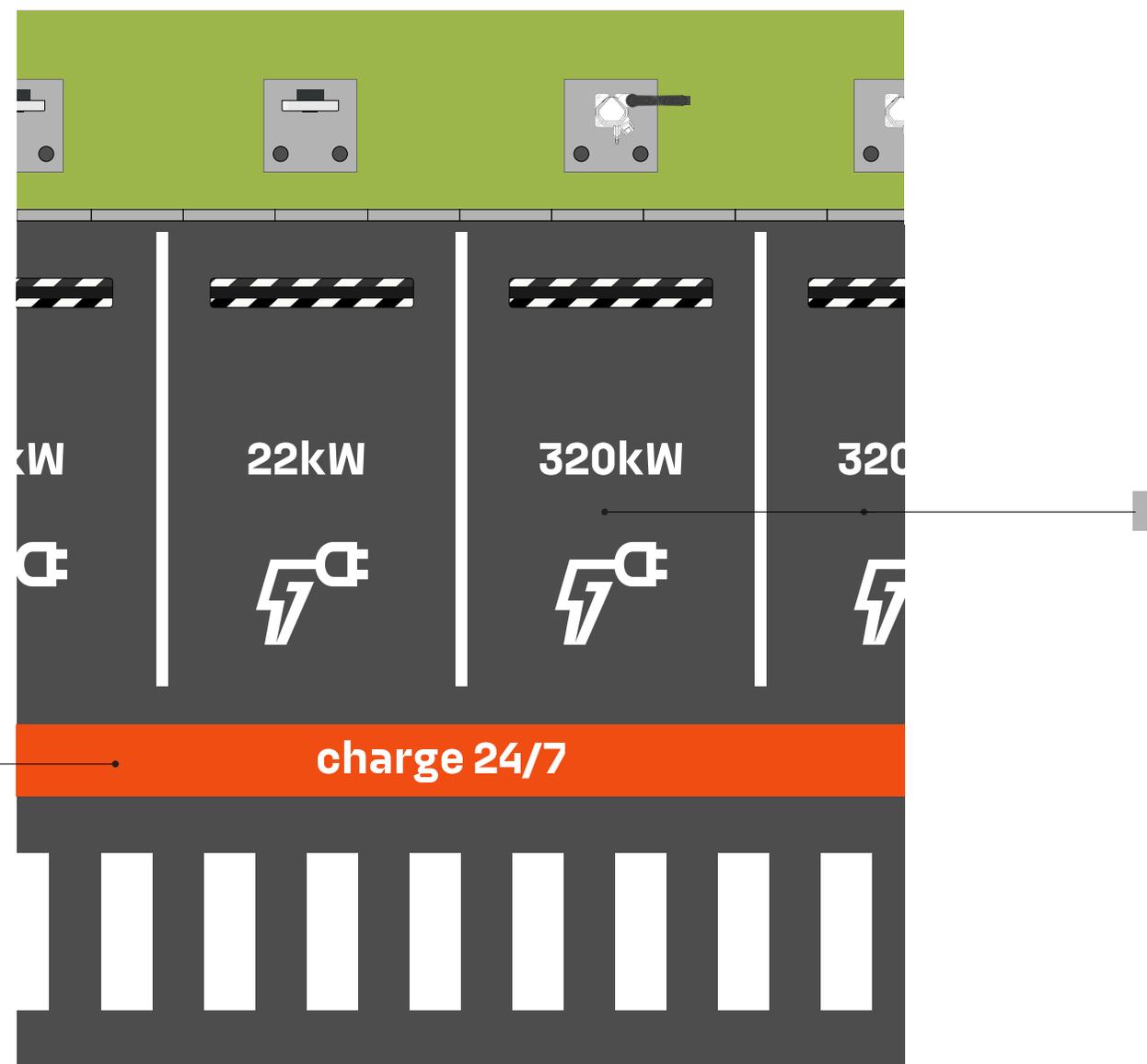
PRINCIPES D'IDENTIFICATION

Les parkings dédiés à la charge des véhicules utilitaires ont une dimension supérieure aux places standards avec un format de 3000 x 6000 mm.

1 Zone Mobilize charge 24/7 véhicules utilitaires.

1

7.3.6 Juxtaposition des bornes de 22 kW et de 320 kW



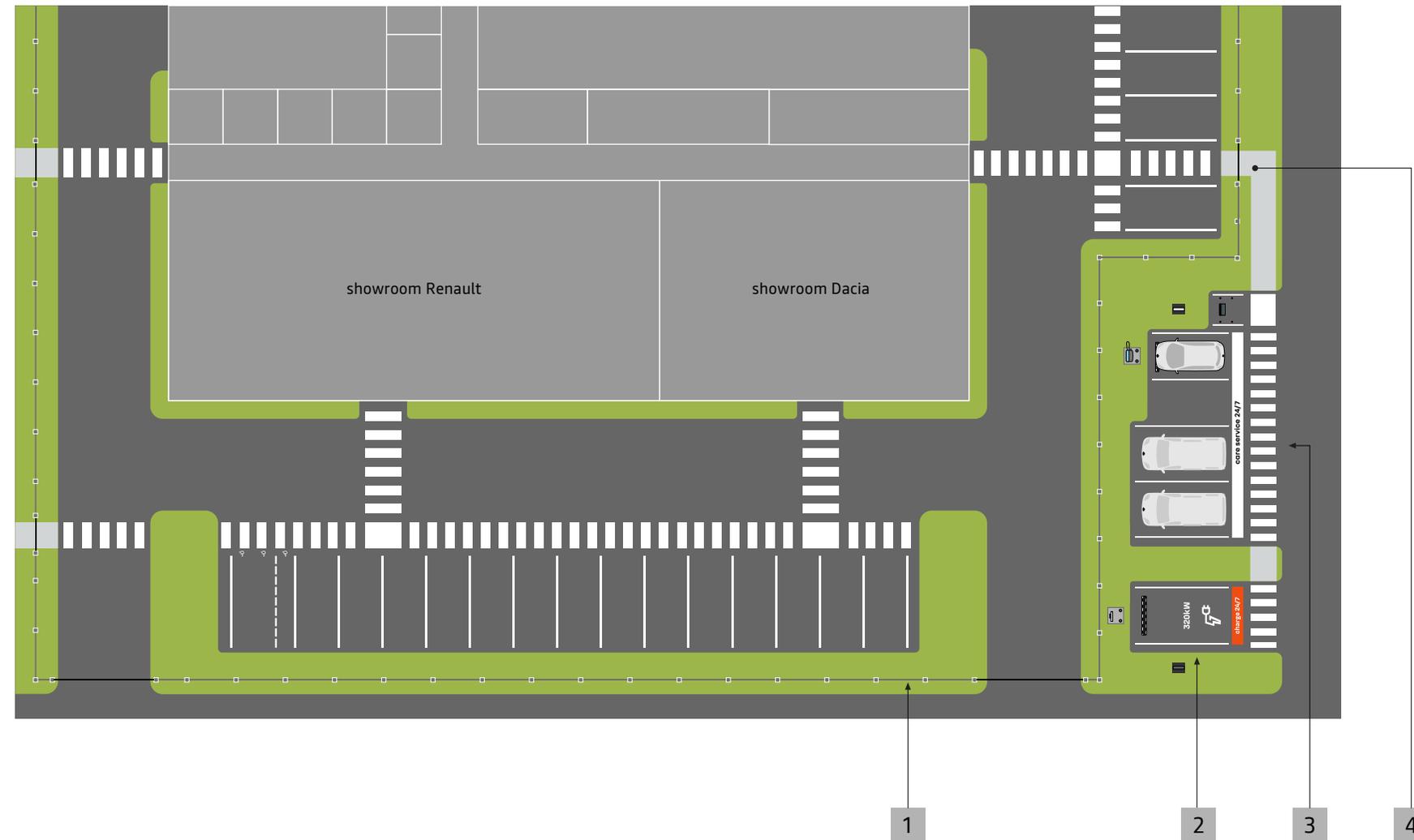
PRINCIPES D'IDENTIFICATION

Il est possible d'associer les bornes de recharge de 22 kW et 320 kW sur une même aire de parking.

Dans ce cas, les règles suivantes s'appliquent :

- 1 Les bornes de charge 320 kW sont regroupées (elles n'encadrent pas une borne de charge de 22 kW).
- 2 La bande orange d'identification comporte la mention "charge 24/7".

7.3.7 Intégration d'une zone Mobilize charge 24/7 au plan général



PRINCIPES D'IMPLANTATION

La zone Mobilize charge 24/7 est intégrée à la zone care service 24/7.

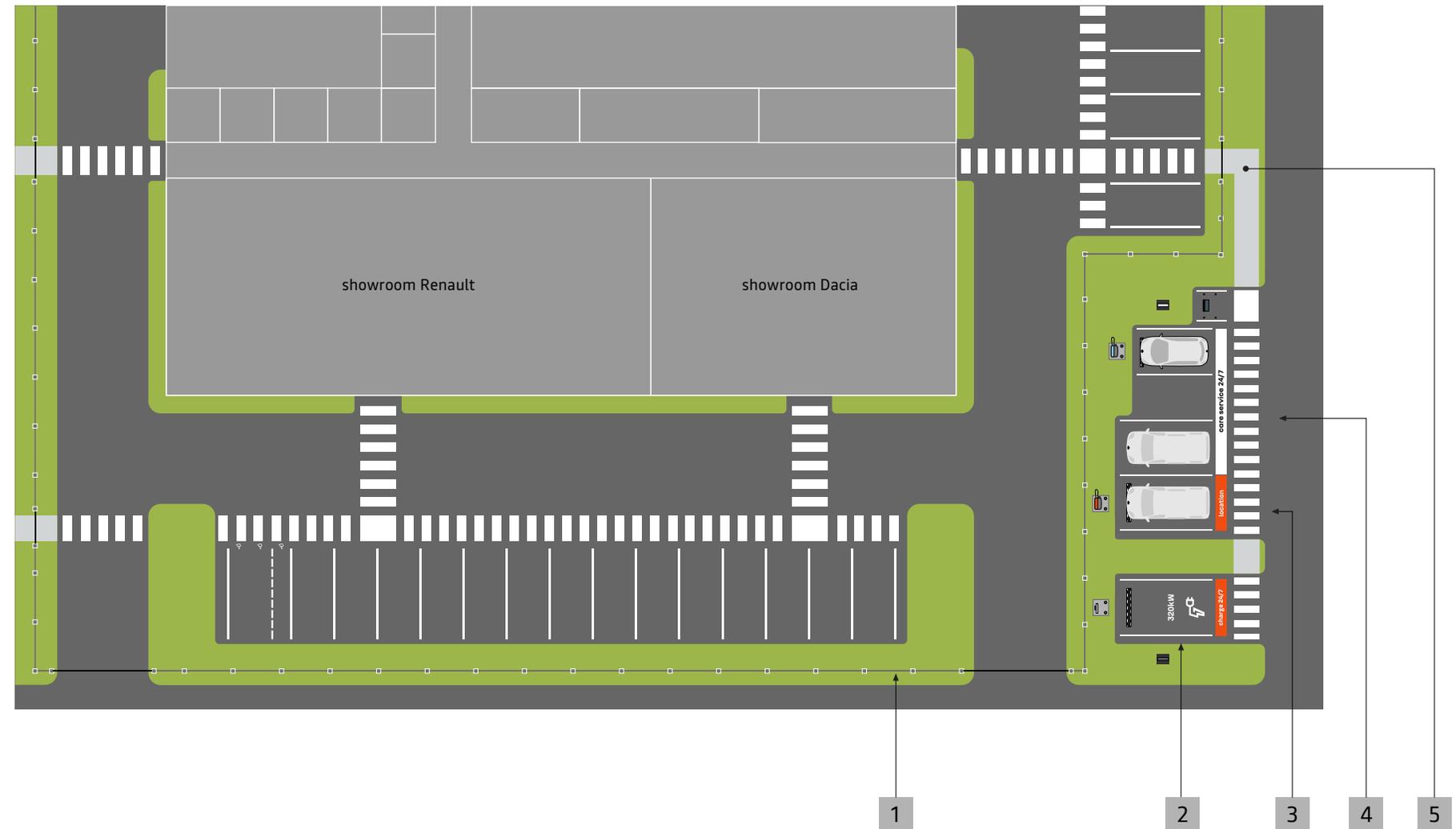
- 1 Périètre de protection du site.
- 2 La zone Mobilize charge 24/7 est implantée hors du périmètre protégé du site afin de permettre un accès à toute heure de la journée.
- 3 Zone care service 24/7.
- 4 Allée de circulation.

7.3.8 Intégration des zones Mobilize charge 24/7 et Mobilize location au plan général

PRINCIPES D'IMPLANTATION

La zone Mobilize fast charge est intégrée à la zone care service 24/7 et implantée au plus proche de la zone Mobilize location lorsqu'elle existe.

- 1 Périmètre de protection du site.
- 2 La zone Mobilize charge 24/7 est implantée hors du périmètre protégé du site afin de permettre un accès à toute heure de la journée.
- 3 Zone Mobilize location.
- 4 Zone care service 24/7.
- 5 Allée de circulation.



7.4

IMPLANTATION CONJOINTE DES DIFFÉRENTES ACTIVITÉS

7.4.1 Fondamentaux

Règle générique

Les zones Mobilize location et Mobilize charge 24/7 peuvent être intégrées à la zone care service 24/7.

Ces 2 zones sont implantées côte à côte afin de faciliter la lecture des différentes activités par les clients.

Selon l'espace disponible, ces 2 zones peuvent être juxtaposées ou mises en valeur par une séparation physique des différentes activités.

Adaptation possible

Les implantations sont adaptées à la forme et à la surface disponible de chaque site.

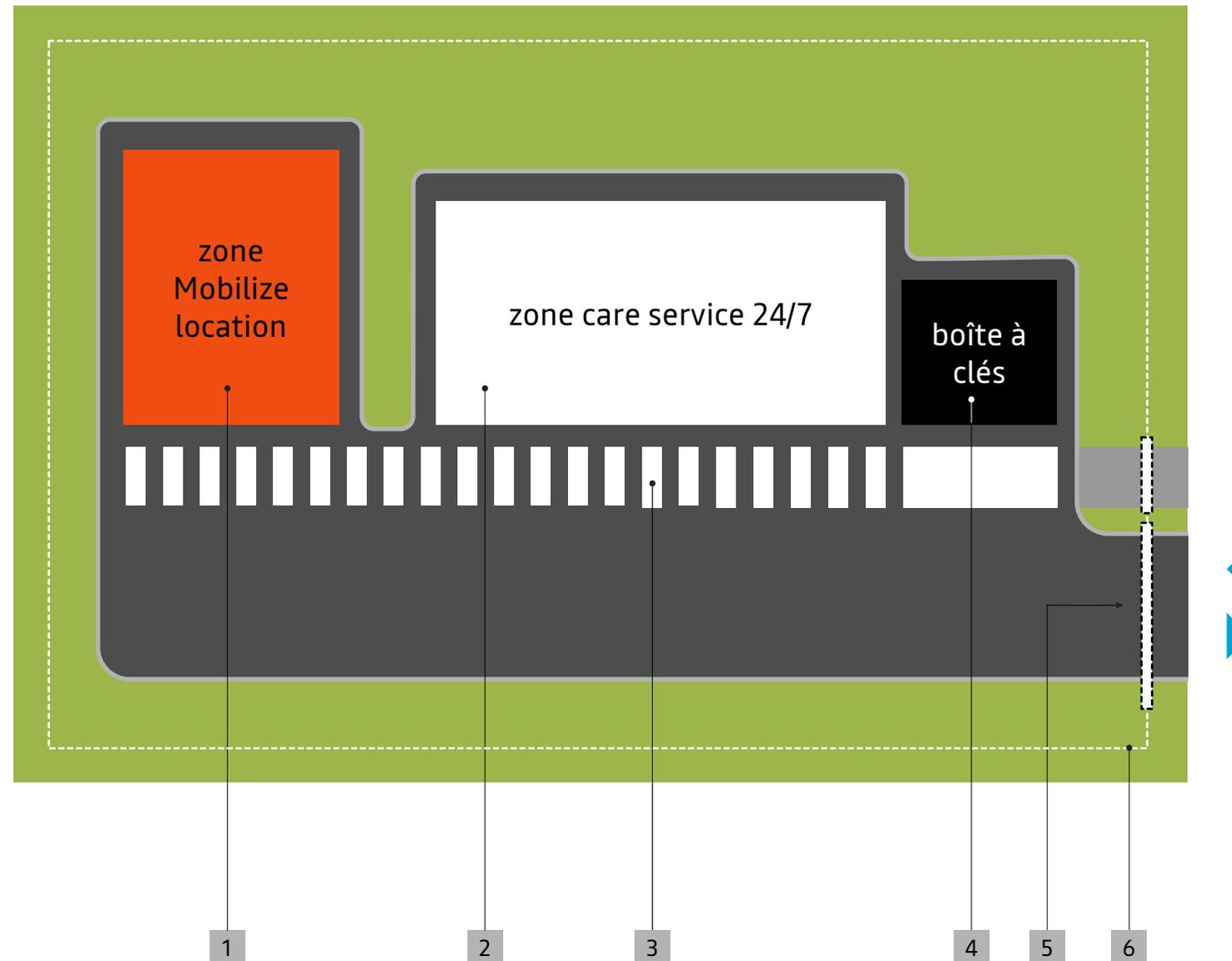
7.4.2 Implantation générale care service 24/7 et Mobilize location

PRINCIPES D'IMPLANTATION

Pour une plus grande efficacité et dans une optique d'optimisation des coûts, il est préconisé d'intégrer la zone Mobilize location à la zone care service 24/7.

Les composantes suivantes constitutives de cet espace commun sont les suivantes :

- 1 Zone Mobilize location.
- 2 Zone care service 24/7.
- 3 Passage piétons.
- 4 Boîte à clés.
- 5 Contrôle d'accès optionnel.
- 6 Enceinte protégée au choix du site.



7.4.3 Implantation générale care service 24/7 et Mobilize charge 24/7

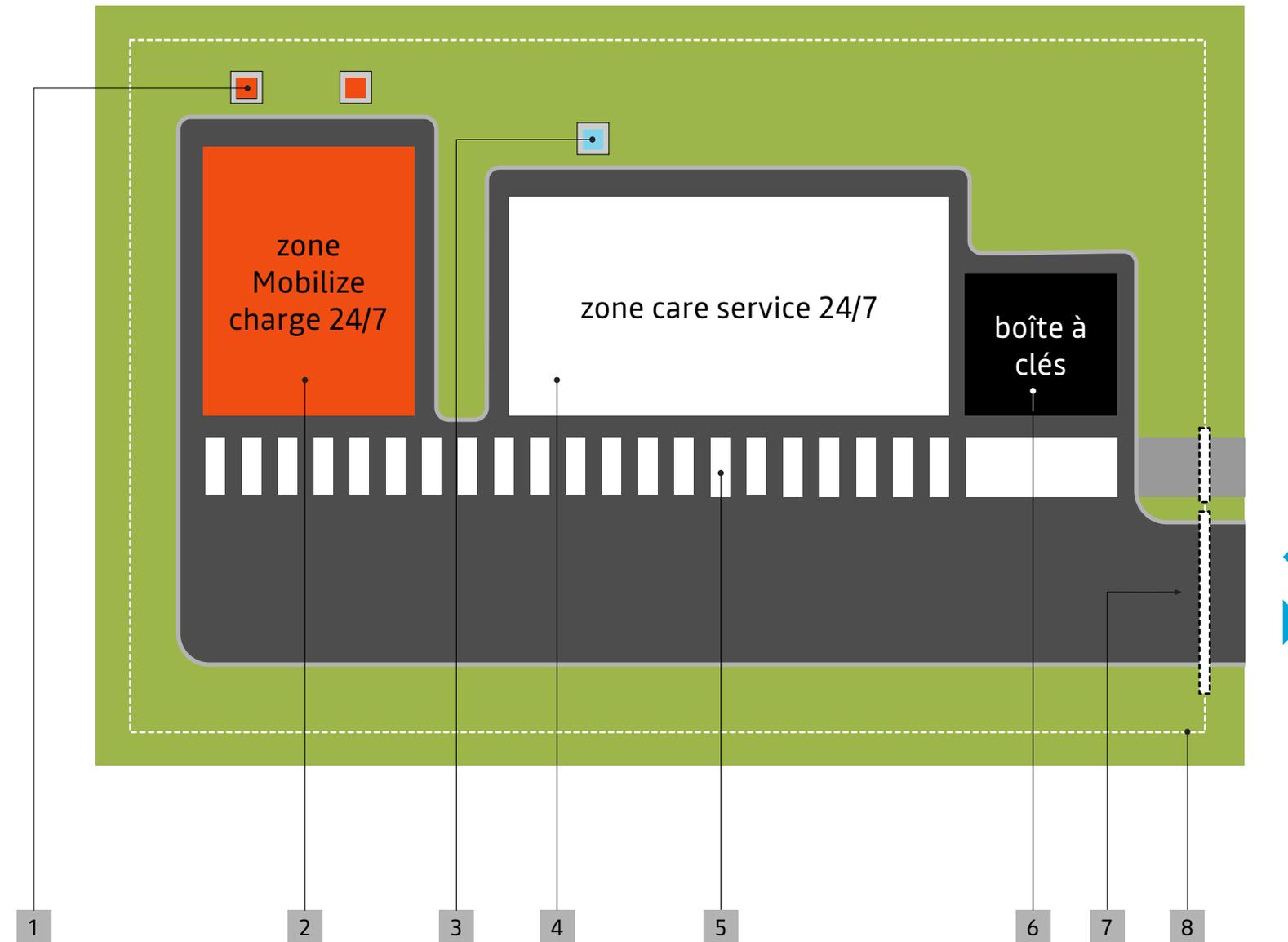
PRINCIPES D'IMPLANTATION

Accessible hors des horaires d'ouverture du site, la zone Mobilize charge 24/7 peut être intégrée à la zone care service 24/7.

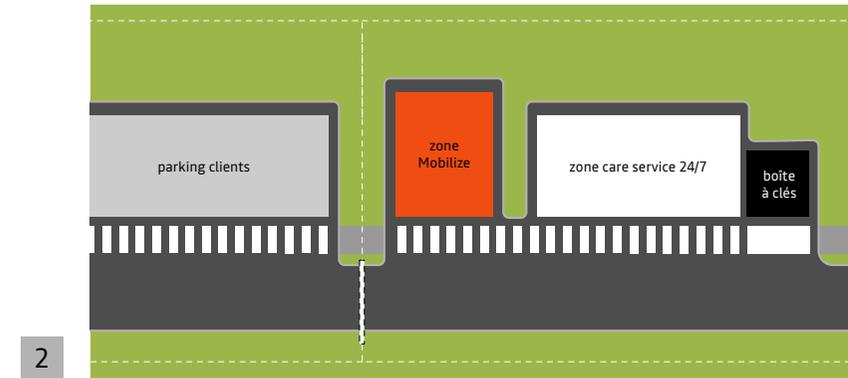
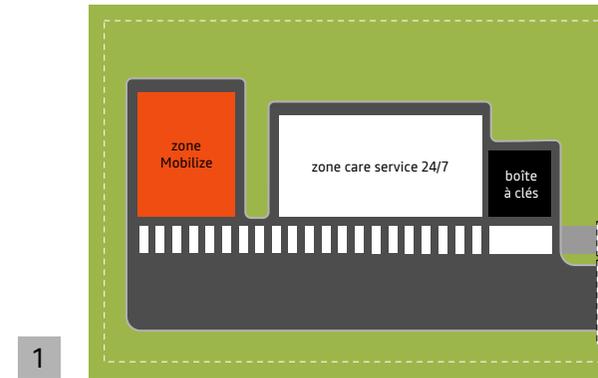
Il convient de noter que des bornes non-monétisées peuvent être présentes dans la zone care service 24/7.

Les composantes suivantes constitutives de cet espace commun sont les suivantes :

- 1 Borne de recharge Mobilize.
- 2 Zone Mobilize charge 24/7.
- 3 Borne de recharge non monétisée.
- 4 Zone care service 24/7.
- 5 Passage piétons.
- 6 Boîte à clés.
- 7 Contrôle d'accès optionnel.
- 8 Enceinte protégée au choix du site.



7.4.4 Exemples d'implantation

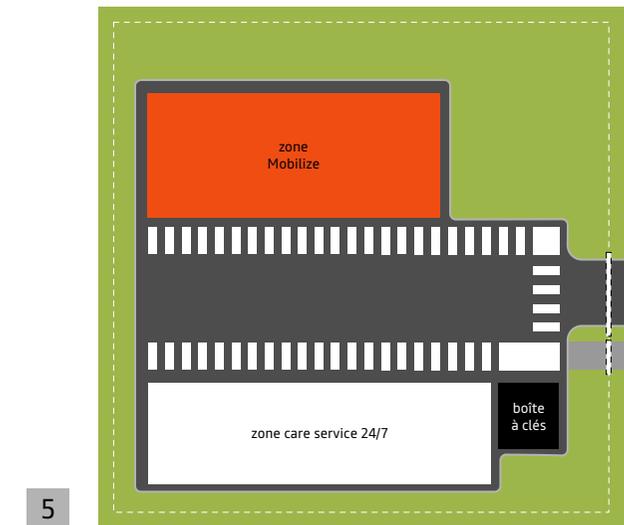
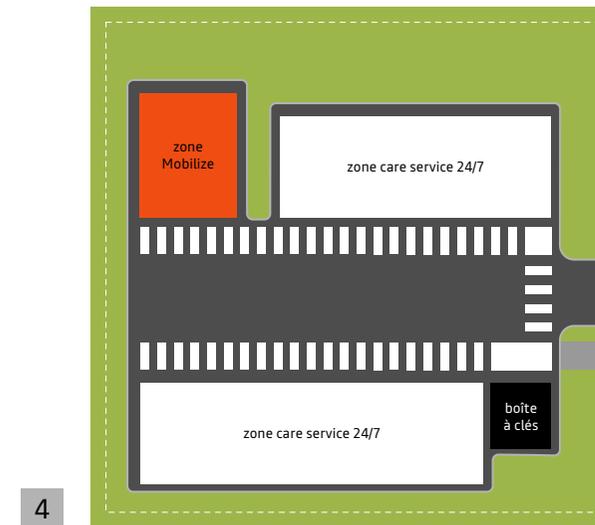
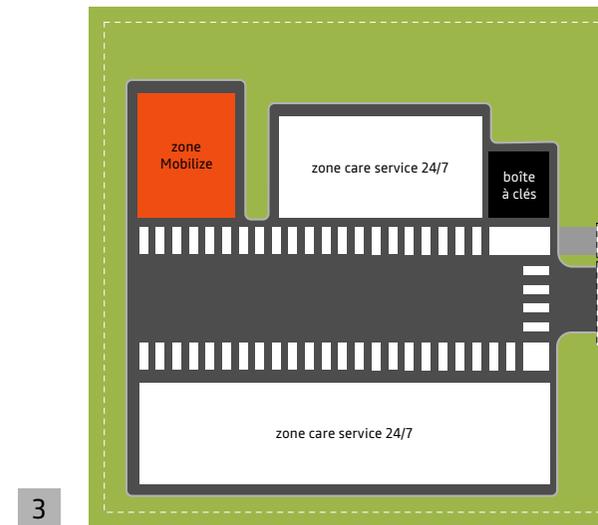


PRINCIPES D'IMPLANTATION

Les schémas ci-contre illustrent différents cas d'implantation de la zone care service 24/7 associée à une zone Mobilize Location ou Mobilize charge rapide.

Il est préconisé de séparer ces zones par un terre-plein afin de marquer la différence entre les activités présentes dans un espace commun accessible 24/7.

- 1 Implantation séparée du site.
- 2 Intégration de la zone dans la continuité du parking clients avec double enceinte.
- 3 Implantation de la zone avec circulation centrale.
- 4 Variante d'implantation de la zone avec circulation centrale.
- 5 Implantation en vis-à-vis des zones Mobilize et care service 24/7.



7.4.5 Implantation générale care service 24/7, Mobilize location et Mobilize charge 24/7

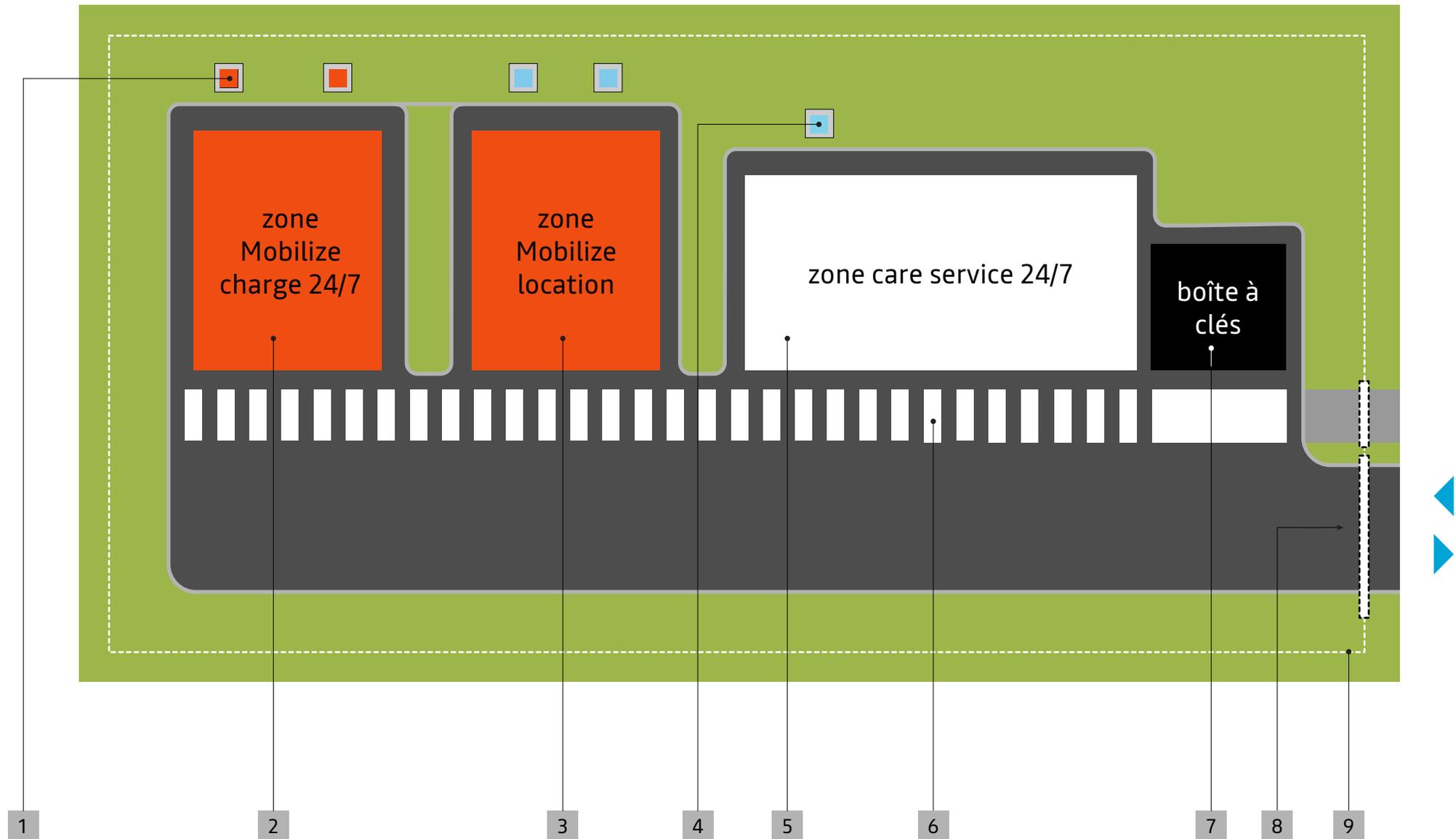
PRINCIPES D'IMPLANTATION

La zone Mobilize charge 24/7 peut être intégrée à la zone care service 24/7 aux côtés de la zone Mobilize location.

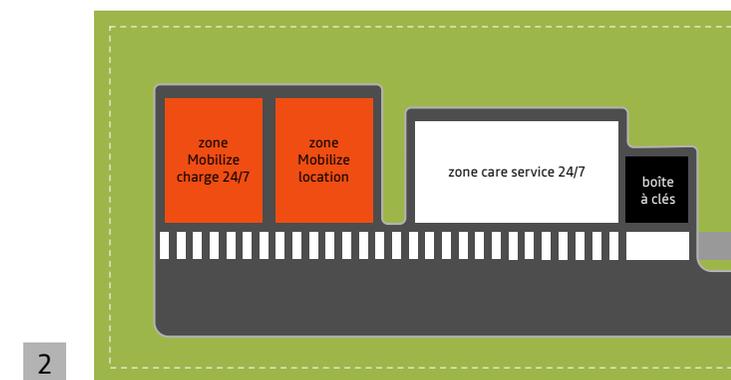
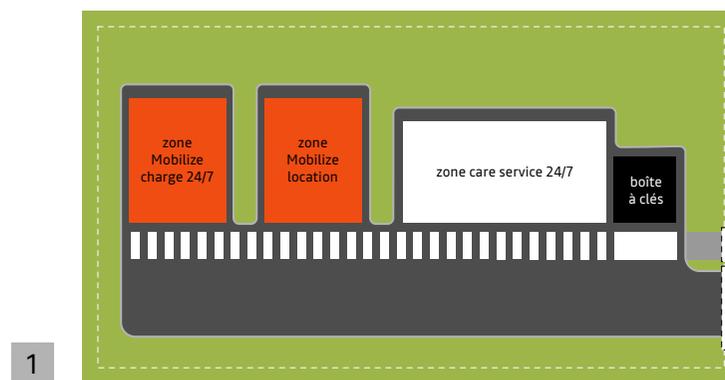
Il est préconisé de regrouper les 2 zones Mobilize afin de simplifier la lecture des différentes activités présentes dans un même espace.

Les composantes suivantes constitutives de cet espace commun sont les suivantes :

- 1 Borne de recharge Mobilize.
- 2 Zone Mobilize charge 24/7.
- 3 Zone Mobilize location.
- 4 Borne de recharge non monétisée.
- 5 Zone care service 24/7.
- 6 Passage piétons.
- 7 Boîte à clés.
- 8 Contrôle d'accès optionnel.
- 9 Enceinte protégée au choix du site.



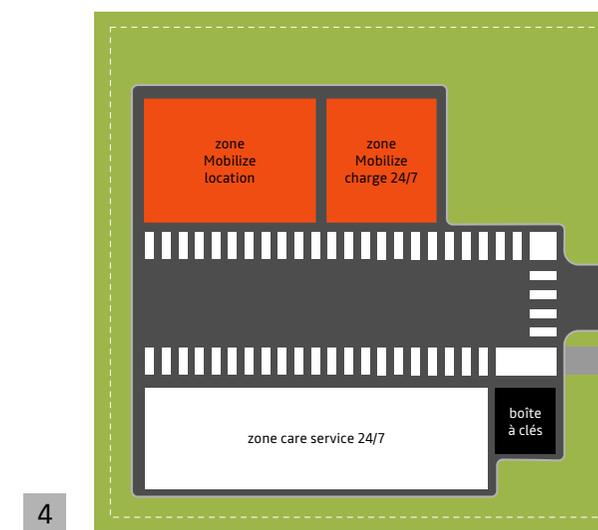
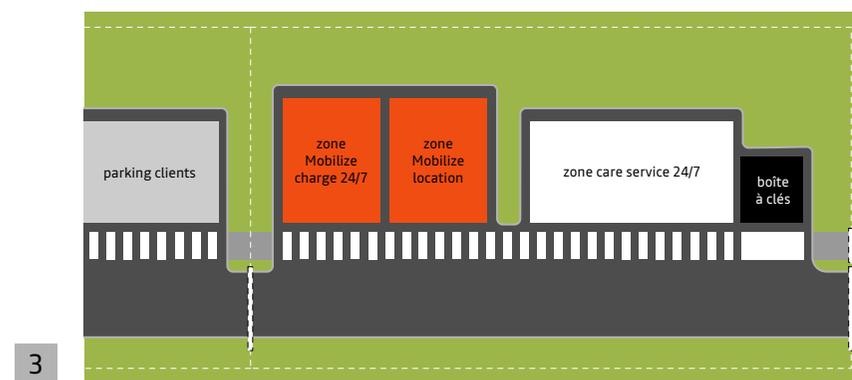
7.4.6 Exemples d'implantation



PRINCIPES D'IMPLANTATION

Les schémas ci-contre illustrent différents cas d'implantation de la zone care service 24/7 associée aux zones Mobilize Location et Mobilize charge rapide.

Il est préconisé de séparer les zones Mobilize de la zone care service 24/7 par un terre-plein afin de marquer la différence entre les activités présentes dans un espace commun.



- 1 Implantation séparée du site.
- 2 Juxtaposition des zones Mobilize location et Mobilize charge 24/7.
- 3 Intégration de la zone dans la continuité du parking clients avec double enceinte.
- 4 Implantation en vis-à-vis des zones Mobilize et care service 24/7.

8

RENEW

8.1

L'EXPOSITION EXTÉRIEURE RENEW

8.1.1 Fondamentaux

Règle générique

L'exposition extérieure renew s'intègre dans les sites multimarques Renault Group en proposant des parcours-client cohérents.

Cette zone est, de préférence, implantée à proximité du showroom Renault auquel elle est reliée par un passage protégé.

Les clients véhicules d'occasion accèdent directement à l'exposition renew depuis le parking clients ou, le cas échéant, depuis les showrooms, en empruntant l'allée de circulation centrale.

Adaptation possible

Le nombre de véhicules exposés et la dimension de la zone d'exposition renew sont adaptés à chaque site.

Interdit

Les drapeaux renew ne doivent jamais être mélangés avec les drapeaux des marques présentes sur le site.

L'exposition extérieure renew 8.1.2 Présentation

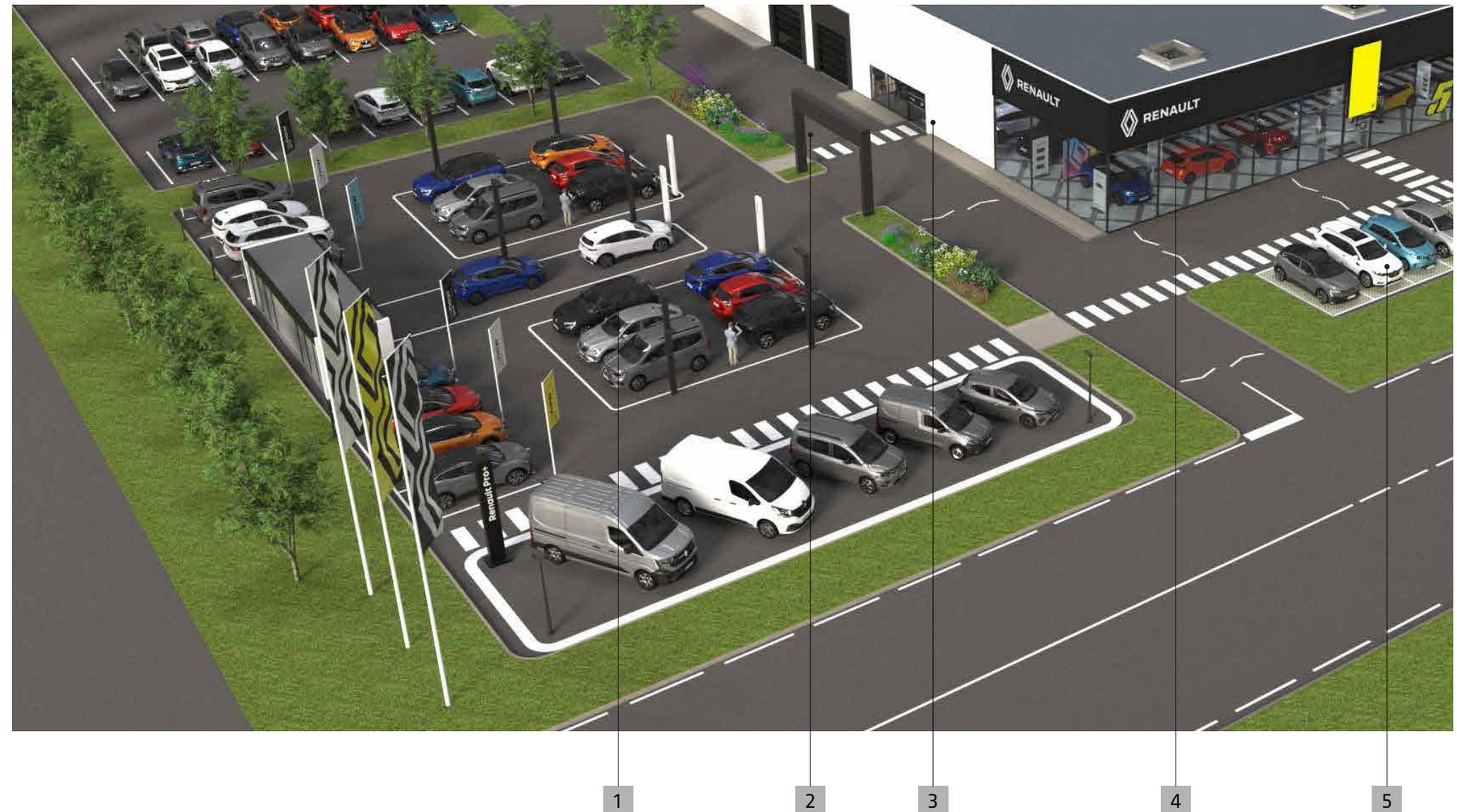
PRINCIPES D'IMPLANTATION

Les véhicules d'occasion sont présentés dans la zone d'exposition extérieure renew.

Cette zone dispose d'éléments spécifiques de signalétique et selon le nombre de véhicules, d'un espace de vente autonome.

La zone renew s'implante proche du showroom Renault auquel elle est reliée par un passage protégé. Une porte vitrée donne de la visibilité à cette exposition depuis le showroom.

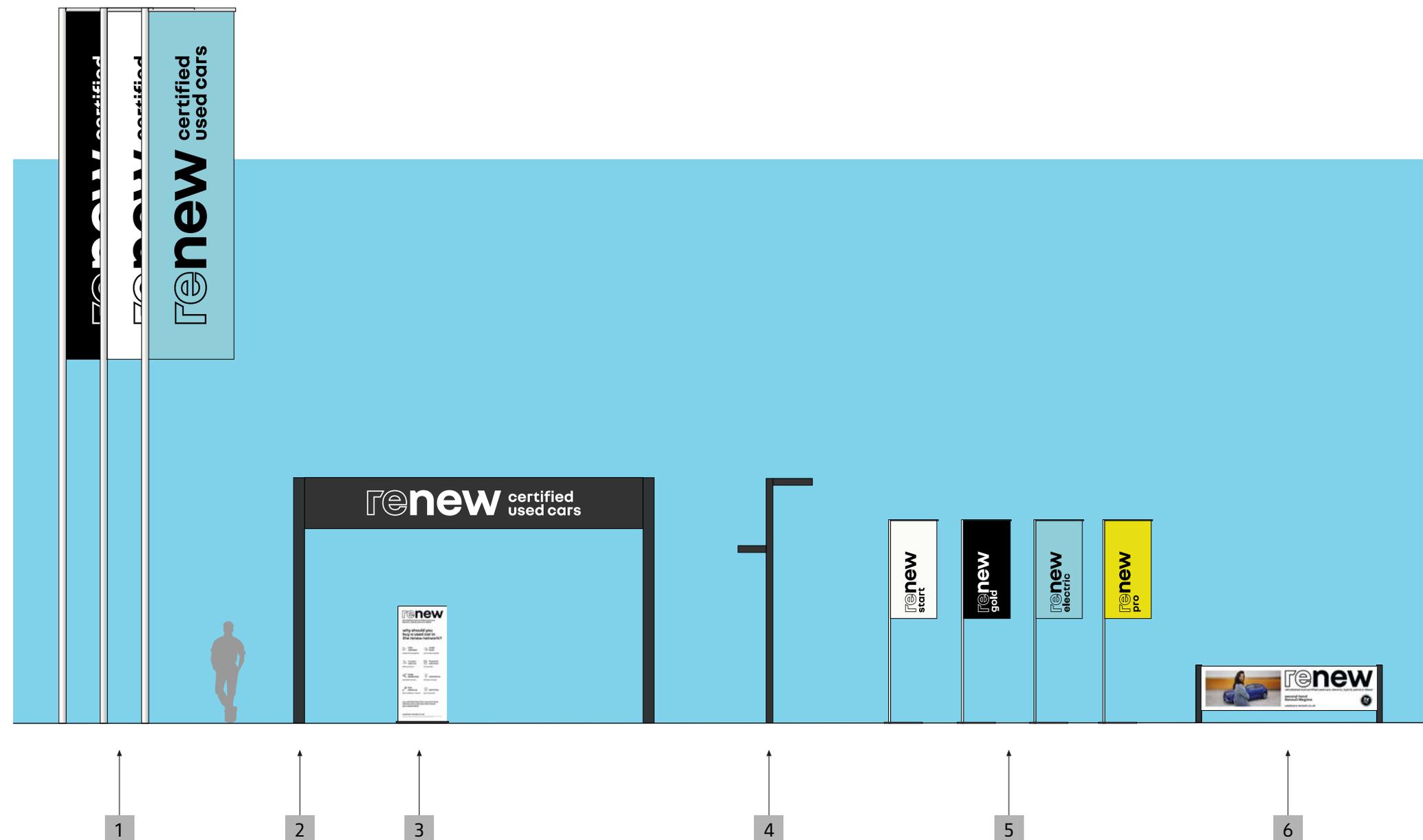
- 1 Zone d'exposition renew.
- 2 Signalétique d'identification.
- 3 Porte d'accès au showroom Renault.
- 4 Showroom Renault.
- 5 Parking clients.



8.1.3 Les éléments signalétiques

PRINCIPES D'IDENTIFICATION

L'exposition extérieure renew est identifiée par des éléments signalétiques spécifiques.



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

8.1.4 Implantation générale

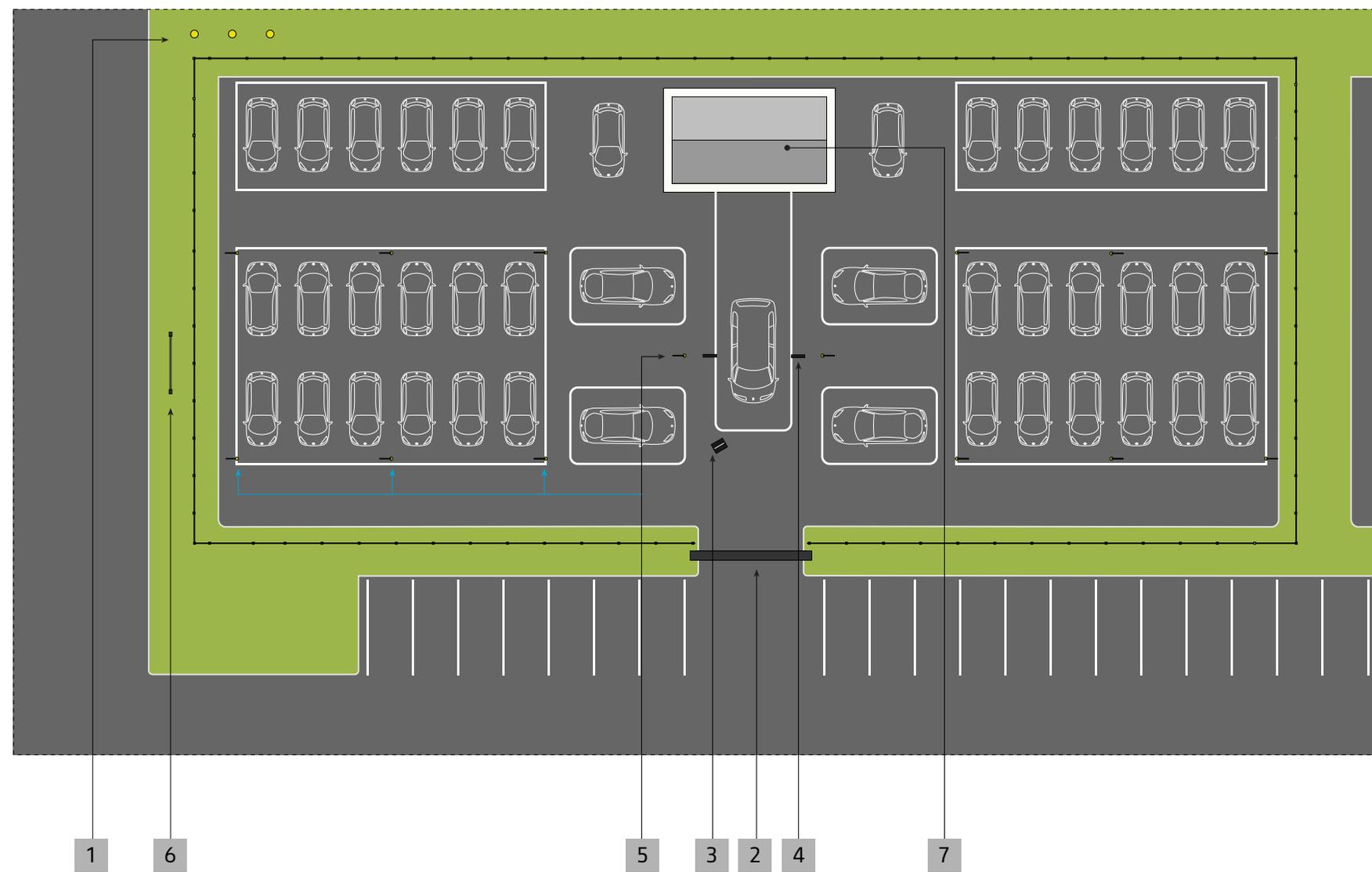
PRINCIPES D'IMPLANTATION

La zone d'exposition s'organise autour des différents segments de l'offre renew.

Elle est entièrement modulable afin de s'adapter aux espaces disponibles sur les sites.

Le bureau de vente est généralement implanté dans l'axe de la travée centrale.

- 1 Drapeaux.
- 2 Arche.
- 3 Panneau de promesse.
- 4 Mâts d'éclairage.
- 5 Oriflammes génériques.
- 6 Banderole promotionnelle.
- 7 Bureau de vente.



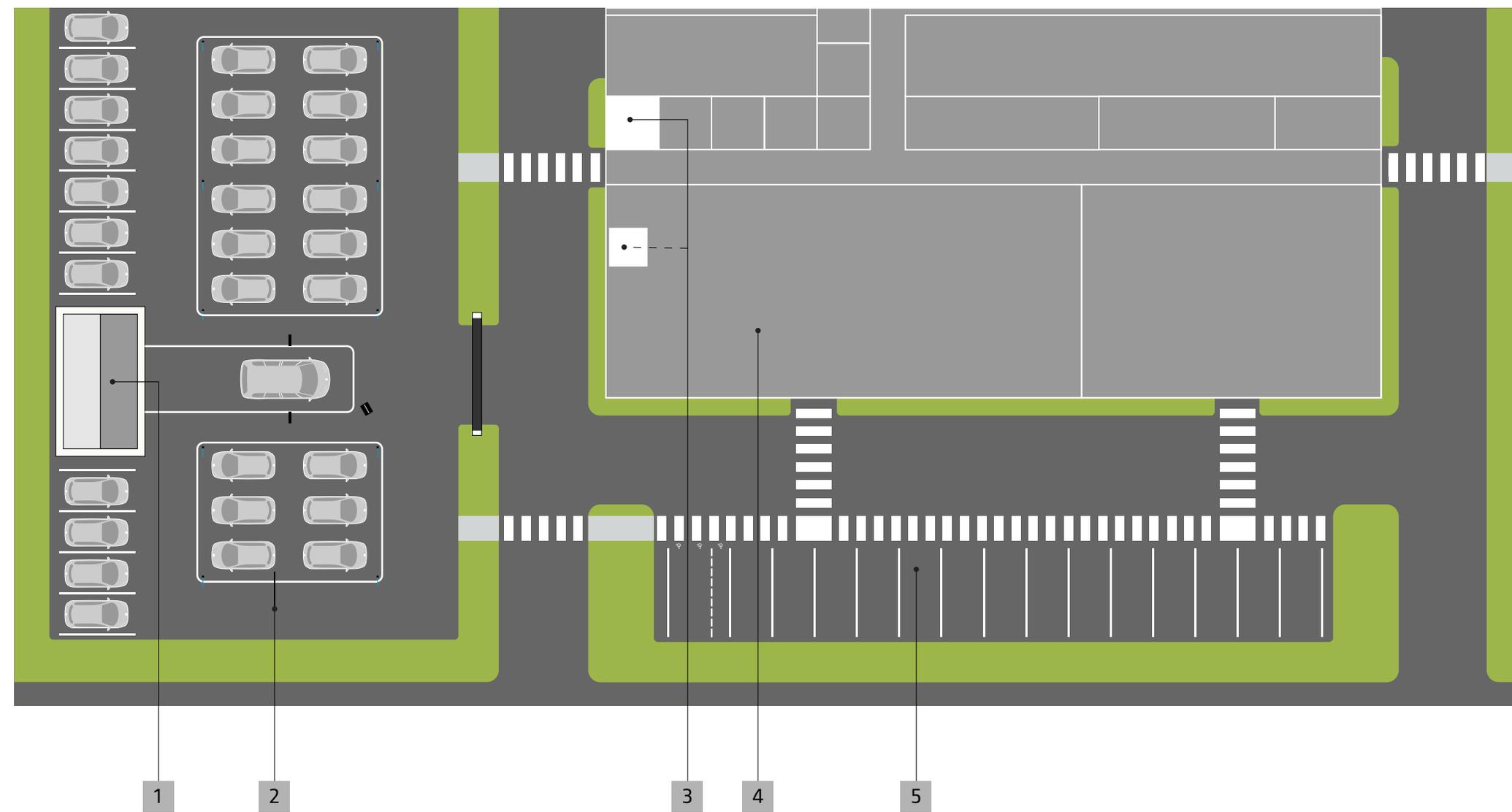
8.1.5 Intégration au plan général

PRINCIPES D'IMPLANTATION

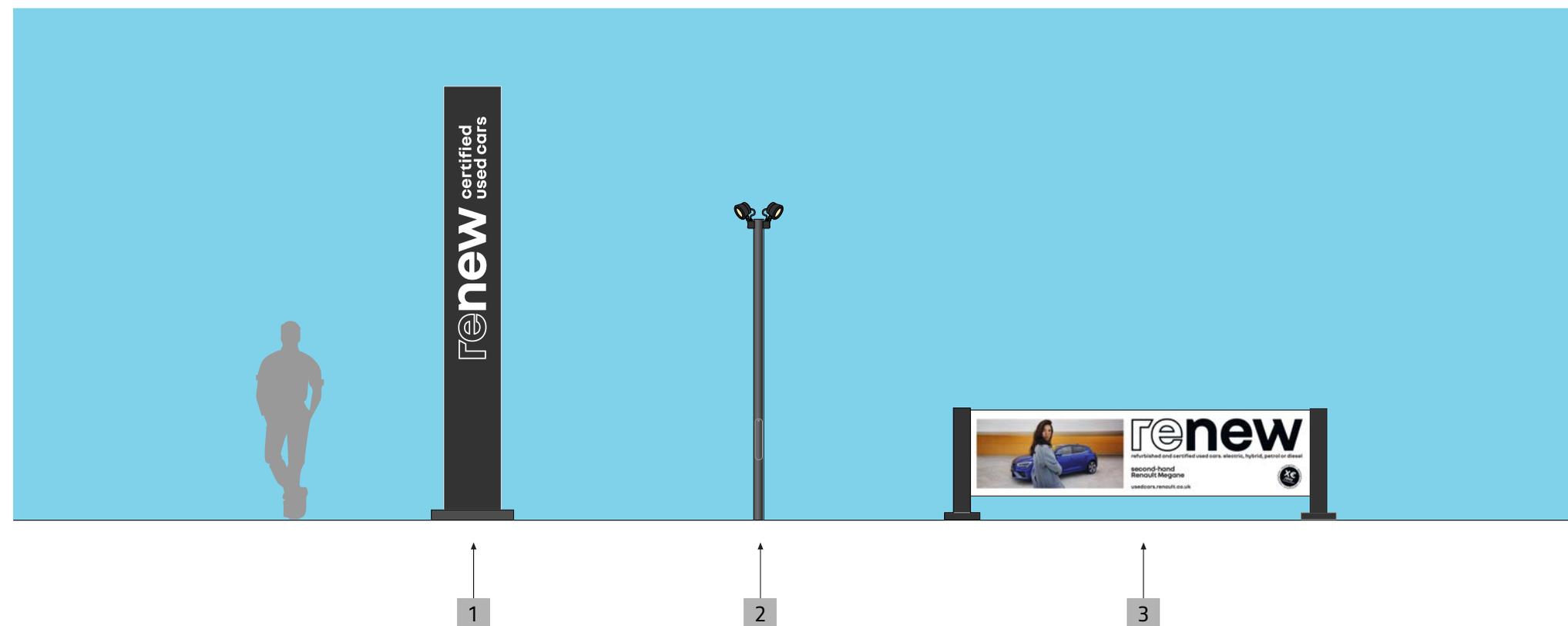
La zone d'exposition renew s'implante à proximité du showroom Renault. Des passages protégés la relient au parking clients et au bâtiment central.

En option, un bureau vendeur renew peut être présent dans le bâtiment intégré dans la continuité des bureaux vendeurs Renault ou sous la forme d'un bureau ouvert en îlot dans le showroom Renault.

- 1 Bureau vendeurs renew dans l'exposition extérieure.
- 2 Zone d'exposition renew.
- 3 Bureau vendeur renew (option) implanté, soit dans la continuité des bureaux vendeurs Renault, soit dans le showroom Renault.
- 4 Showroom Renault.
- 5 Parking clients.



8.1.6 La zone flagship renew de moins de 5 véhicules



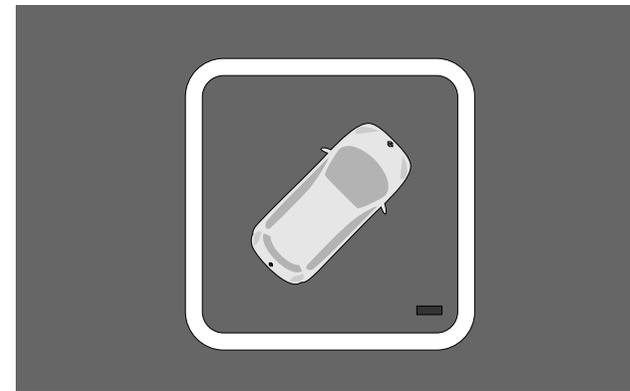
PRINCIPES D'IMPLANTATION

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

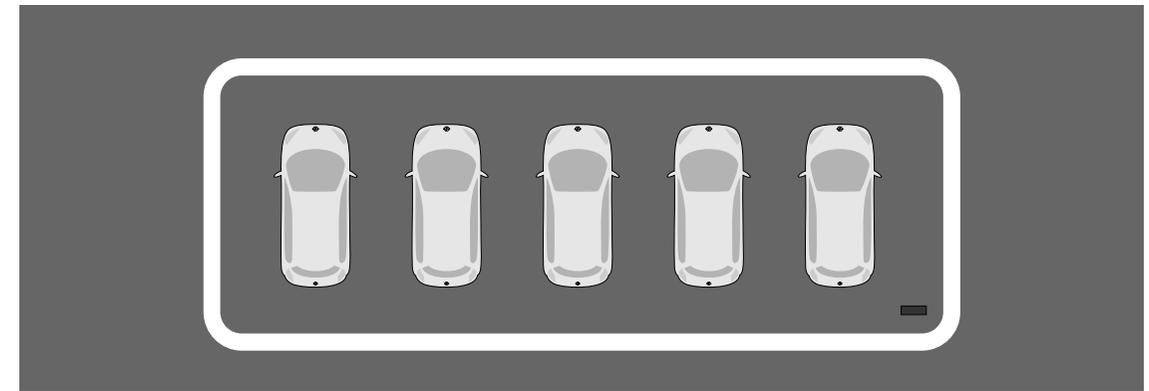
Elle utilise les composantes suivantes :

- 1 Le mât d'aire.
- 2 Le mât d'éclairage (optionnel).
- 3 La banderole promotionnelle.

8.1.7 Intégration de la zone flagship renew



1



2

PRINCIPES D'IMPLANTATION

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

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

- 1 Zone flagship renew à 1 véhicule.
- 2 Zone flagship renew à 5 véhicules.

8.2

LE SHOWROOM RENEW

8.2.1 Fondamentaux

Règle générique

Le showroom renew peut être implanté aux côtés des showrooms Renault & Dacia à condition de respecter les surfaces minimales permettant la présentation de l'intégralité des gammes des 2 marques.

Le fronton du showroom renew est recouvert de résille métallique.

L'entrée dédiée au showroom renew est identifiée par un caisson d'identification et un panneau de promesse.

Le showroom renew est toujours séparé des showrooms Renault & Dacia, à minima, par des cloisons transparentes.

Adaptation possible

Le nombre de véhicules exposés et la dimension du showroom renew sont adaptés à chaque site en fonction du potentiel commercial.

Interdit

La signature renew ne doit jamais être implantée sur le fronton d'un site multimarque.

8.2.2 Implantation dans le bâtiment

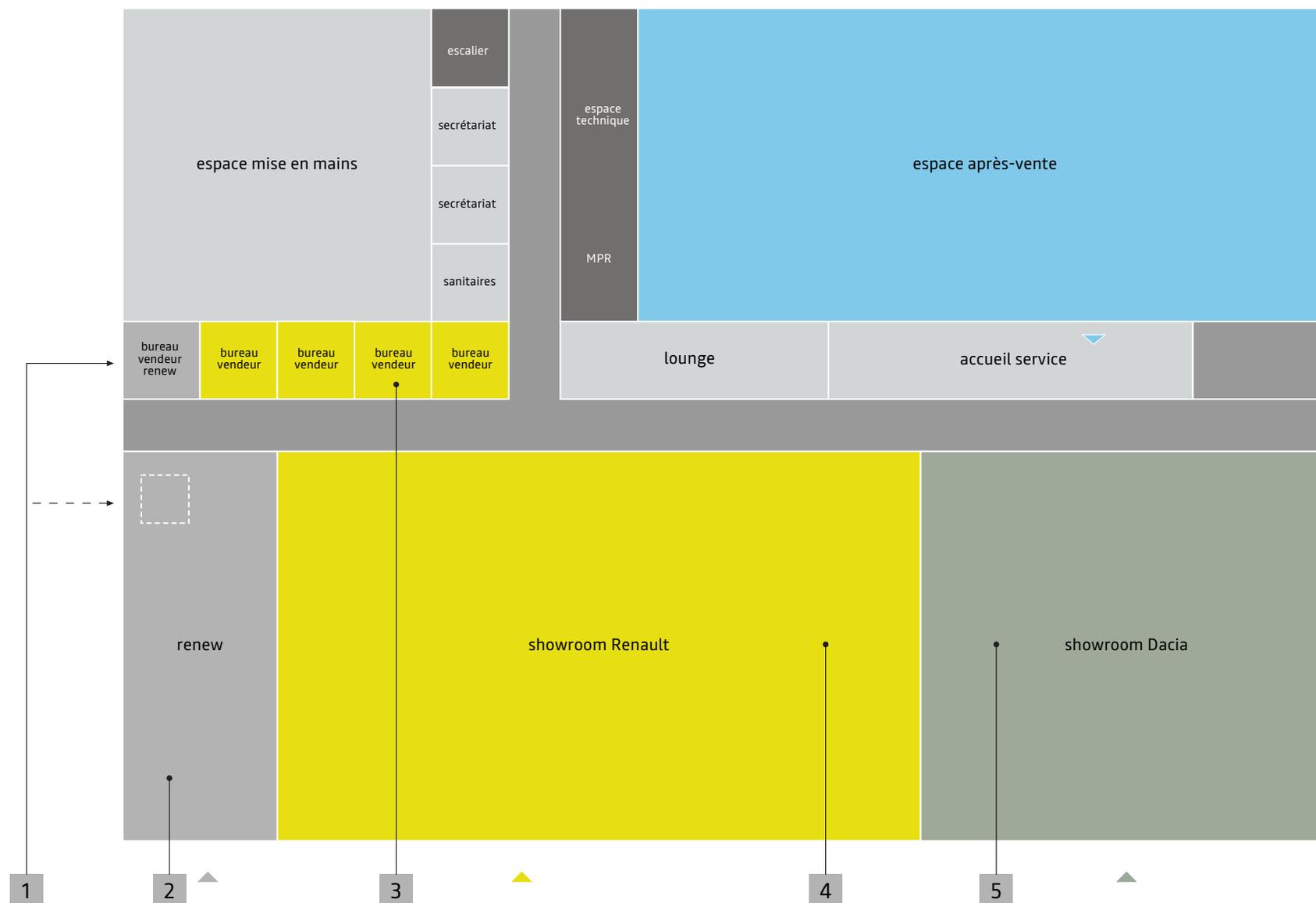
PRINCIPES D'IMPLANTATION

Le showroom renew est intégré aux côtés des showrooms Renault & Dacia.

Depuis le parking clients, les clients peuvent se rendre directement dans ce showroom, une porte d'entrée identifiée renew étant implantée en façade.

Le bureau vendeur renew est, soit intégré avec les bureaux vendeurs Renault, soit directement dans le showroom renew sous la forme d'un bureau ouvert en îlot.

- 1 Bureau vendeur renew.
- 2 Allée de circulation centrale.
- 3 Bureaux vendeurs Renault.
- 4 Showroom Renault.
- 5 Showroom Dacia.



8.2.3 Intégration du showroom renew dans le bâtiment



PRINCIPES D'INTÉGRATION

L'enjeu pour les marques Renault et Dacia est d'exposer l'intégralité des modèles composant leurs gammes.

Si cette condition est remplie, l'intégration d'un showroom renew dans le bâtiment principal est possible.

La surface affectée au showroom renew est variable dépendant du potentiel commercial de chaque site.

Les exemples ci-contre illustrent les surfaces standards affectées aux showrooms des marques Renault & Dacia avec intégration du showroom renew.

1 Configuration associant 12 véhicules Renault à 6 véhicules Dacia.

2 Configuration associant 8 véhicules Renault à 6 véhicules Dacia.



8.2.4 Variante d'intégration du showroom renew



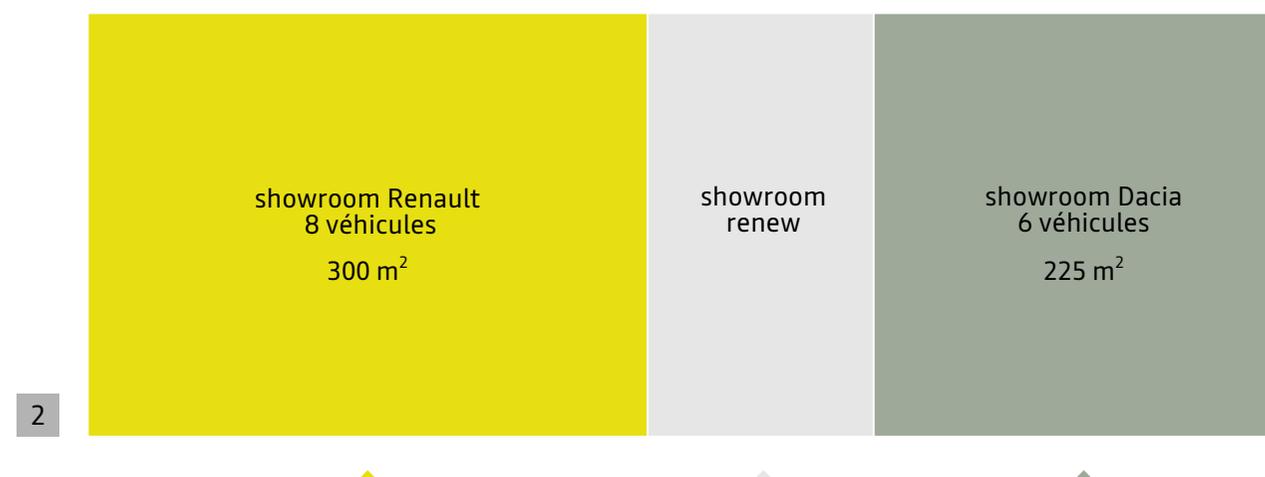
VARIANTE D'INTÉGRATION

Le showroom renew peut être implanté à côté du showroom Dacia.

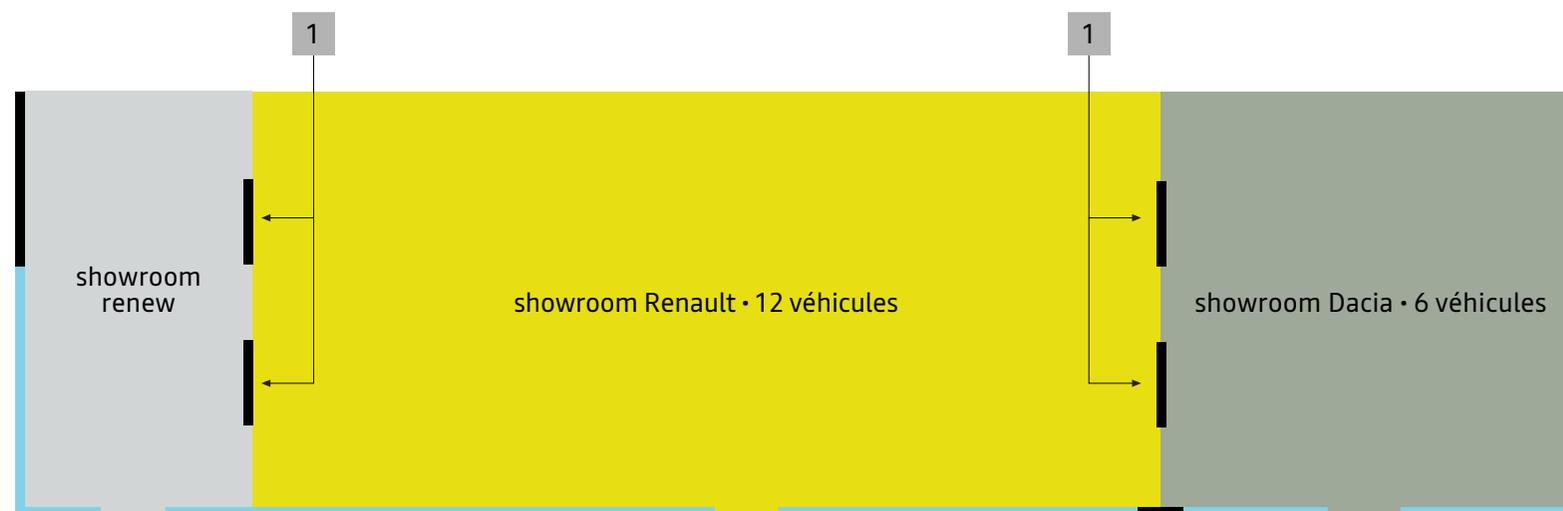
Les exemples ci-contre illustrent les surfaces standards affectées aux showrooms des marques Renault & Dacia avec intégration du showroom renew.

1 Configuration associant 12 véhicules Renault à 6 véhicules Dacia.

2 Configuration associant 8 véhicules Renault à 6 véhicules Dacia.



8.2.5 Principe de séparation des showrooms des marques Renault Group

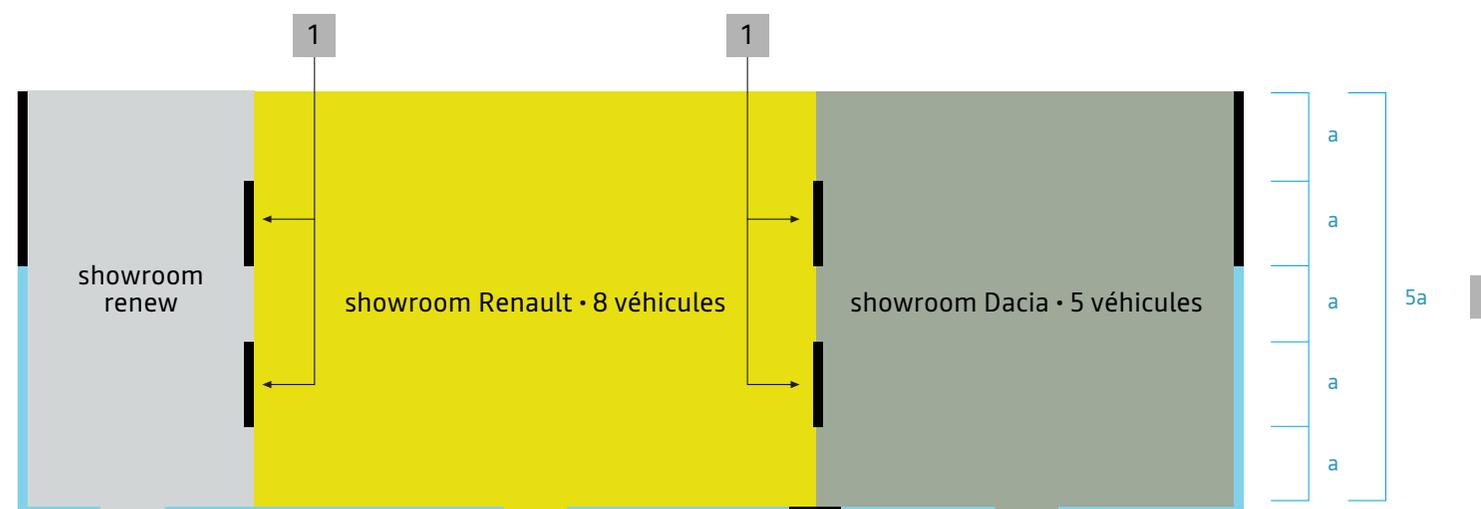


PRINCIPES

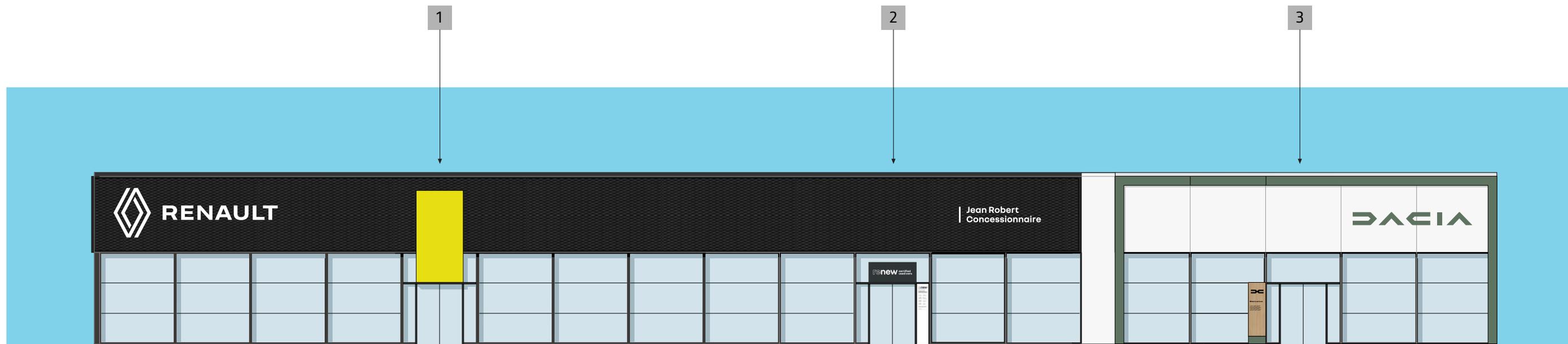
Des cloisons transparentes séparent les 3 showrooms. Elles sont une hauteur minimale de 2,3 m.

Ces cloisons sont spécifiques aux showrooms des marques Renault Group (à l'exception du showroom Alpine qui est toujours séparé par une cloison pleine).

- 1 Cloisons autoportantes transparentes.
- 2 Ces cloisons modulaires couvrent idéalement 2/5 de la profondeur du showroom et à minima 1/3 de la profondeur de celui-ci.



8.2.6 La façade du showroom renew



PRINCIPES D'IDENTIFICATION

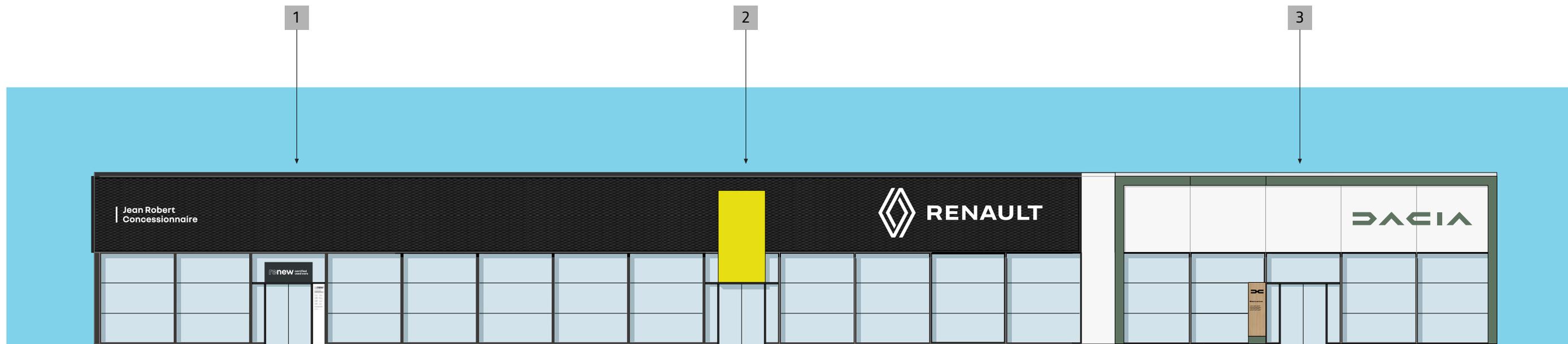
L'identification de la présence de renew se fait par le marquage de porte comprenant un caisson d'identification associé à un panneau de promesse client.

La résille métallique habille les frontons des façades des showrooms renew et Renault.

Aucune séparation entre les façades de ces showrooms n'est à prévoir.

- 1 Entrée du showroom Renault.
- 2 Entrée du showroom renew.
- 3 Entrée du showroom Dacia.

8.2.7 La façade du showroom renew • Variante



VARIANTE

L'illustration ci-contre présente le cas où le showroom renew est implanté à côté du showroom Renault.

La signature Renault présente sur le fronton de façade n'est jamais positionnée au-dessus de la porte d'entrée du showroom renew.

- 1 Entrée du showroom Renault.
- 2 Entrée du showroom renew.
- 3 Entrée du showroom Dacia.

9

RENAULT PRO+

9.1

L'EXPOSITION EXTÉRIEURE RENAULT PRO+

9.1.1 Fondamentaux

Règle générique

Les véhicules utilitaires sont présentés dans une zone d'exposition extérieure identifiées à Renault Pro+.

Cette zone est, de préférence, implantée à proximité du showroom Renault auquel elle est reliée par un passage protégé.

Les clients professionnels accèdent directement à l'exposition Renault Pro+ depuis le parking clients ou, le cas échéant, depuis les showrooms, en empruntant l'allée de circulation centrale.

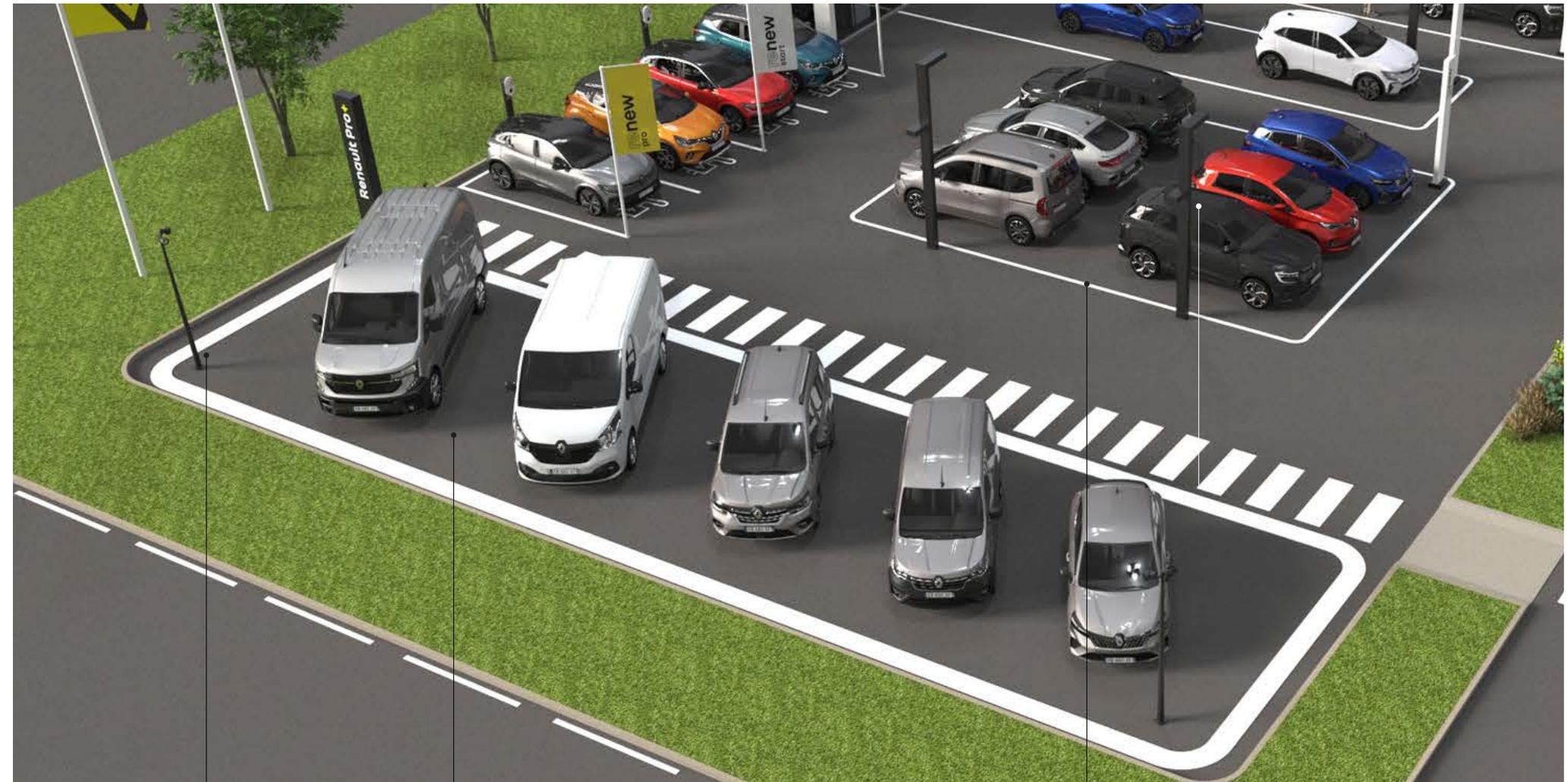
Adaptation possible

Le nombre de véhicules exposés et la dimension de la zone d'exposition Renault Pro+ sont adaptés au potentiel commercial de chaque site.

Interdit

Les drapeaux Renault Pro+ ne doivent jamais être mélangés avec les drapeaux des marques présentes sur le site.

9.1.2 Présentation



PRINCIPES D'IMPLANTATION

Les véhicules utilitaires sont présentés dans la zone d'exposition extérieure Renault Pro+.

Cette zone dispose d'éléments spécifiques de signalétique.

La zone Renault Pro+ s'implante proche du showroom Renault. Un passage protégé la relie au parking clients et aux showrooms.

Elle peut co-exister avec une zone d'exposition extérieure renew.

1 Exposition extérieure Renault Pro+.

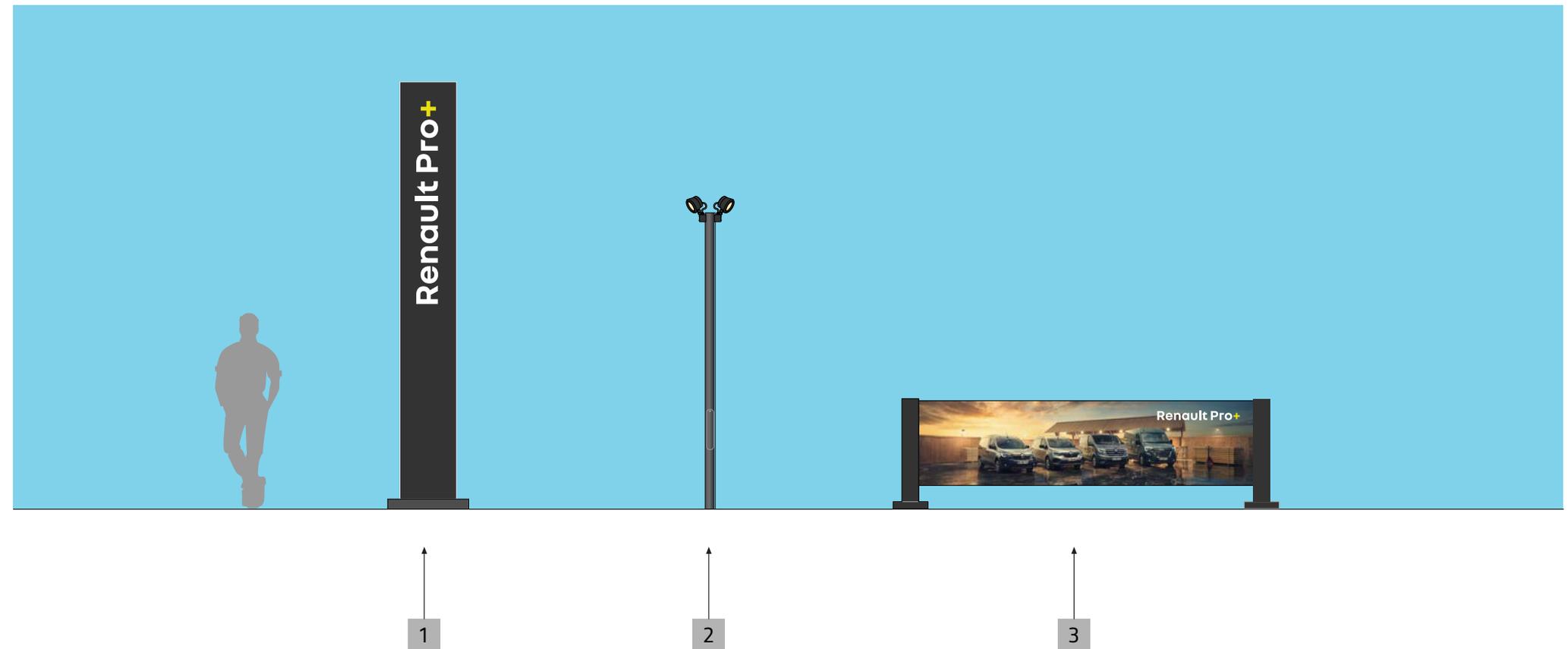
2 Zone d'exposition renew.

2

1

2

9.1.3 Les éléments signalétiques



PRINCIPES D'IDENTIFICATION

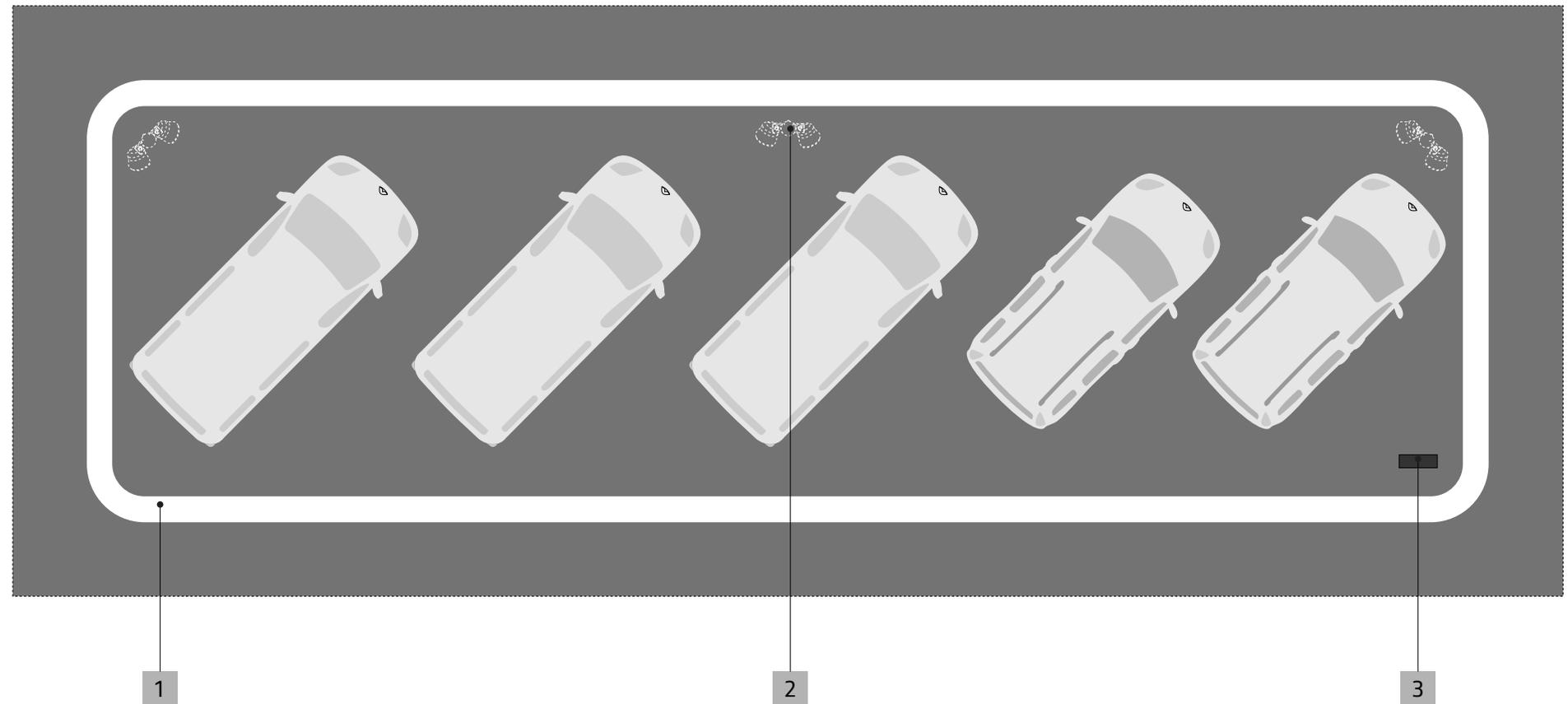
Des composantes spécifiques à Renault Pro+ permettent d'identifier et d'animer les zones d'exposition dédiées aux véhicules utilitaires.

Il est préconisé d'implanter une zone d'exposition proche des autres zones d'exposition (dont renew) afin de présenter les principaux modèles de la gamme.

Elle utilise les éléments suivants :

- 1 Le mât d'aire.
- 2 le mât d'éclairage.
- 3 La banderole promotionnelle.

9.1.4 La configuration-type de l'exposition extérieure

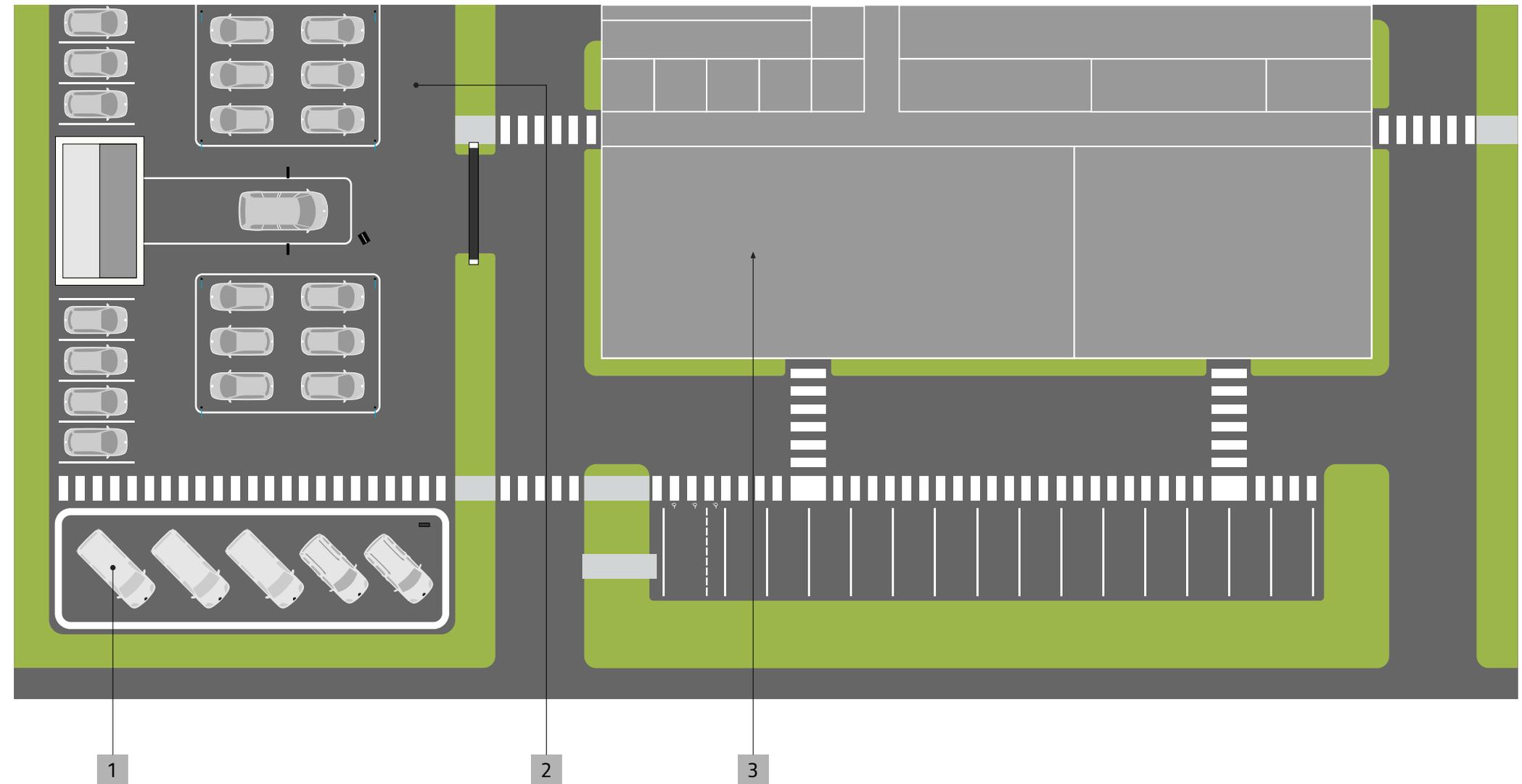


PRINCIPES D'IMPLANTATION

L'exposition extérieure donne de la visibilité à l'offre Renault Pro+ de par l'impact de la présence des véhicules exposés.

- 1 Le marquage au sol de la zone.
- 2 Le mât d'éclairage.
- 3 Le mât d'aire.

9.1.5 Intégration de l'exposition extérieure Renault Pro+ au plan général



PRINCIPES D'IMPLANTATION

De préférence, la zone d'exposition Renault Pro+ s'implante à proximité du showroom Renault.

Des passages protégés la relient au parking clients et au bâtiment central.

En option, un bureau de vente Renault Pro+ peut être intégré dans le bâtiment.

1 Zone d'exposition extérieure Renault Pro+.

2 Zone d'exposition renew.

3 Showroom Renault.

9.2

LE BUREAU VENDEUR RENAULT PRO+

9.2.1 Fondamentaux

Règle générique

En complément de l'exposition extérieure, un bureau vendeur Renault Pro+ peut être intégré dans le showroom Renault.

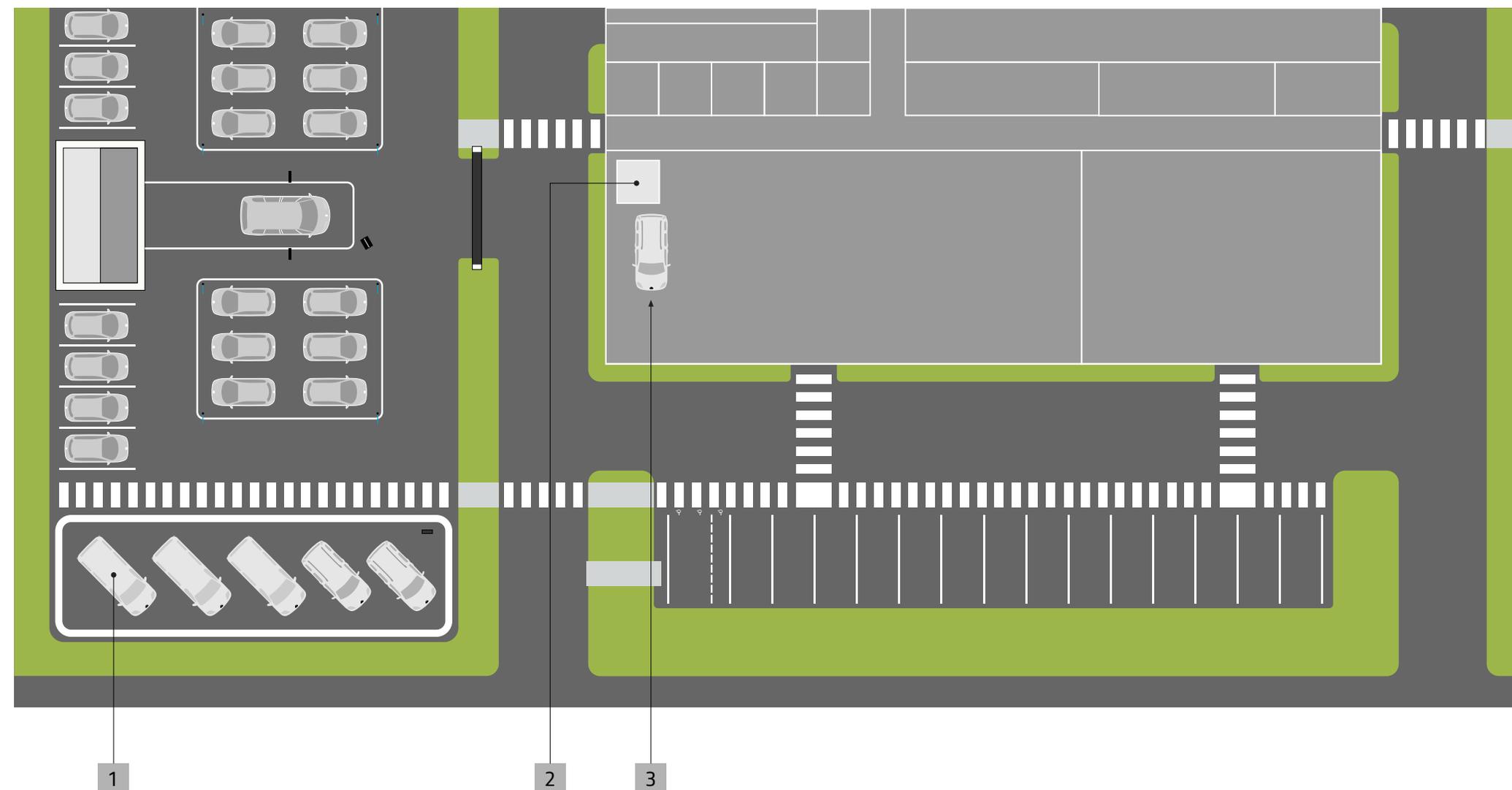
Un ou des véhicules utilitaires peuvent être intégrés dans le showroom Renault à condition que l'intégralité de la gamme Renault puisse y être présentée (6 à 8 véhicules selon la surface disponible).

Interdit

Les véhicules utilitaires de gros volume (Trafic ou Master) ne sont jamais présentés au sein du showroom Renault en raison de leurs dimensions imposantes.

Les modalités spécifiques d'intégration d'un showroom Renault Pro+ dans un site sont décrites dans les guides dédiés à ce label.

9.2.2 Intégration du bureau vendeur Renault Pro+ au plan général



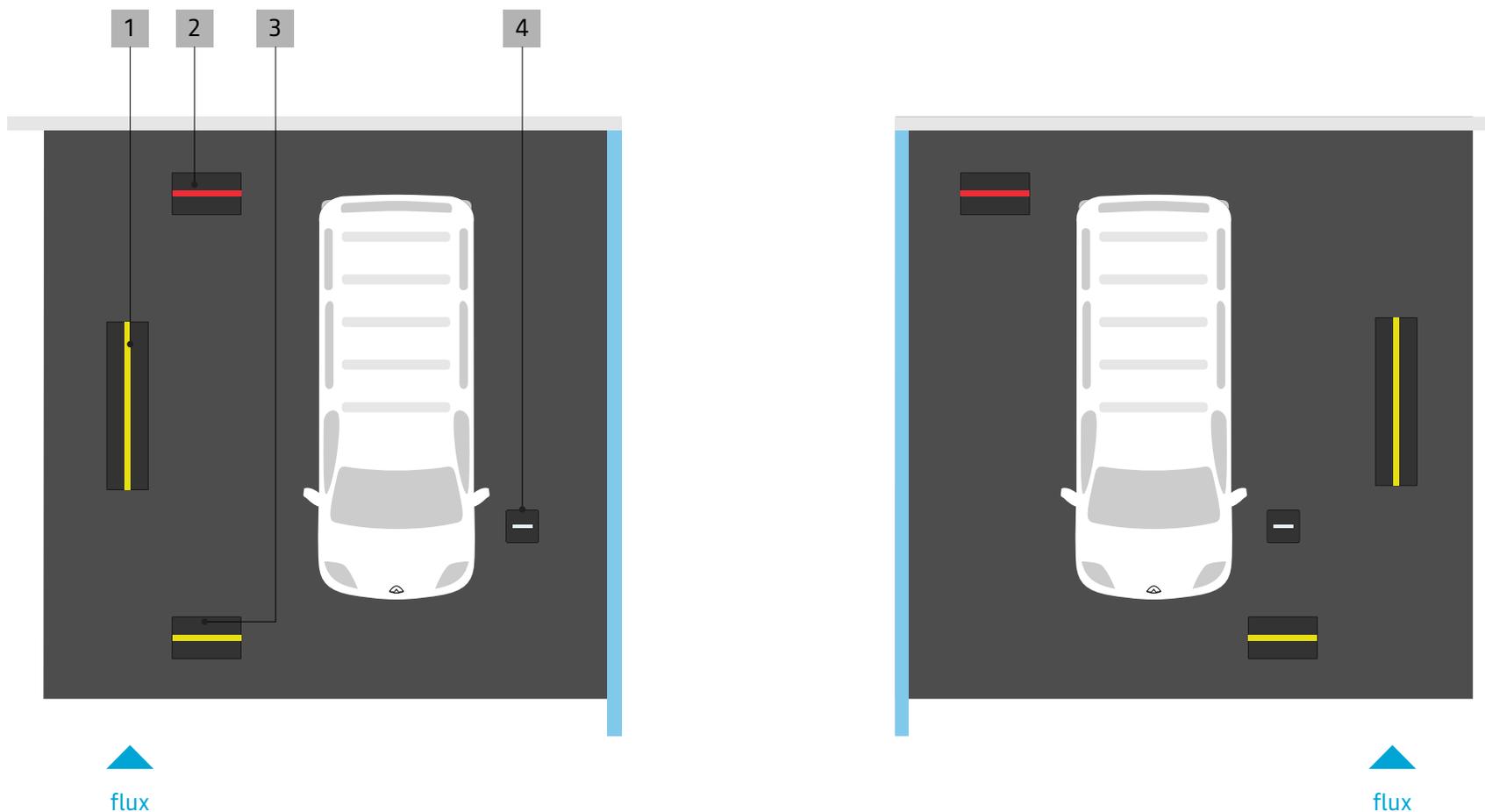
PRINCIPES D'IMPLANTATION

Le bureau vendeur Renault Pro+ peut s'implanter dans le showroom Renault.

De manière optionnelle, un ou des véhicules utilitaires de petit volume sont présentés dans le showroom à proximité du bureau vendeur dédié à la clientèle professionnelle.

- 1 Zone d'exposition extérieure Renault Pro+.
- 2 Bureau vendeur Renault Pro+ en îlot.
- 3 Véhicule utilitaire dans le showroom Renault.

9.2.3 Intégration d'un véhicule utilitaire dans le showroom Renault



PRINCIPES D'IMPLANTATION

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

La zone d'exposition peut-être adossée au mur du fond du showroom et de préférence, dans un angle du showroom.

Il convient d'éviter la présence d'un Master et/ou d'un véhicule transformé dans les showrooms VN.

- 1 La PLV 2x2 recharge VU.
- 2 Le totem-kakemono produit.
- 3 Le présentoir-prix.
- 4 Le totem-kakemono de promesse-clients.

10

LES ESPACES BACK-OFFICE

10.1

LES ESPACES ADMINISTRATIFS

10.1.1 Fondamentaux

Règle générique

Il est préconisé d'implanter les bureaux administratifs (non accessibles aux clients) en mezzanine au-dessus des bureaux vendeurs et des services communs afin d'optimiser la surface au sol du site et de ne pas mélanger les flux front-office et back-office.

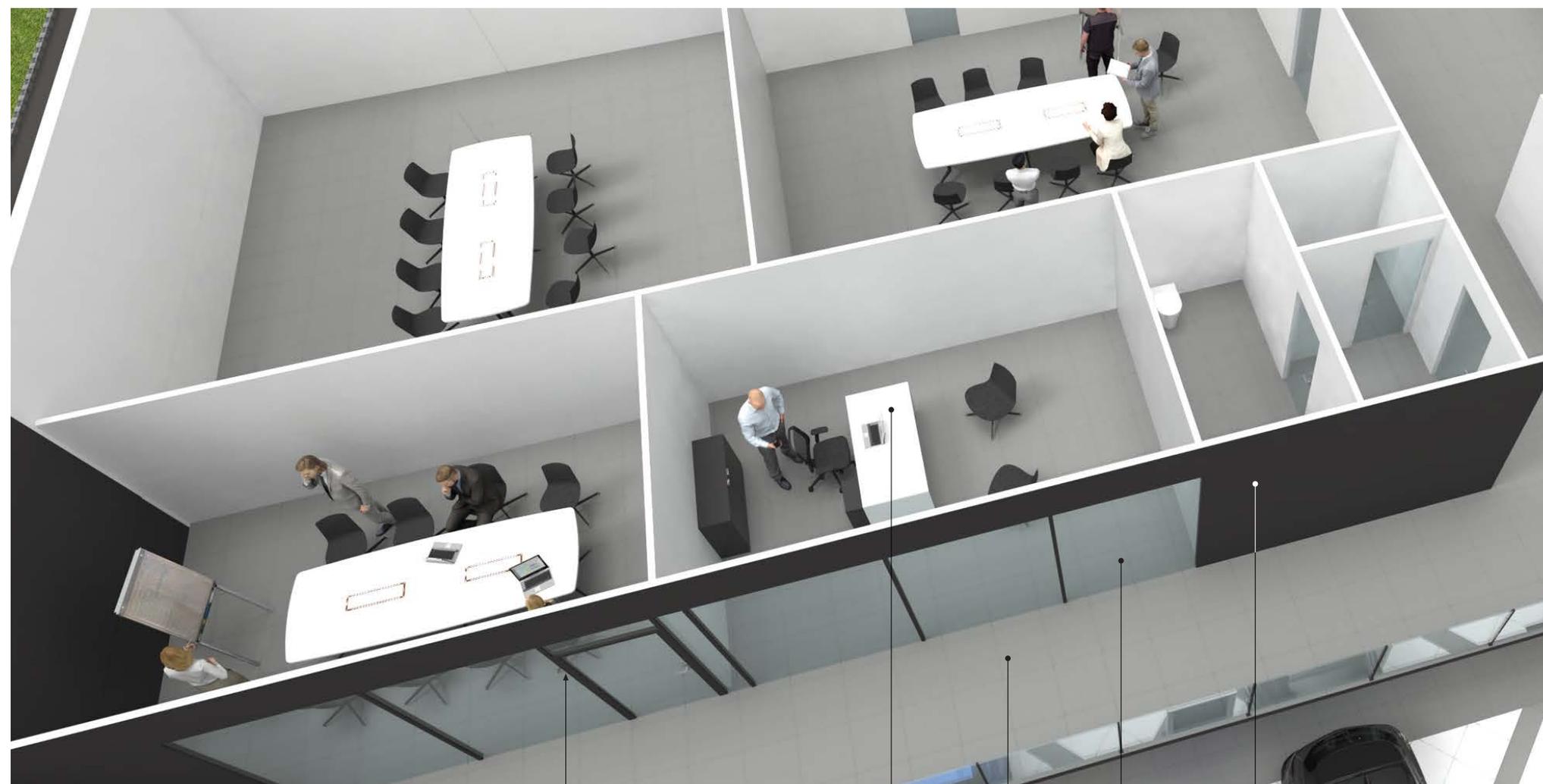
10.1.2 Présentation

PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Les espaces administratifs sont traités de manière neutre (sans présence des signes d'identité des marques).

Ils sont déportés des espaces front-office et implantés en mezzanine, accessibles via une cage d'escalier les reliant aux espaces communs.

- 1 Les huisseries des bureaux administratifs sont peintes en noir.
- 2 Le mobilier administratif est celui préconisé par Renault group. Les revêtements des assises sont gris moyen.
- 3 Le sol (mezzanine et bureaux administratifs) est gris moyen proche de la teinte utilisée pour le traitement des espaces communs.
- 4 Les parois vitrées (mezzanine et bureaux) sont en verre clair.
- 5 La façade orientée vers les showrooms est peinte en gris RAL 7021 en finition mate (ossature des parois vitrées et murs).



1

2

3

4

5

10.2

LES ESPACES TECHNIQUES

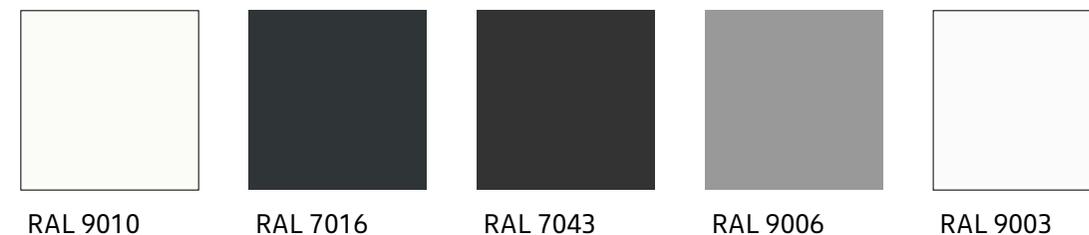
10.2.1 Fondamentaux

Règle générique

Les standards Renault Group s'appliquent dans les espaces techniques back-office.

Les différentes fonctions de l'atelier s'organisent selon les différents flux entrants (véhicules, pièces détachées, Atelier E-tech, ...) et les flux sortants vers le front-office (espace de mise en mains et parking de restitution suite aux opérations de maintenance).

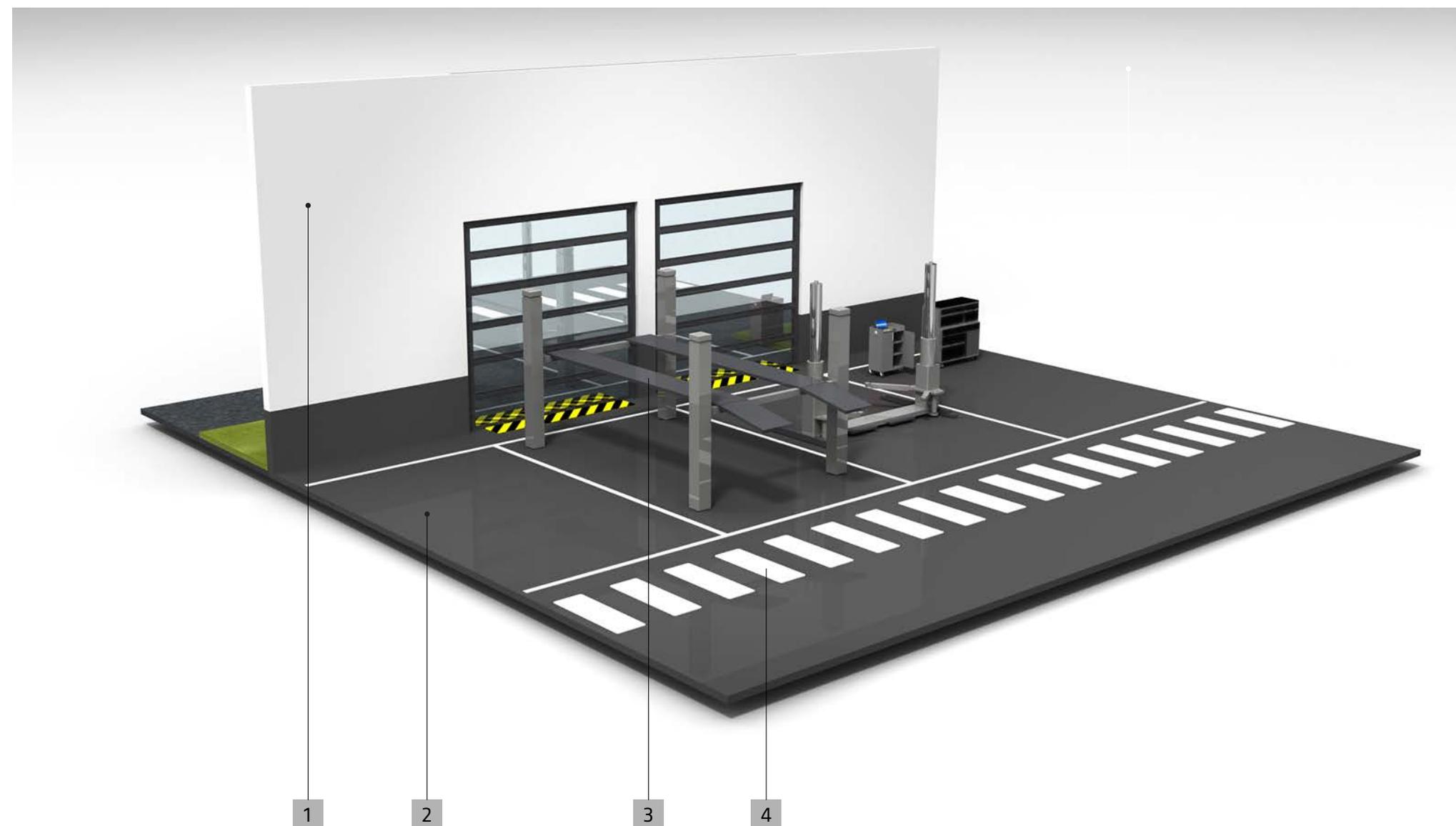
10.2.2 Ambiance générale



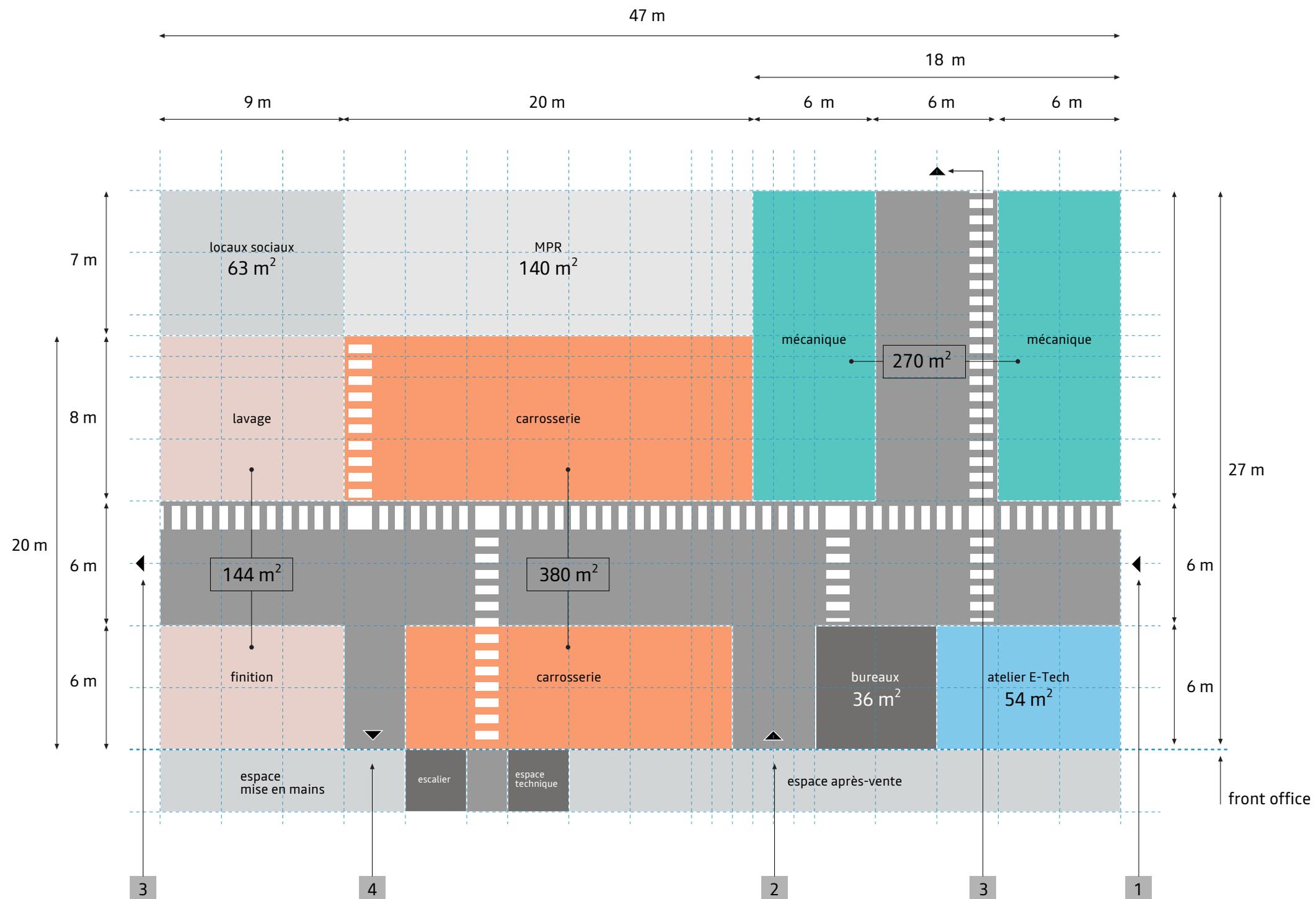
PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Les standards Renault Group back office s'appliquent dans le cadre des ateliers des sites multimarques.

- 1 Les murs
Peinture blanc RAL 9010 mat avec sous-bassement gris foncé RAL 7016 sur une hauteur de 1 m.
- 2 Les sols
Mortier auto-lissant avec résine époxy gris foncé RAL 7043 ou carrelage technique gris foncé.
- 3 Les ponts et le matériel de levage
Le matériel d'atelier fait l'objet d'une homologation y compris pour les teintes retenues : plateaux gris RAL 7016 et piliers gris métallisé RAL 9006.
- 4 Les marquages au sol
Les cheminements piétons et les délimitations des postes de travail sont réalisés en peinture RAL 9003 en finition mate.



10.2.3 Exemple d'implantation



DESCRIPTION

L'implantation ci-contre est donnée à titre d'exemple.
La surface totale est de l'ordre de 1000 m².

Les différentes fonctions prennent en compte les différents flux :

- 1 Flux entrant extérieur.
- 2 Flux entrant espace après-vente.
- 3 Flux sortant vers l'extérieur.
- 4 Transition depuis la finition vers l'espace de mise en mains.

11

LES SITES MULTIMARQUES ALPINE

11.1

PRINCIPES GÉNÉRIQUES D'INTÉGRATION

11.1.1 Les parcours clients Alpine

- 1 **Les clients disposent d'un parking dédié** implanté devant l'entrée du showroom.
- 2 **Le showroom Alpine dispose d'une entrée dédiée.** Il est totalement séparé des autres espaces du site par une cloison pleine opaque.
- 3 **L'accueil et l'attente des clients** se font dans le showroom Alpine.
- 4 **Configuration des véhicules, négociation et financement** sont réalisés par un conseiller Alpine dédié.
- 5 **La livraison et la mise en mains** se font dans le showroom Alpine.
- 6 **L'accueil des clients dans le cadre des opérations après-vente se fait dans le showroom.** La restitution des véhicules se fait devant le showroom Alpine.
- 7 **Les véhicules d'occasion Alpine certified** sont exposés dans le showroom ou à proximité.

11.1.2 Vue générale d'un site multimarque Renault Dacia Alpine



11.1.3 Éléments-clés de l'intégration d'un showroom Alpine



Une identification complète de la façade Alpine



Un parking clients dédié devant le showroom Alpine



Un showroom autonome des autres fonctions du site



Une façade harmonieuse offrant une grande visibilité

11.2

LES ABORDS ET LE PARKING CLIENTS ALPINE

11.2.1 Fondamentaux

La signalétique d'identification

La marque Alpine peut s'intégrer aux côtés des marques Renault et Dacia sur les supports de présignalétique.

Les totems ou les enseignes sur mâts sont spécifiques à chacune des marques.

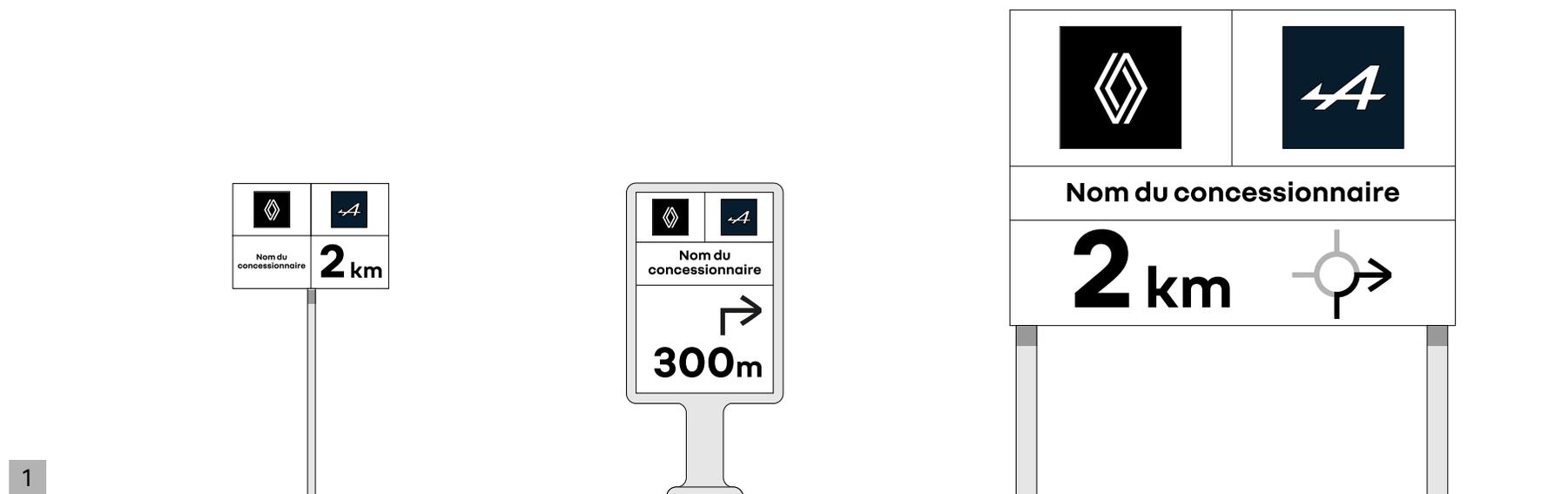
Ils sont implantés devant l'entrée des showrooms respectifs.

Les parkings

Sur un site multimarque Renault Group, les parkings clients sont dédiés à chacune des marques et implantés devant les façades des showrooms respectifs.

La signalétique directionnelle commune guide les clients, contribuant à relier les différentes zones aux showrooms des marques.

11.2.2 La présignalétique des sites multimarques Renault Group



PRINCIPES

Les panneaux de présignalétique des sites multimarques de Renault Group comportent les signatures des différentes marques présentées de manière équilibrée.

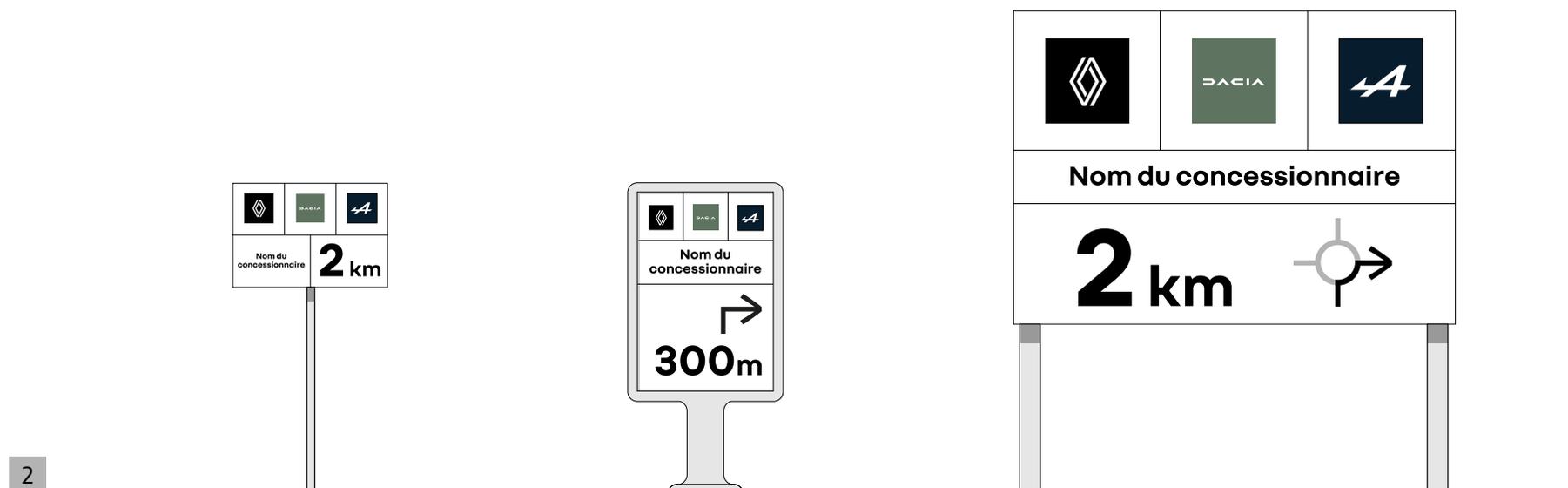
Les informations directionnelles sont personnalisées à chaque situation.

Elles apparaissent en typographie neutre Renault Group.

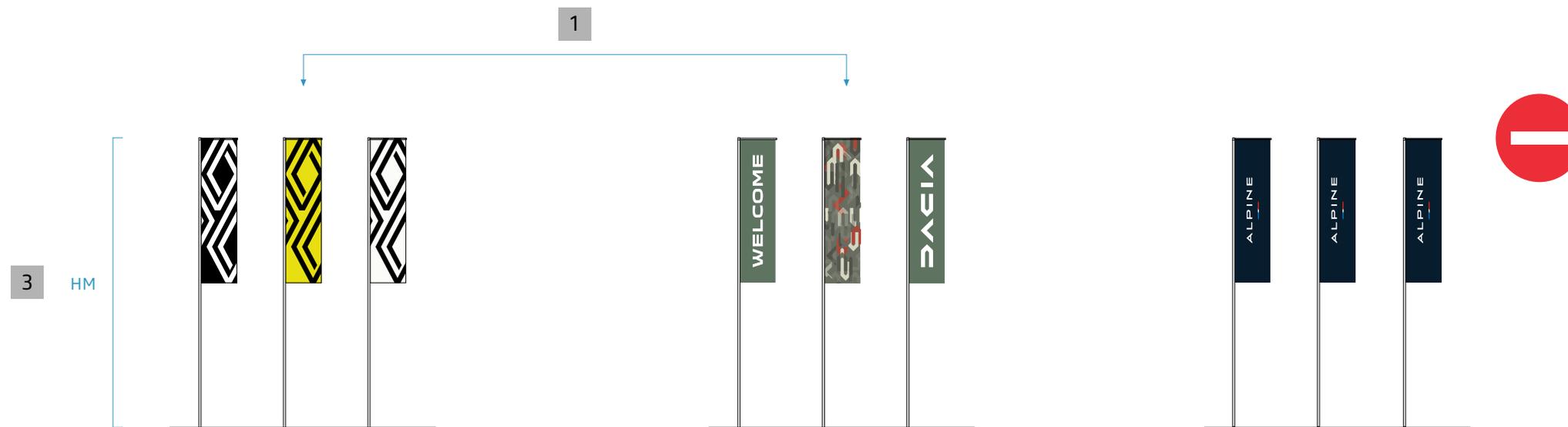
Différents formats sont déclinés pour répondre aux cas d'implantation couverts par une réglementation stricte.

1 Site multimarque à 2 marques

2 Site multimarque à 3 marques



11.2.3 Les drapeaux des sites multimarques Renault Group

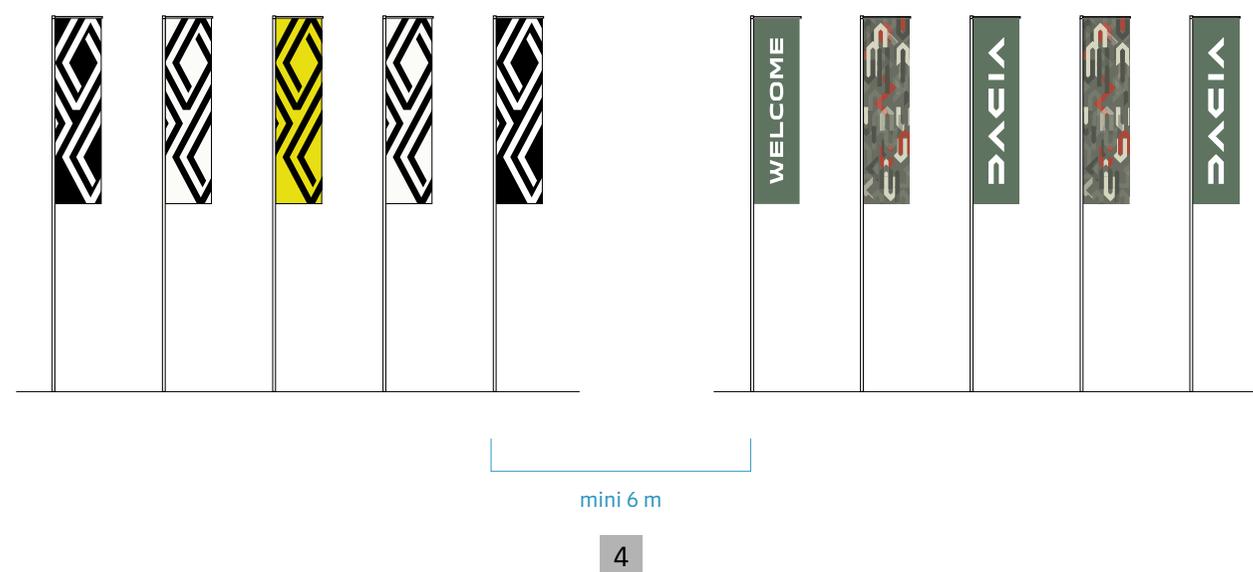


PRINCIPES

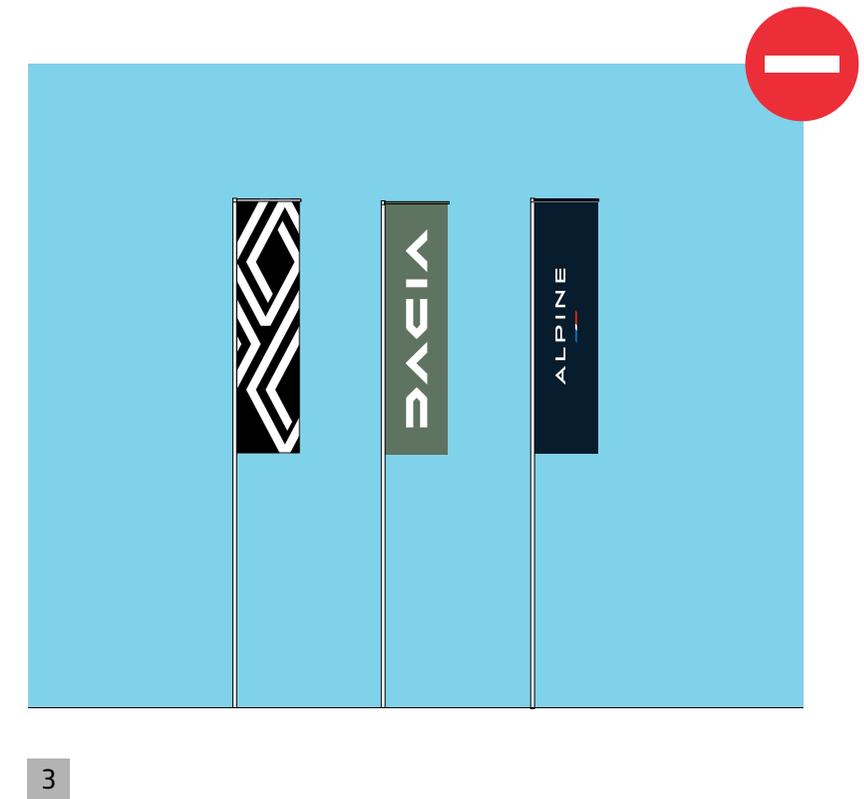
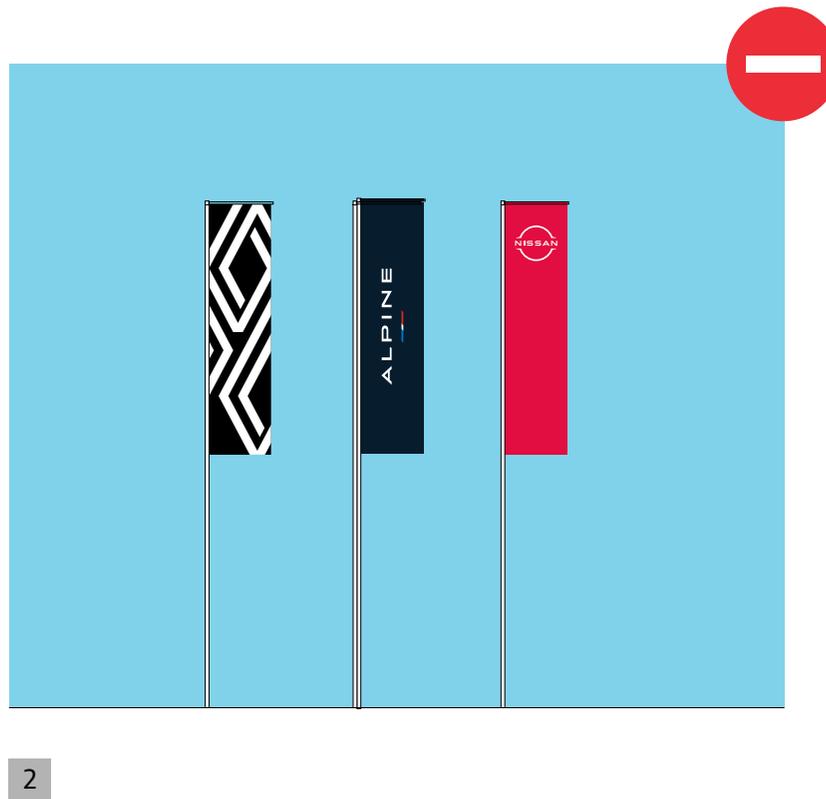
Les drapeaux Alpine ne font pas partie des standards actuels de la marque.

Seuls les drapeaux des marques Renault & Dacia sont présents sur un site multimarque Renault Group.

- 1 Le nombre de drapeaux est identique pour chacune des marques présentes sur le site. Les drapeaux de chacune des marques sont présentés par groupes de 3 ou de 5.
- 2 Les dimensions des drapeaux sont les mêmes pour chacune des marques.
- 3 Les hauteurs des mâts sont les mêmes pour chacune des marques.



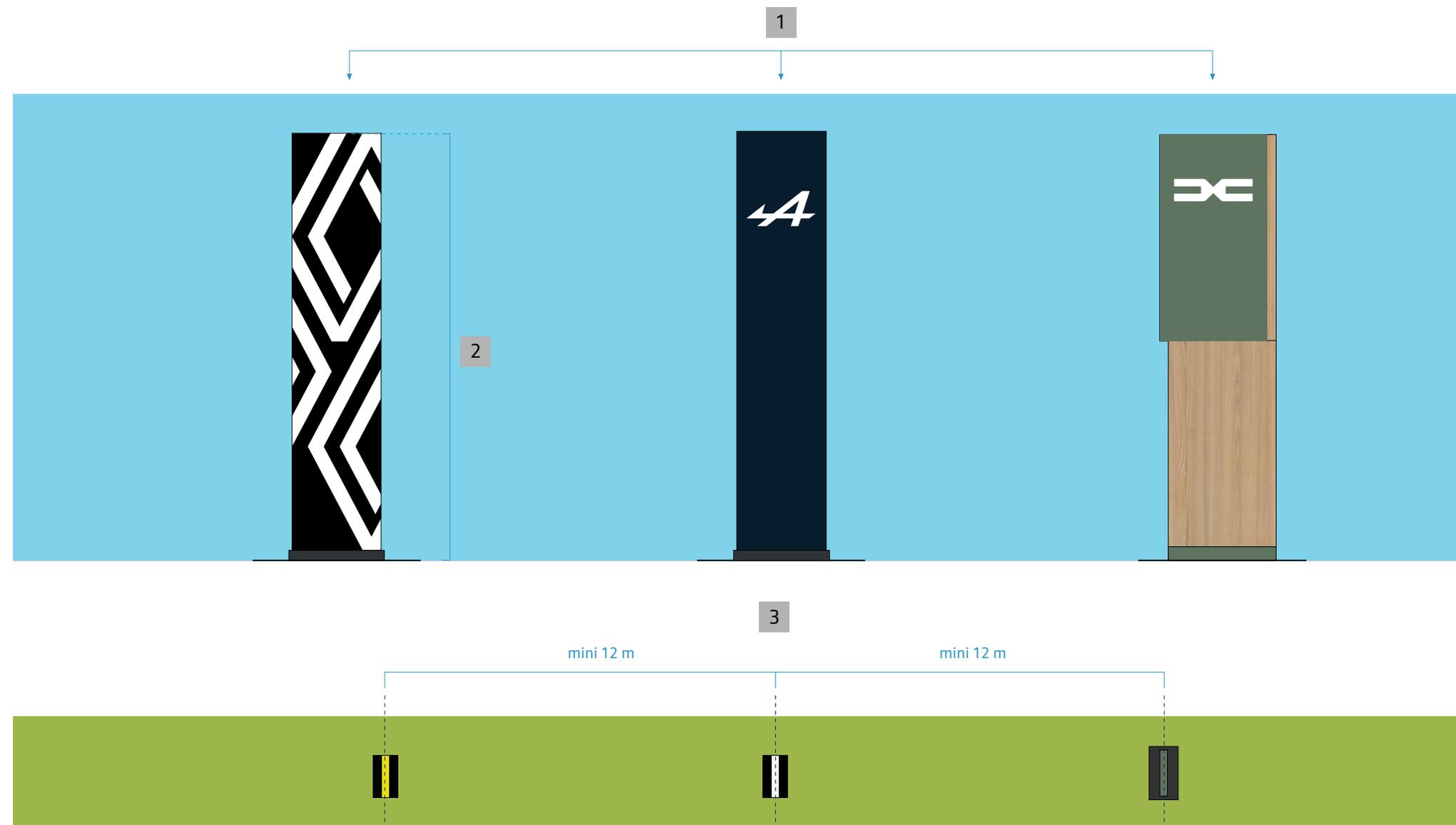
11.2.4 Les drapeaux • Interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Mélange des drapeaux Renault avec un drapeau de la marque Alpine.
- 2 Mélange des drapeaux des marques de Renault Group avec celui d'une marque hors Renault Group.
- 3 Mélange des drapeaux des 3 marques de Renault Group.

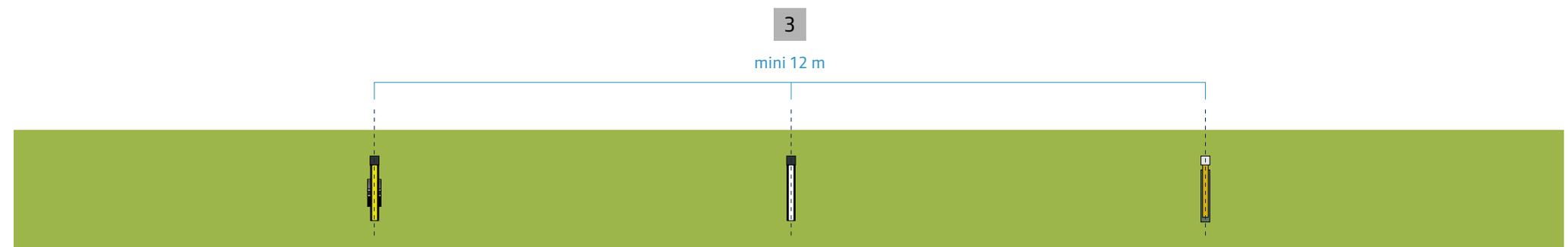
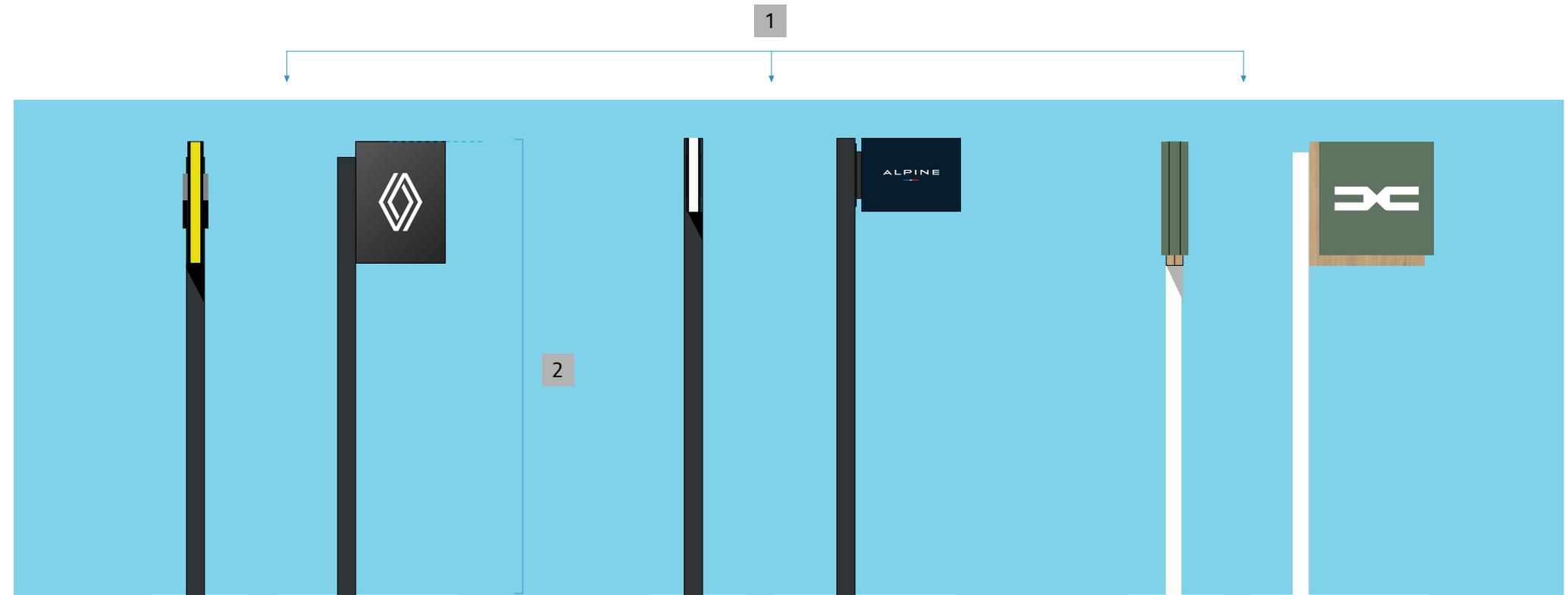
11.2.5 Les totems



PRINCIPES

- 1 Le totem de chacune des marques est implanté devant le showroom dédié.
- 2 Les totems des différentes marques ont une taille et un impact similaires.
- 3 Pour toutes les marques, la distance minimale à respecter entre 2 totems est de 12 m.

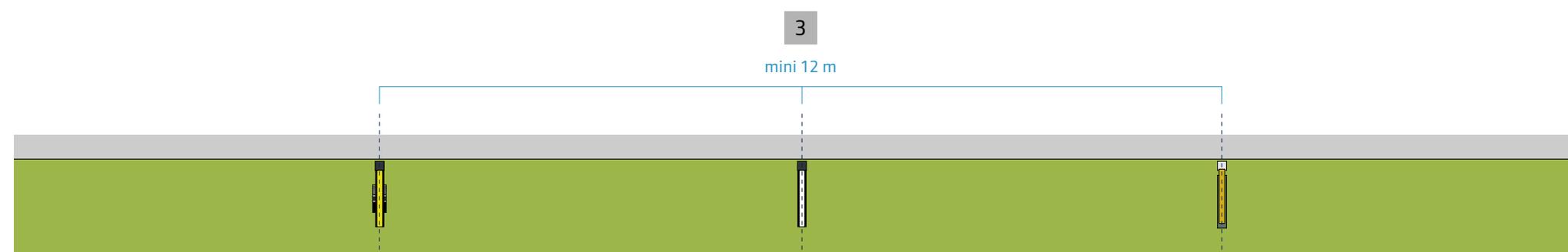
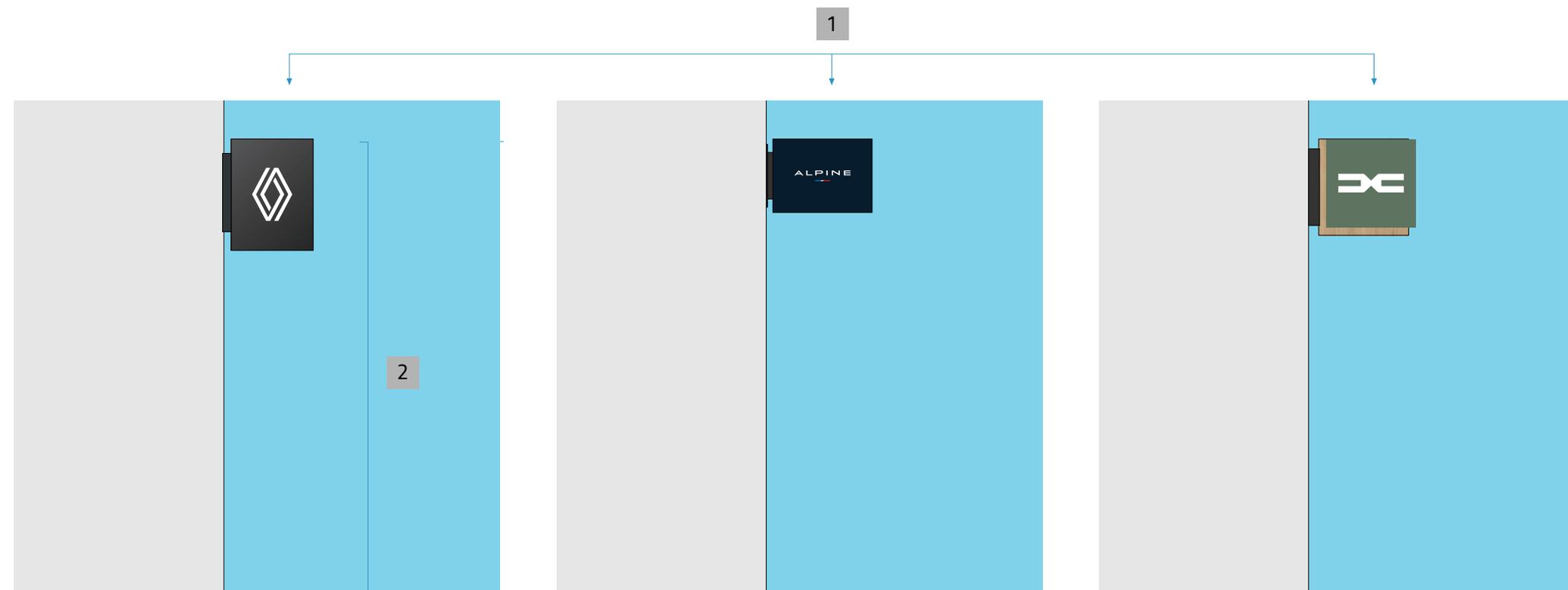
11.2.6 Les enseignes en drapeau sur mât



PRINCIPES

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

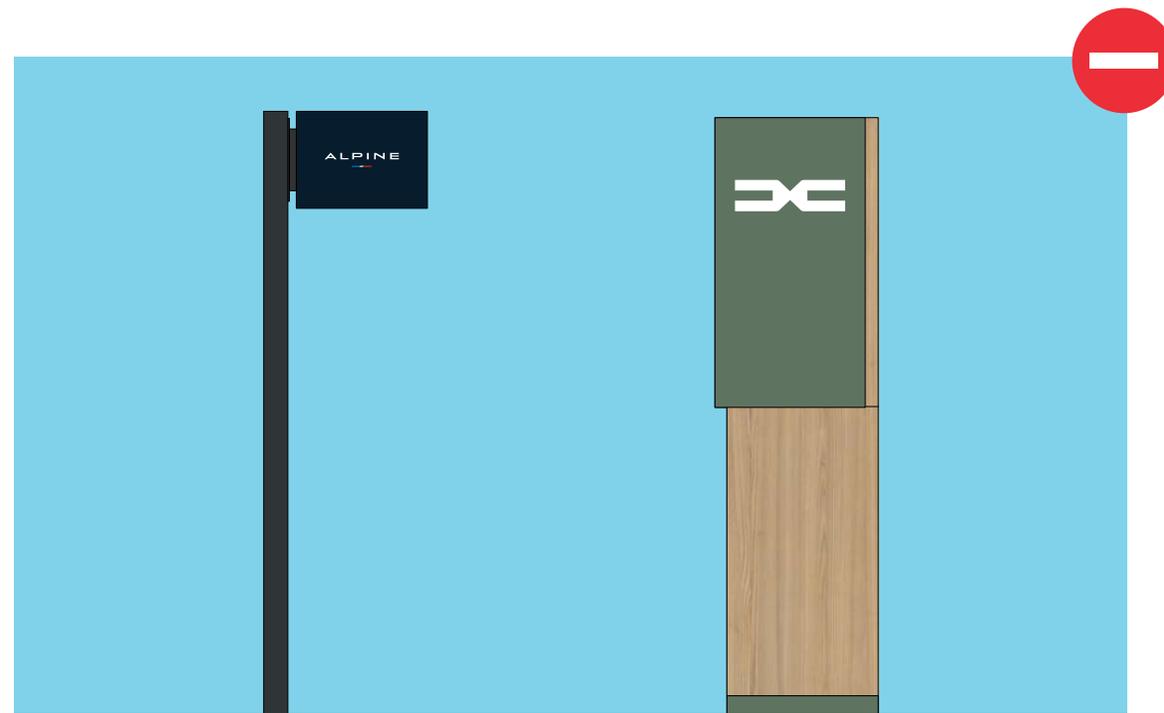
11.2.7 Les enseignes en drapeau sur façade



PRINCIPES

- 1 Les enseignes sur façade sont utilisées dans les sites urbains lorsque elles ne peuvent pas être installées sur mâts, déportés de la façade.
- 2 Les enseignes doivent être implantés à une même hauteur au sol afin d'offrir un impact similaire.
- 3 La distance minimale entre 2 enseignes sur façade est de 12 m.

11.2.8 Les totems et les enseignes en drapeau • interdits



1

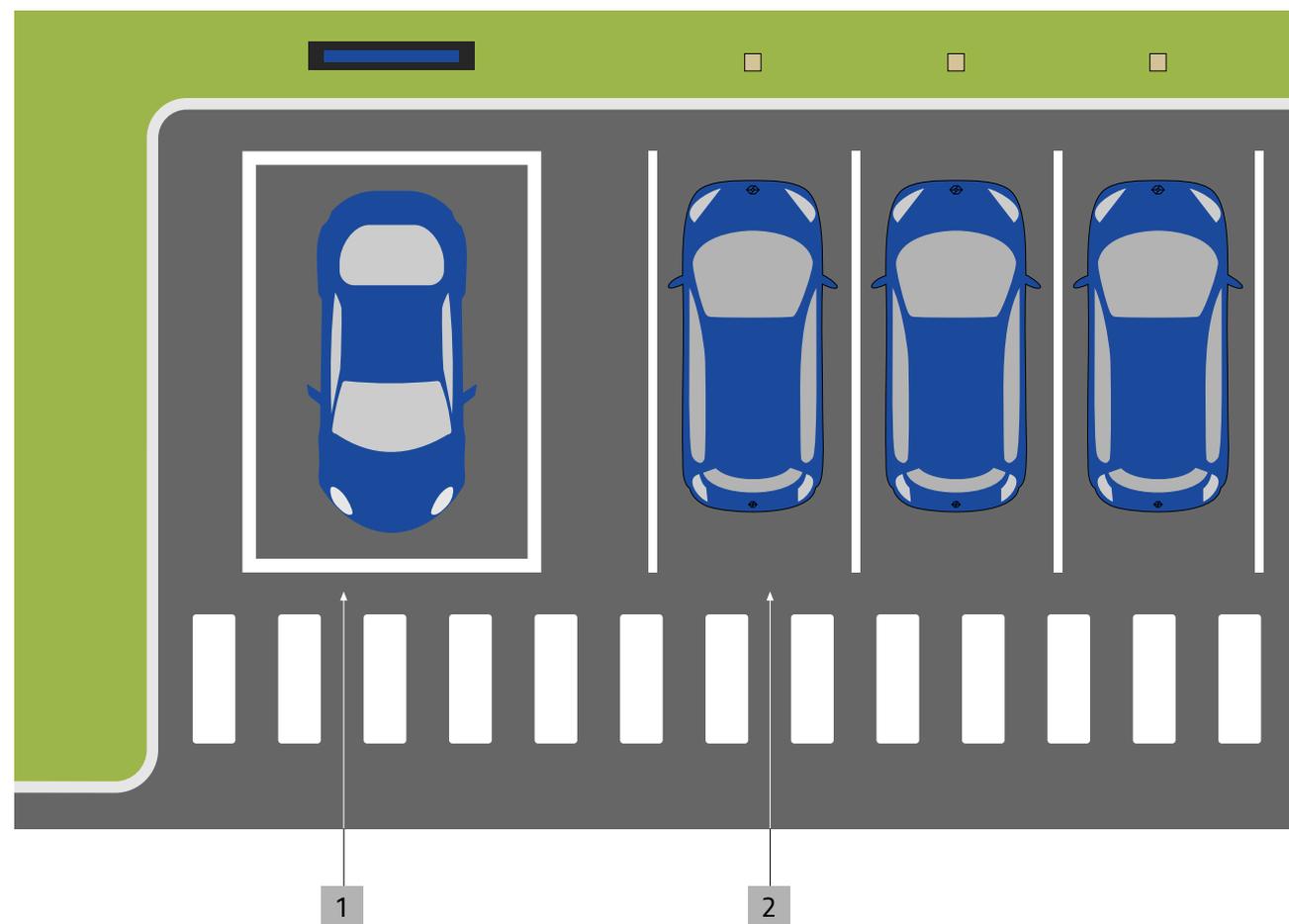


2

PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Les enseignes sur mât ne doivent pas être utilisées en combinaison avec le totem de l'une des marques.
- 2 Les enseignes multimarques montées sur mât sont réservées au réseau commercial R2.

11.2.9 Le parking clients et le test drive Alpine

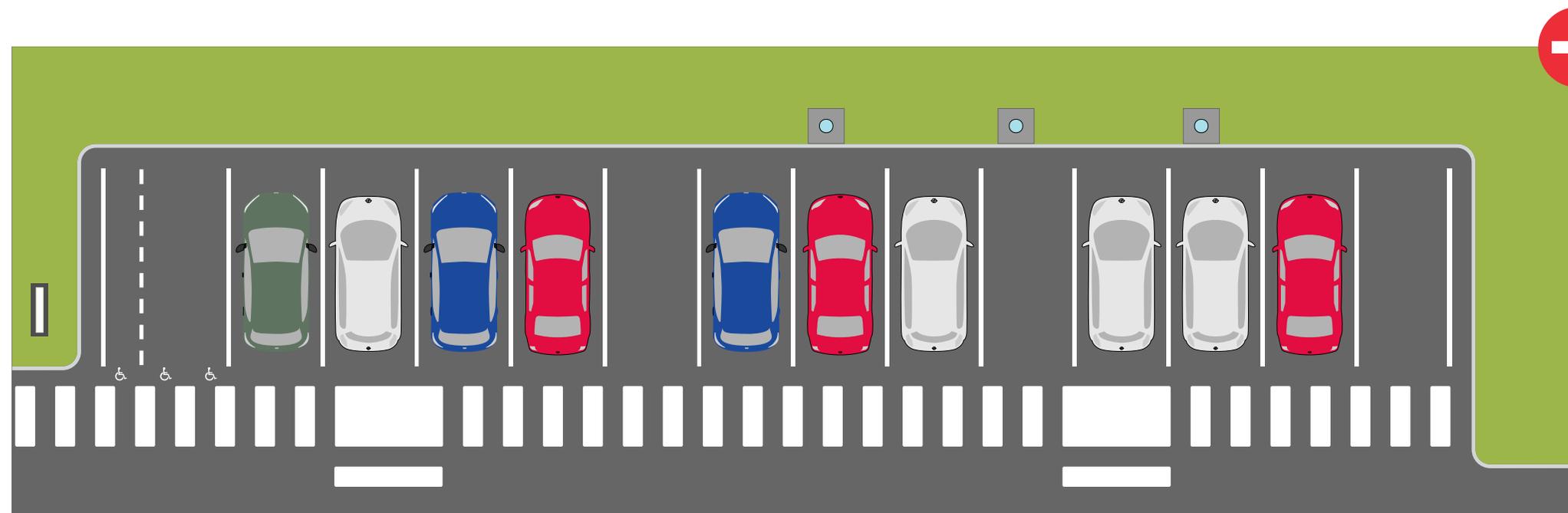


PRINCIPE

Le parking clients et le test drive Alpine sont séparés des autres parking présents sur le site multimarque.

- 1 Le test drive Alpine présente un véhicule. Il est matérialisé au sol par un rectangle blanc.
- 2 Un nombre minimal de 3 places de parking sont dédiées aux clients Alpine, implantés devant l'entrée du showroom de la marque.

11.2.10 Le parking clients Alpine • Interdit

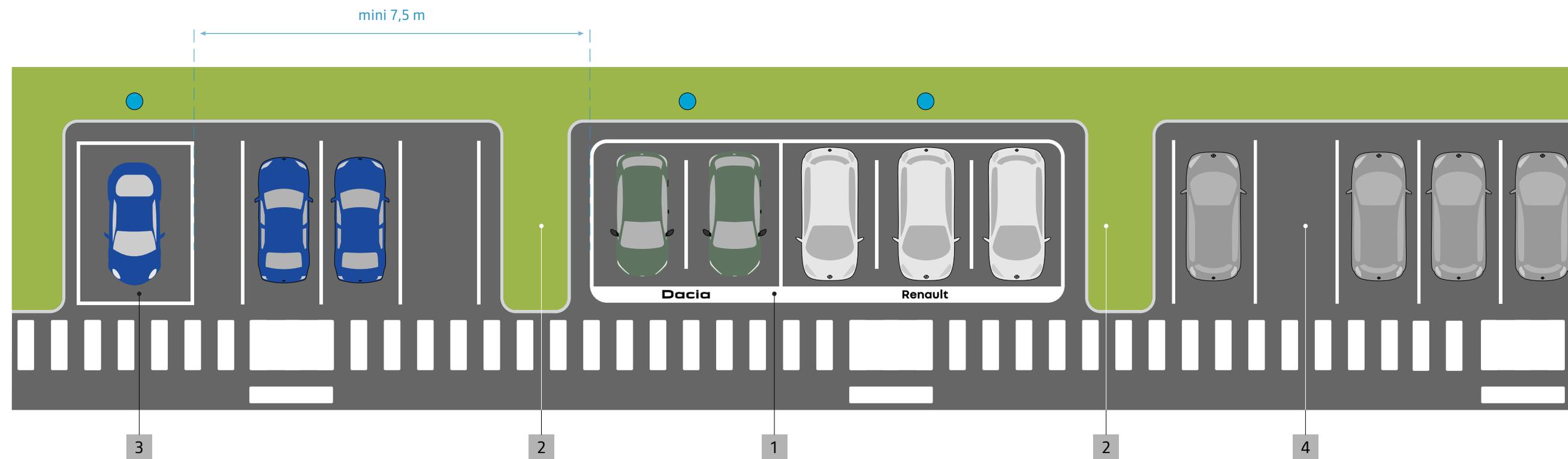


PRINCIPAL INTERDIT

Un parking dédié aux clients Alpine est obligatoire.

En aucun cas, les clients Alpine doivent venir se garer dans un parking partagé entre les différentes marques.

11.2.11 Le test drive Alpine • Distance de séparation



PRINCIPE

La zone test drive Alpine est toujours séparée des autres zones de parking par un terre-plein engazonné.

Elles est implantée à une distance minimale de 7,5 m des zones affectées aux marques Renault & Dacia.

- 1 Zone test drive commune Renault Dacia.
- 2 Terre-pleins de séparation
- 3 Zone test drive Alpine
- 4 Parking commun Renault Dacia

11.2.12 La signalétique directionnelle

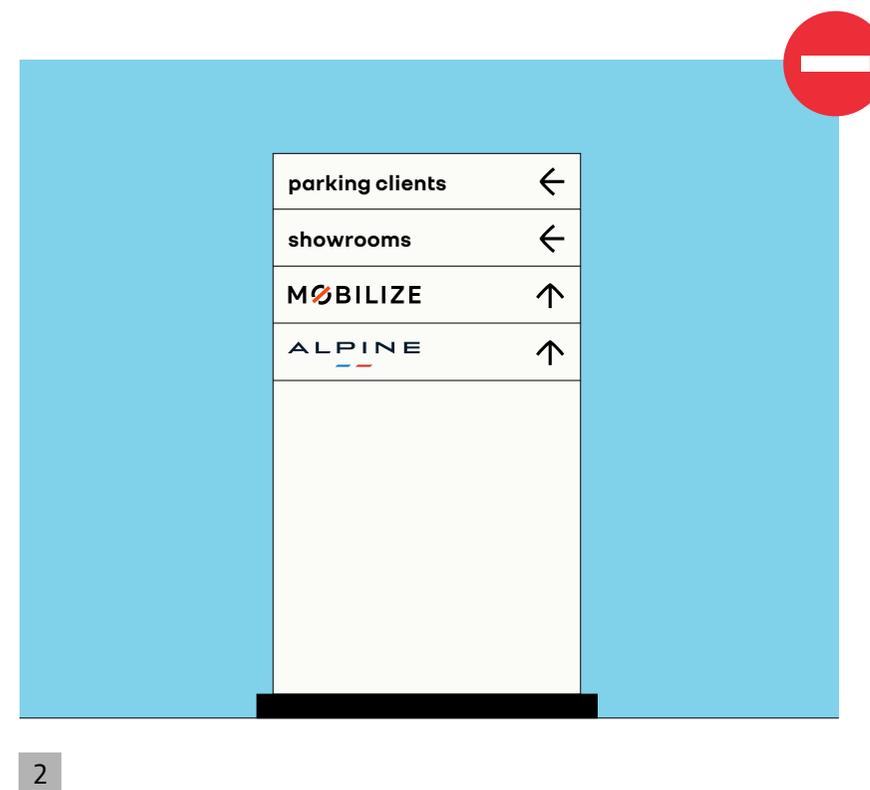
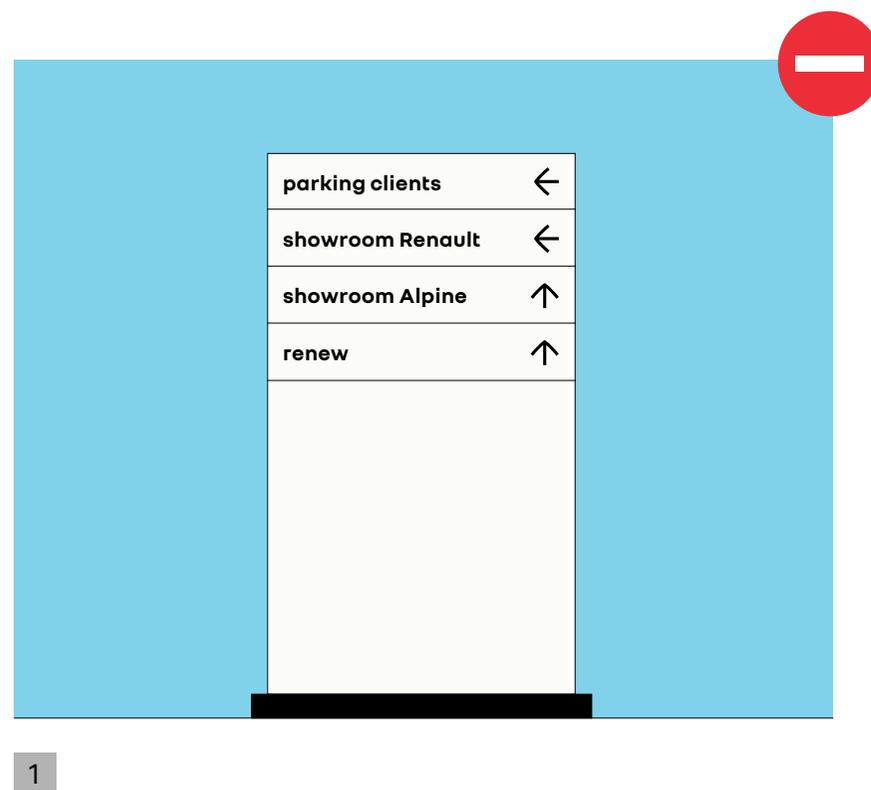


RÈGLE GÉNÉRIQUE

La signalétique directionnelle multimarque doit être utilisée.

Aucune mention des marques (nom de marque ou logotype) ne doit figurer sur ces éléments à l'exception des appellations renew et Renault Pro+.

11.2.13 La signalétique directionnelle • interdits



PRINCIPAUX INTERDITS

- 1 Utilisation des noms de marque dans les intitulés est à proscrire.
- 2 Utilisation des identités visuelles des marques est à proscrire.

11.3

L'IMPLANTATION DES SHOWROOMS

11.3.1 Fondamentaux

Règle générique

Le showroom Alpine est indépendant des autres fonctions du site multimarque.

Interdit

L'implantation d'un nouveau showroom Alpine dans un site multimarque ne peut se faire par la réduction des surfaces d'exposition minimales affectées aux marques Renault & Dacia (respectivement 8 véhicules Renault et 5 véhicules Dacia).

11.3.2 Intégration des showrooms Alpine dans un site multimarque

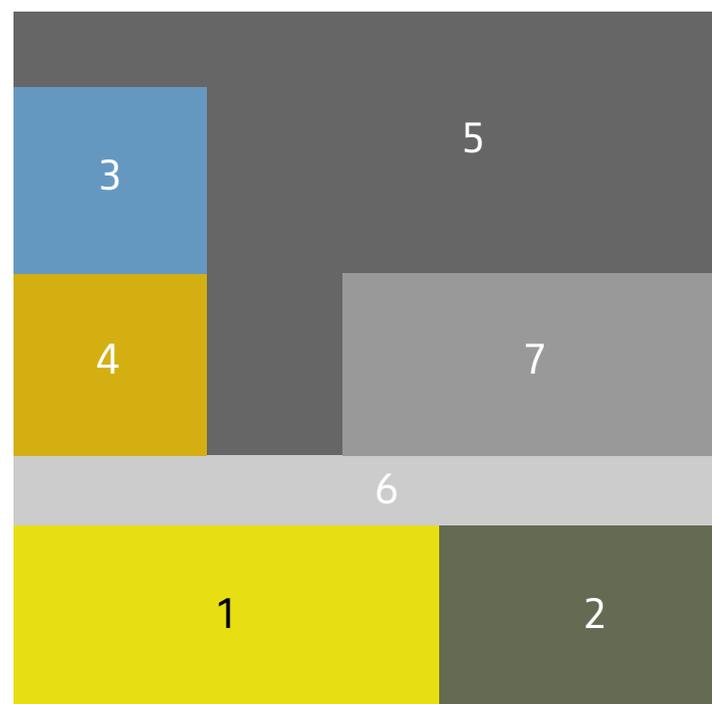
CONDITIONS NÉCESSAIRES

- Une visibilité de la façade latérale et donc du showroom Alpine.
- Une séparation totale (interne et externe) des activités back-office.
- Un accès latéral direct des clients Alpine au parking dédié.

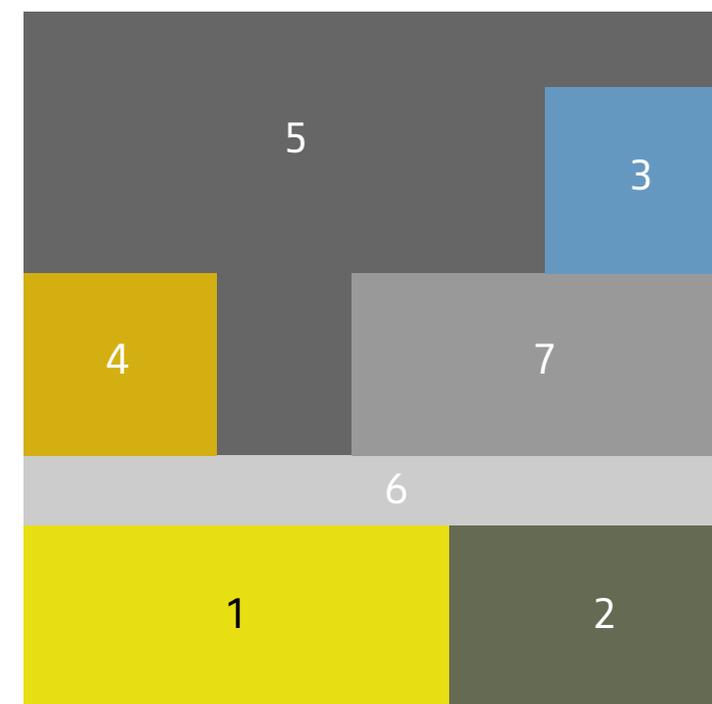
PRINCIPES D'INTÉGRATION

- A Le showroom Alpine est implanté en façade latérale gauche.
- B Le showroom Alpine est implanté en la façade latérale droite.

- 1 Showroom Renault
- 2 Showroom Dacia
- 3 Showroom Alpine
- 4 Mise en mains
- 5 Atelier back-office
- 6 Espaces communs
- 7 Espace après-vente



A



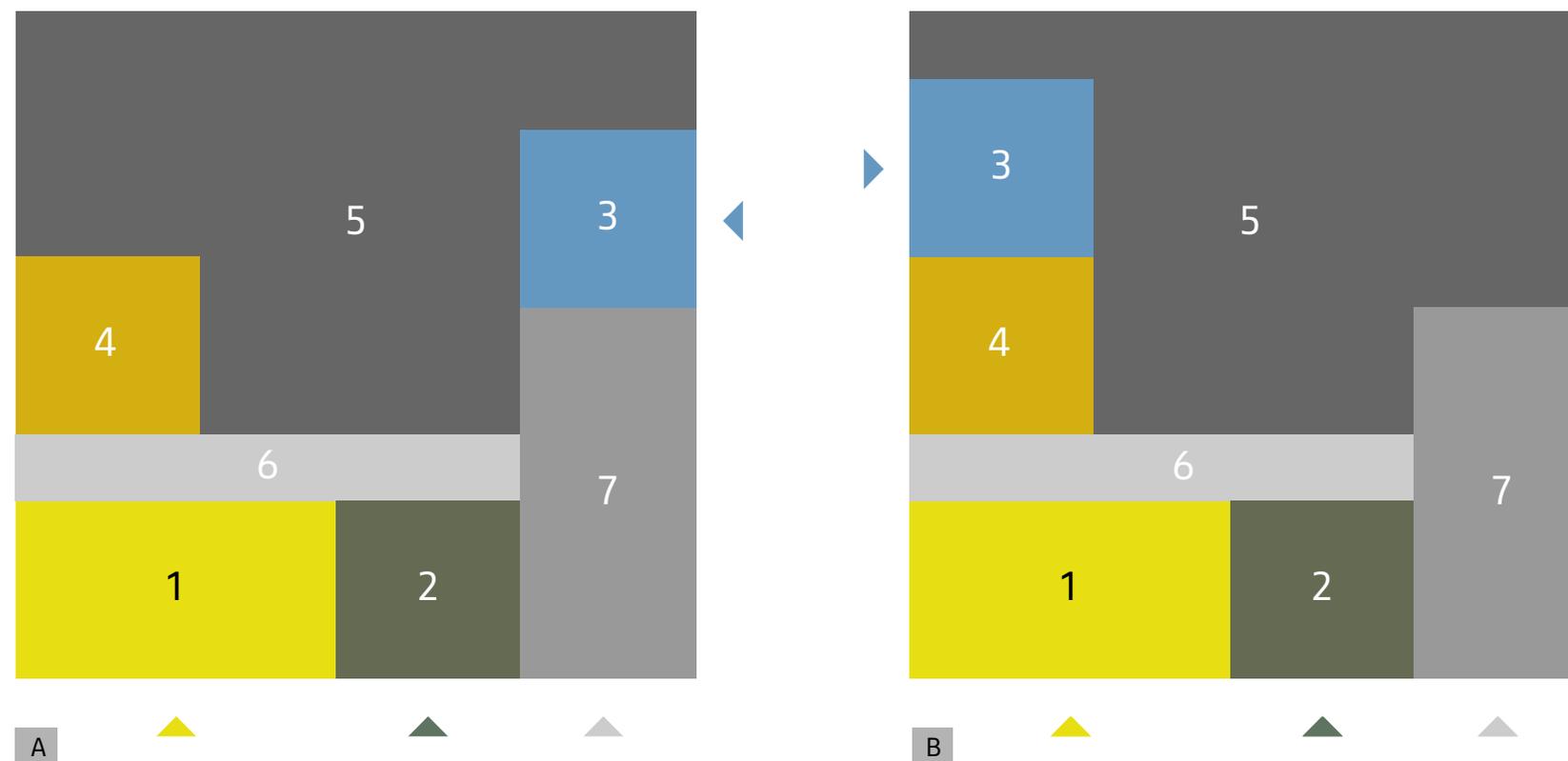
B

11.3.3 Alternative possible avec changement de l'organisation du site

PRINCIPES

- A Le showroom Alpine est implanté en façade latérale et respecte les conditions nécessaires de visibilité et de séparation du back-office.
- B L'accès à l'espace après-vente se fait en façade principale.

- 1 Showroom Renault
- 2 Showroom Dacia
- 3 Showroom Alpine
- 4 Mise en mains
- 5 Atelier back-office
- 6 Espaces communs
- 7 Espace après-vente

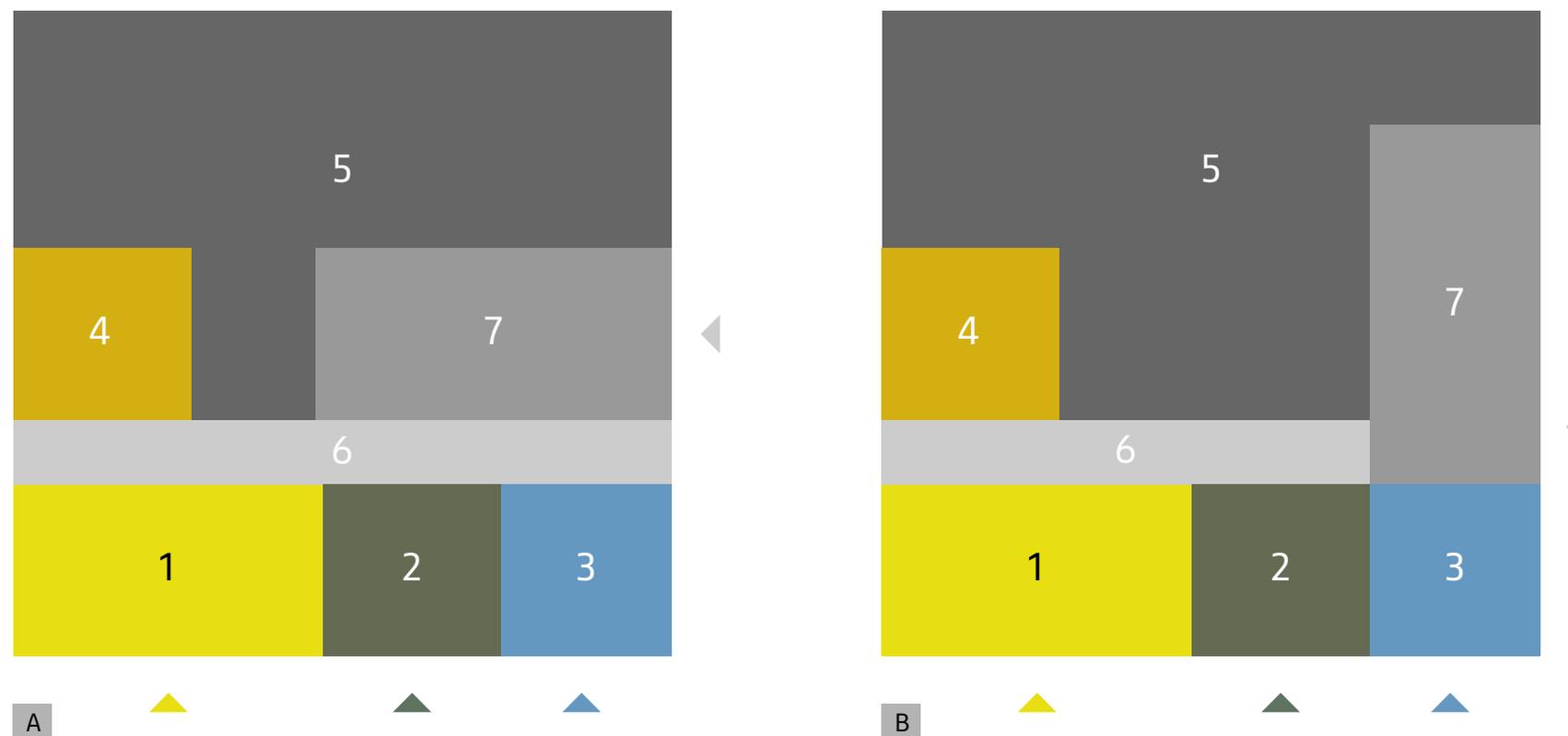


11.3.4 Intégration des showrooms Alpine • Cas particulier

CAS PARTICULIERS

A condition de respecter les surfaces minimales des showrooms des marques Renault & Dacia permettant de présenter respectivement 8 et 5 véhicules, le showroom Alpine peut être implanté dans la continuité des autres showrooms.

- A Implantation en façade principale respectant l'organisation générale d'un site multimarque Renault Dacia.
- B Implantation en façade principale avec changement de l'organisation interne mettant en cause les liaisons fonctionnelles entre espaces communs.



11.3.5 Principe de séparation du showroom Alpine

PRINCIPES

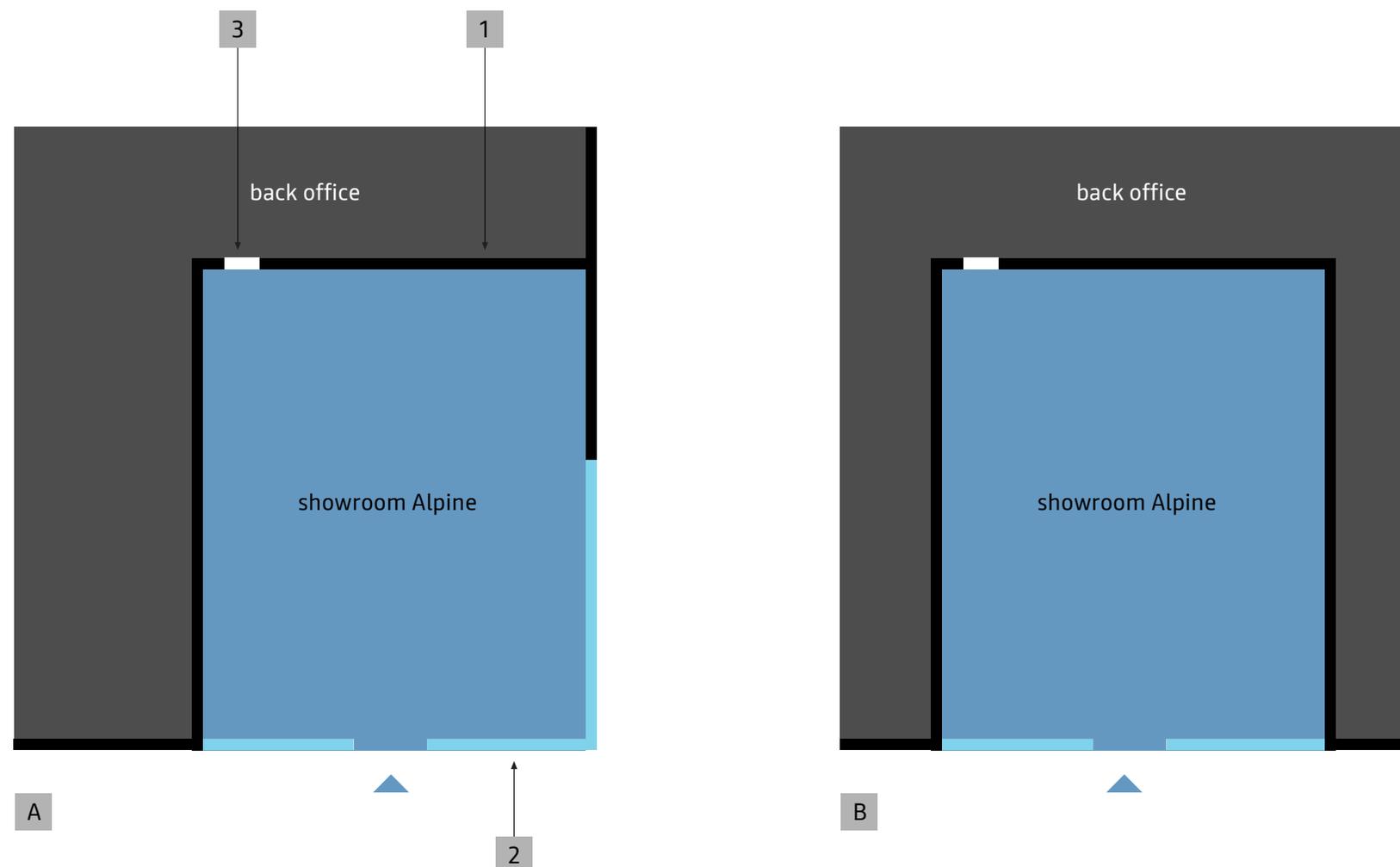
Le showroom Alpine est séparé des autres fonctions du site par des cloisons pleines couvrant la totalité de la périphérie du showroom.

A noter que la livraison des véhicules et l'accueil des clients dans le cadre de l'après-vente se font dans le showroom.

Une porte opaque permet au personnel Alpine d'accéder aux autres fonctions du site (non empruntée par les clients).

- A Implantation en angle de façade.
- B Implantation au milieu de la façade.

- 1 Cloison pleine toute hauteur.
- 2 Façade vitrée comportant l'entrée dédiée du showroom.
- 3 Porte d'accès back-office.



11.4

LES FAÇADES DES SHOWROOMS

11.4.1 Fondamentaux

Règle générique

Les façades des showrooms Alpine sont identifiées par l'application pleine des éléments signalétiques de la marque.

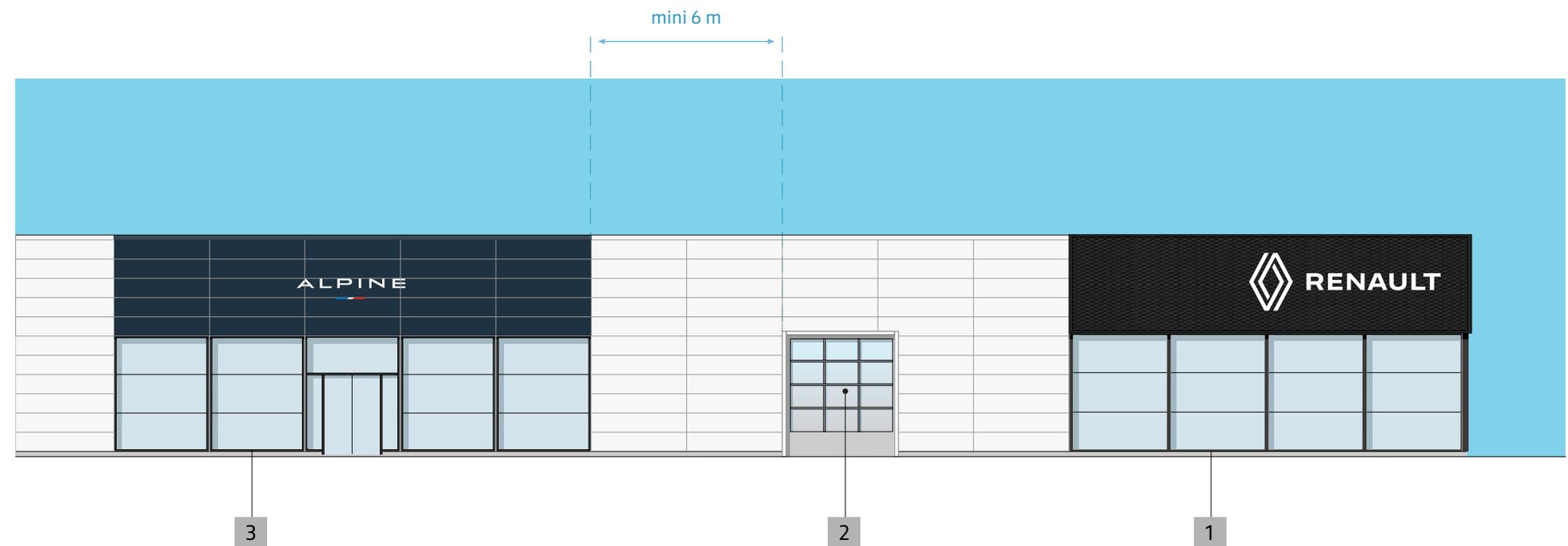
L'accès au showroom se fait par une porte d'entrée dédiée.

Une distance minimale de 1 m est à respecter entre les façades des showrooms.

Interdit

Le showroom Alpine ne doit jamais être juxtaposé directement aux autres showrooms présents sur le site.

11.4.2 Règle de séparation des éléments architecturés

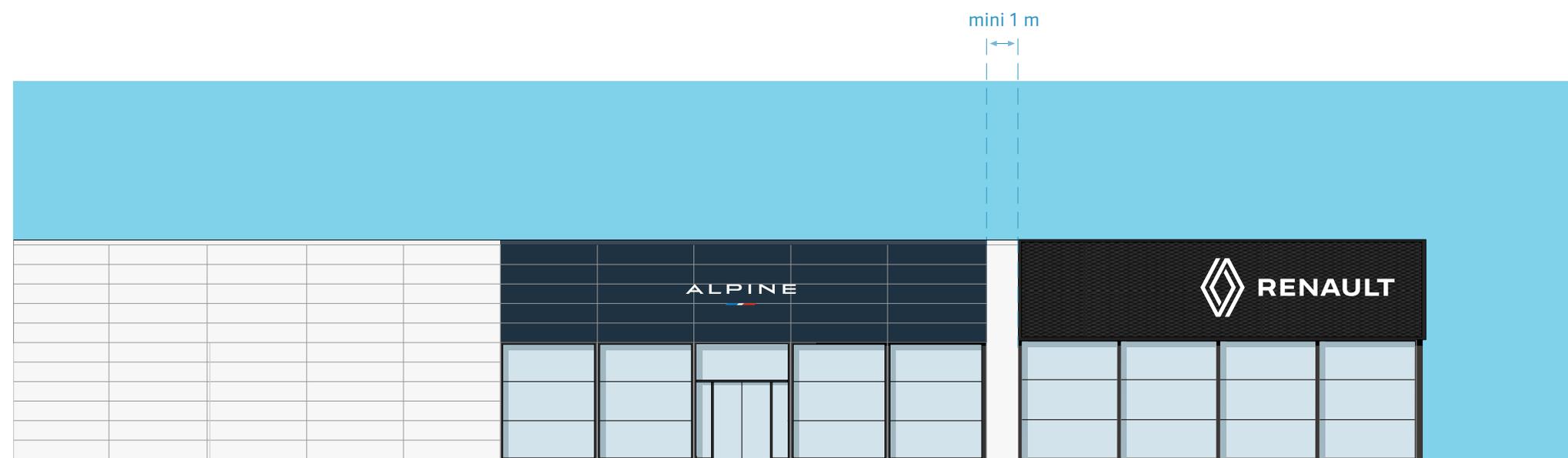


RÈGLE GÉNÉRIQUE

Une distance minimale de 6 m est à respecter entre tout élément architectural et le bord de la vitrine du showroom Alpine.

- 1 Showroom Renault.
- 2 Showroom Alpine.
- 3 Élément architectural (porte relevable).

11.4.3 Règle de séparation des façades des autres showrooms



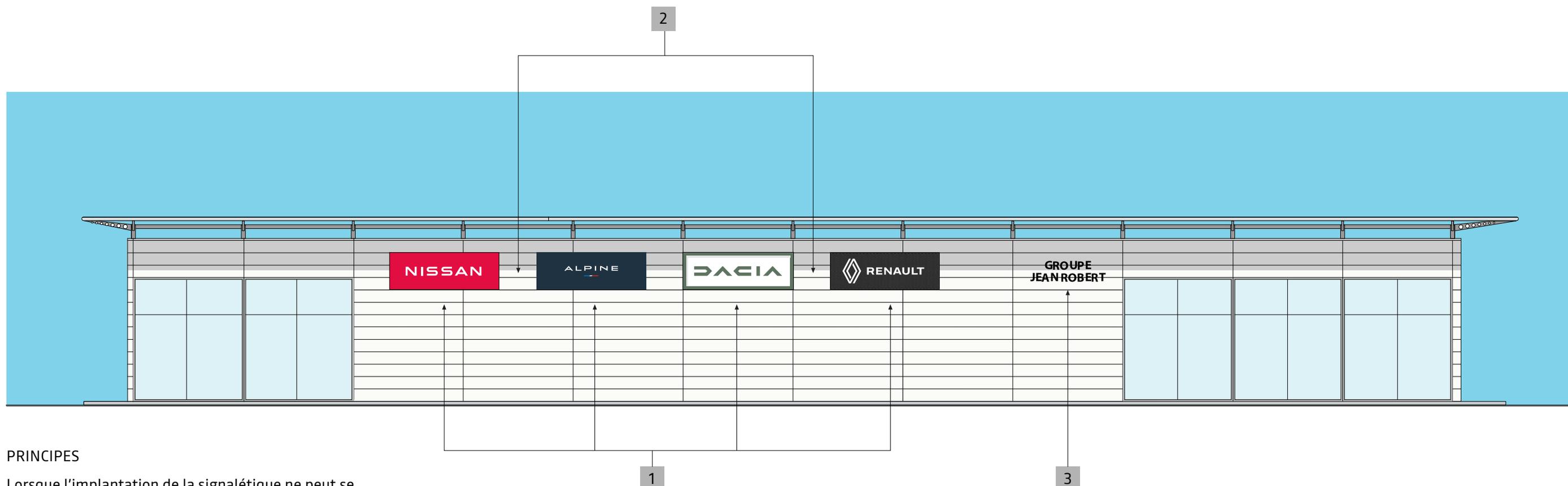
RÈGLE GÉNÉRIQUE

Idéalement, une distance minimale de 3 m est à respecter entre tout élément architectural et le bord de la vitrine du showroom Alpine.

Sur dérogation, cette distance peut être diminuée mais ne doit jamais être inférieure à 1 m.

- 1 Séparation idéale entre 2 façades de showroom.
- 2 Séparation minimale entre 2 façades de showroom.

11.4.4 Cas particulier • Les malls

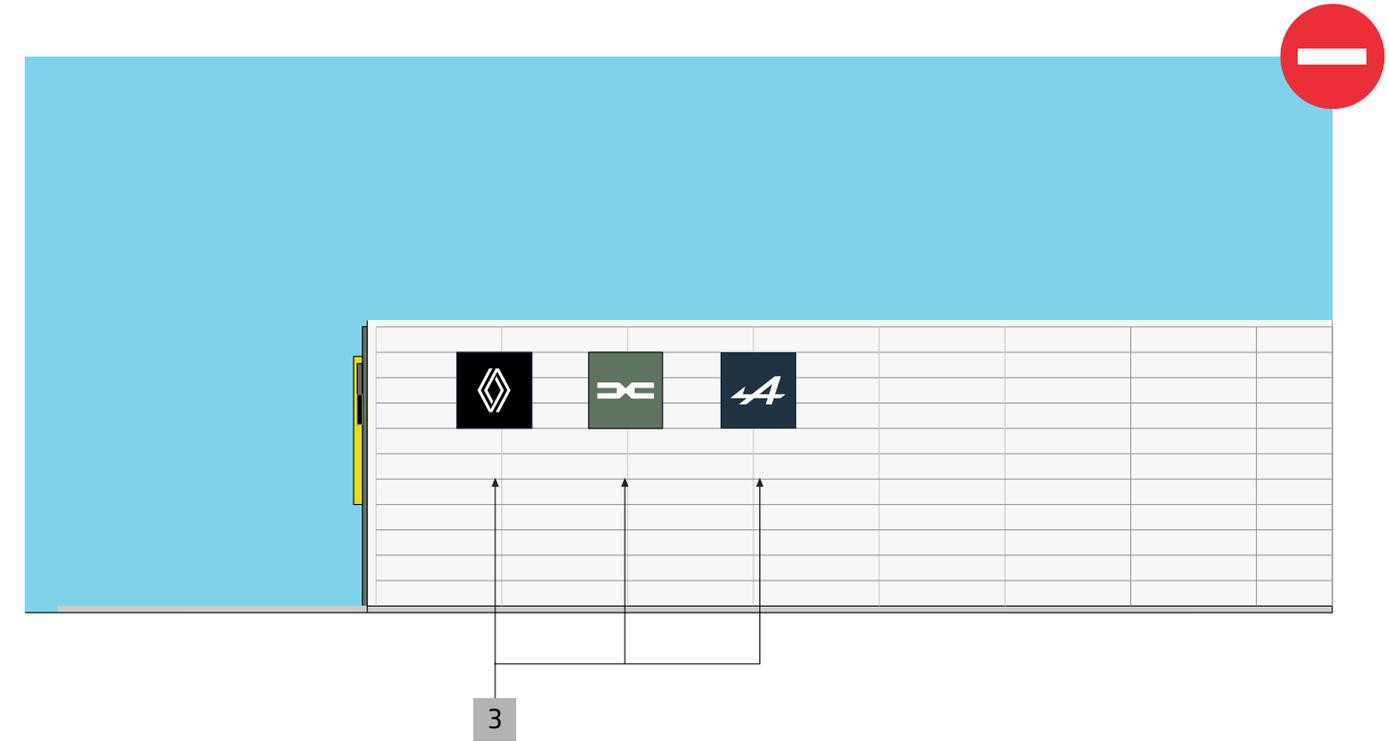
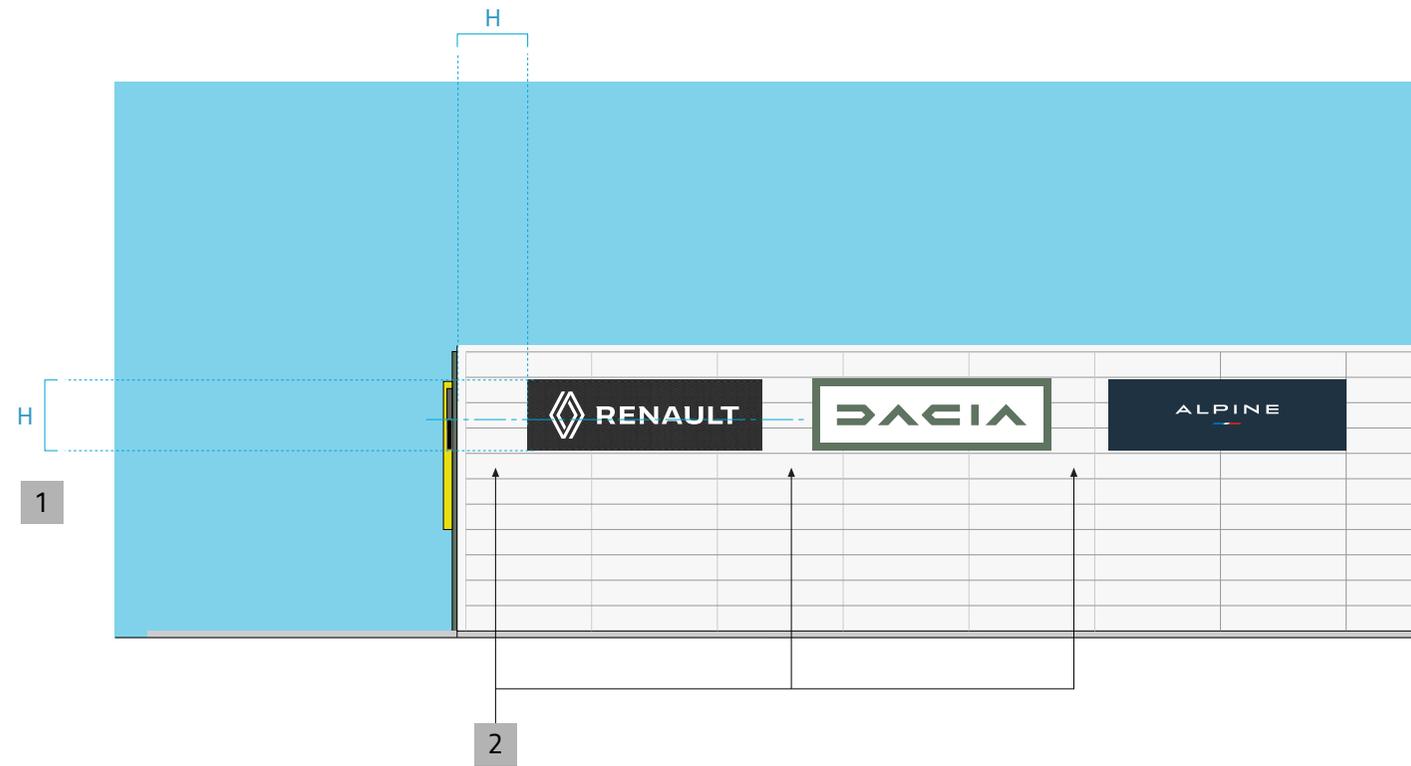


PRINCIPES

Lorsque l'implantation de la signalétique ne peut se faire au-dessus du showroom de chacune des marques; il est préconisé de regrouper les signatures sur une même façade.

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

11.4.5 Cas particulier • Les façades aveugles



PRINCIPES

- 1 Les signatures offrent un impact similaire créant une façade harmonieuse grâce à une hauteur commune.
- 2 La distance d'implantation entre chaque signature est identique.
- 3 **Les emblèmes seuls ne doivent pas être utilisés sur les façades secondaires en lieu et place des signatures des marques.**

11.5

LE SERVICE APRÈS-VENTE

11.5.1 Fondamentaux

Règle générique

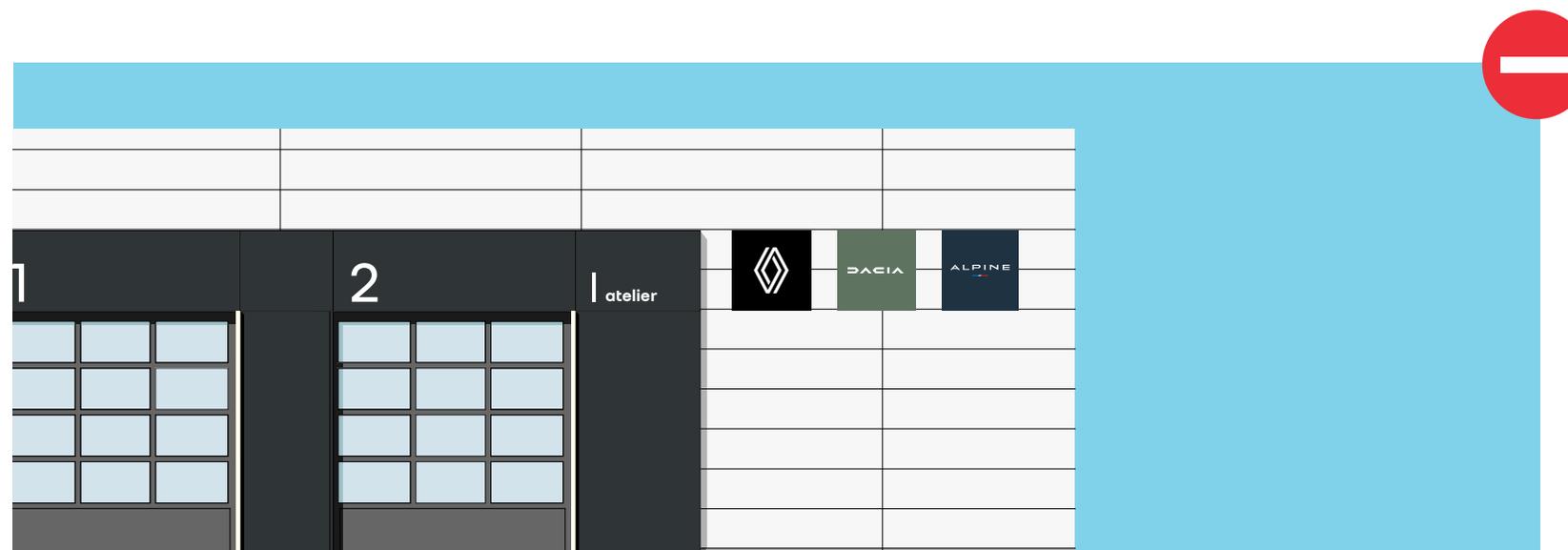
L'accueil des clients après-vente Alpine se fait dans le showroom Alpine par le conseiller Alpine.

La restitution du véhicule au client Alpine se fait devant le showroom.

Interdit

Tout signe d'identité de marque Alpine est à proscrire dans les espaces ou sur les façades après-vente.

11.5.2 L'accueil service



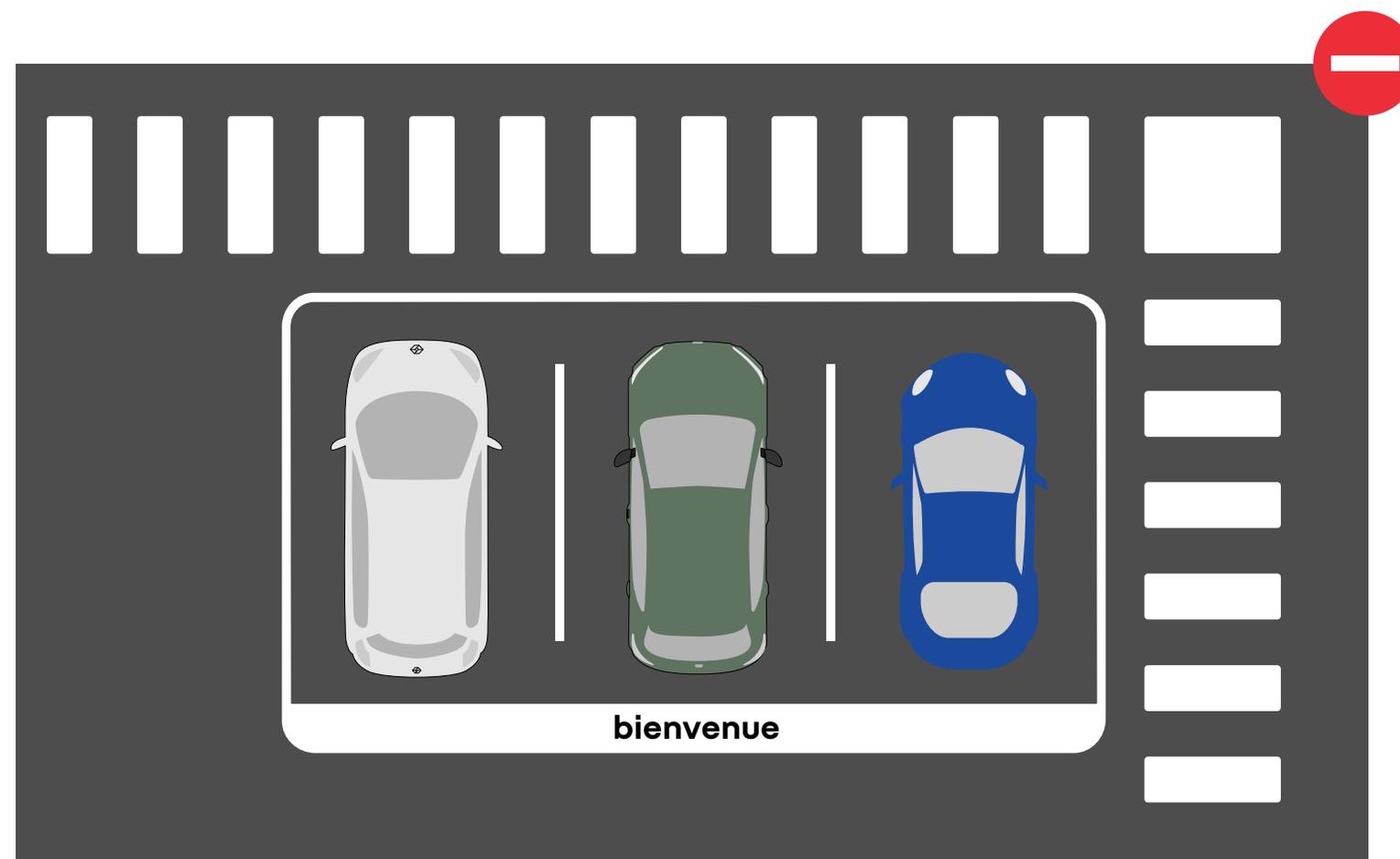
INTERDITS

La marque Alpine ne doit pas figurer sur les façades après-vente dans la mesure où le client Alpine ne se rend jamais directement dans l'espace après-vente.

- 1 Intégration de la marque Alpine sur une plaque murale à côté des baies d'atelier.
- 2 Plaque murale Alpine Serviec déportée des baies d'atelier.



11.5.3 L'espace après-vente

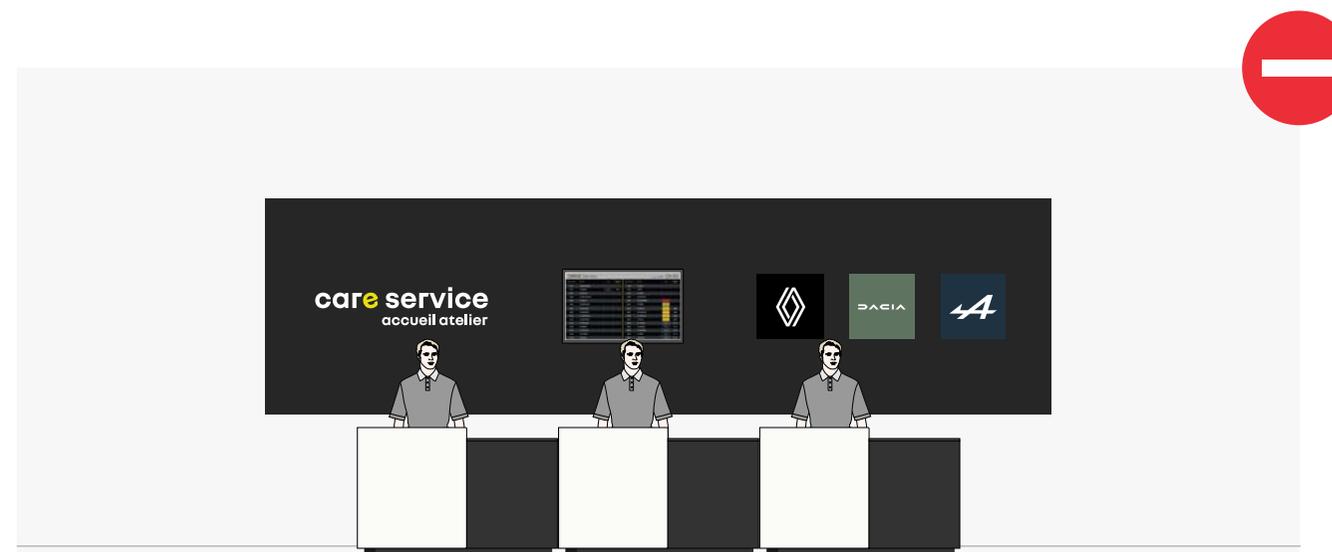


PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Dans le cadre des opérations d'entretien et de réparation, les clients Alpine se présentent dans le showroom pour y être accueillis par le conseiller Alpine.

- 1 Les clients Alpine n'ont pas à passer par la zone Tour de véhicule pour procéder aux opérations d'entretien ou de réparation de leur véhicule.

11.5.4 L'accueil service

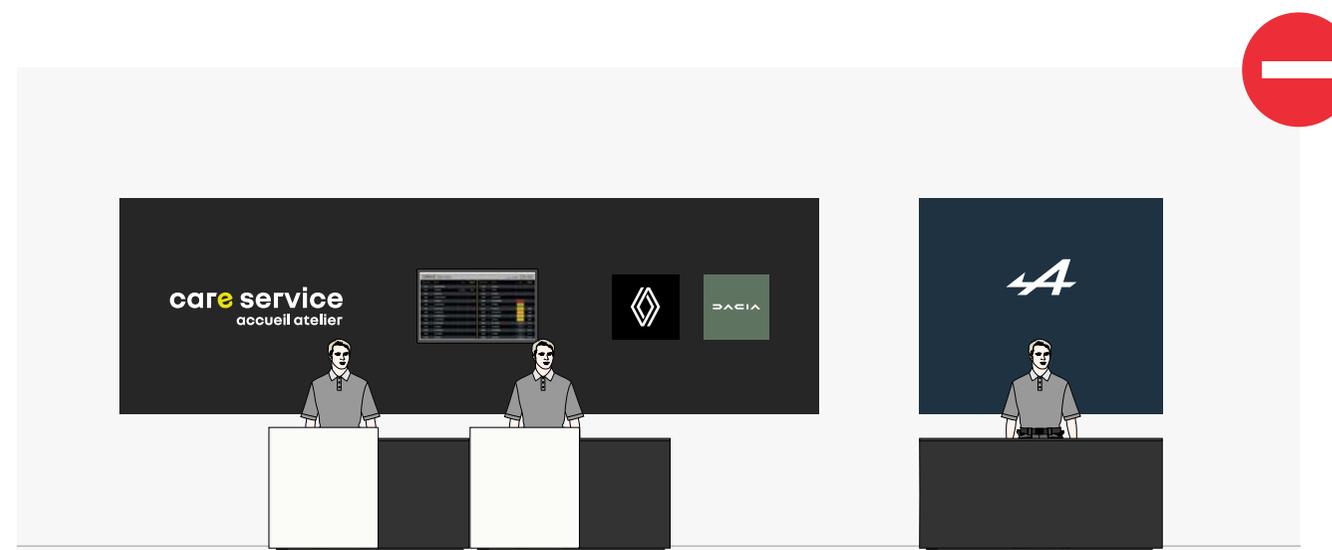


PRINCIPE

L'accueil des clients Alpine dans le cadre des opérations d'après-vente se fait toujours dans le showroom Alpine.

INTERDITS

- 1 Intégration d'une autre identité de marque dans la fresque murale de l'accueil service.
- 2 Réception après-vente identifiée à la marque Alpine dans un même espace.



11.6

LES AUTRES SERVICES COMMUNS

11.6.1 Fondamentaux

Règle générique

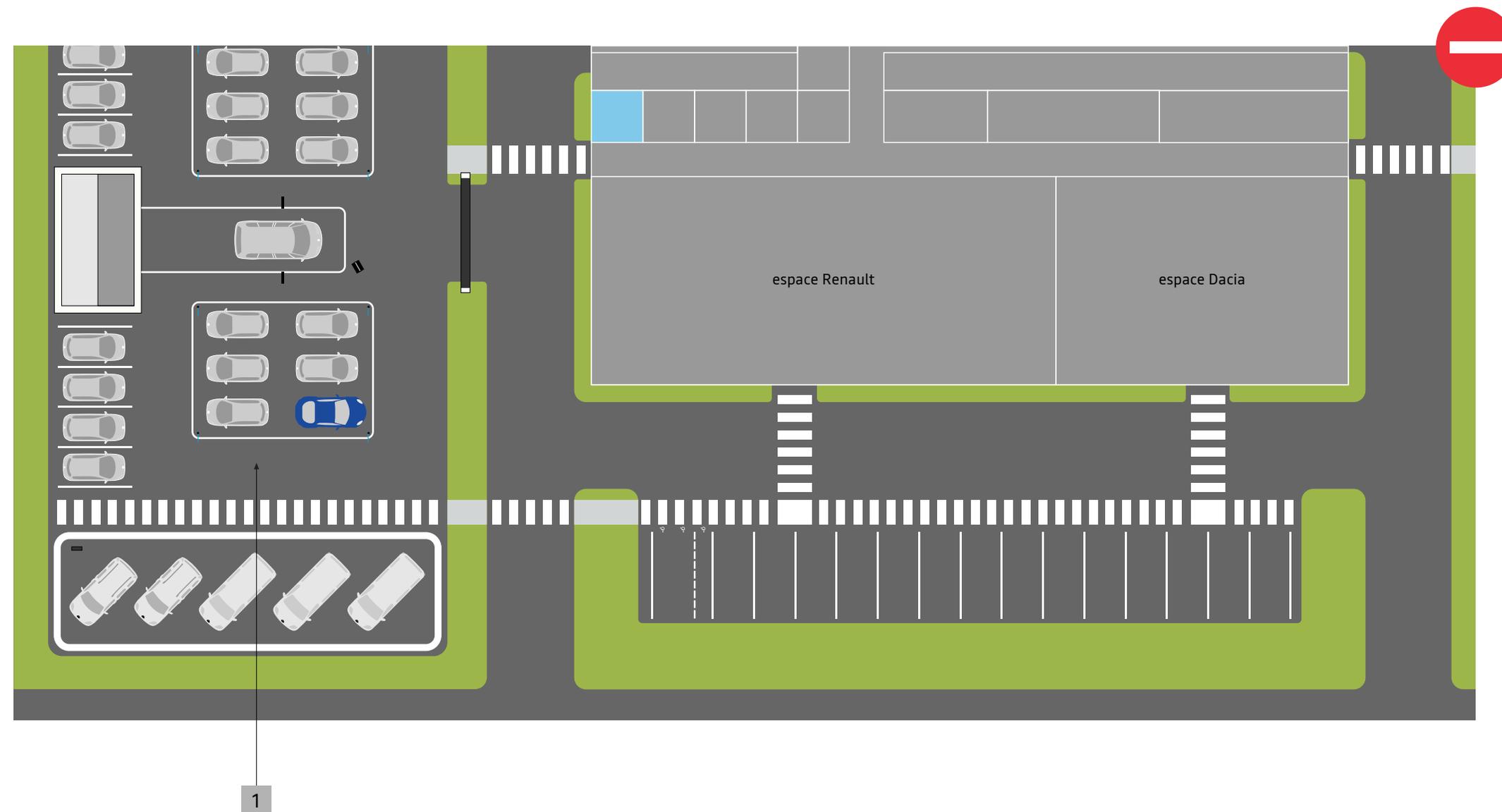
La livraison des véhicules Alpine et la présentation des véhicules Alpine certifiés se font toujours dans le showroom Alpine (ou devant celui-ci).

Interdit

L'espace care service 24/7 ne doit pas être utilisé par les clients Alpine.

Les véhicules Alpine certifiés ne doivent pas être présentés dans l'aire d'exposition renew.

11.6.2 Les véhicules d'occasion



INTERDIT

Les véhicules d'occasion Alpine certified ne sont jamais présentés dans l'exposition renew.

Les véhicules d'occasion Alpine sont exposés dans le showroom Alpine aux côtés des modèles neufs.

1 Exposition renew

11.6.3 L'espace care service 24/7

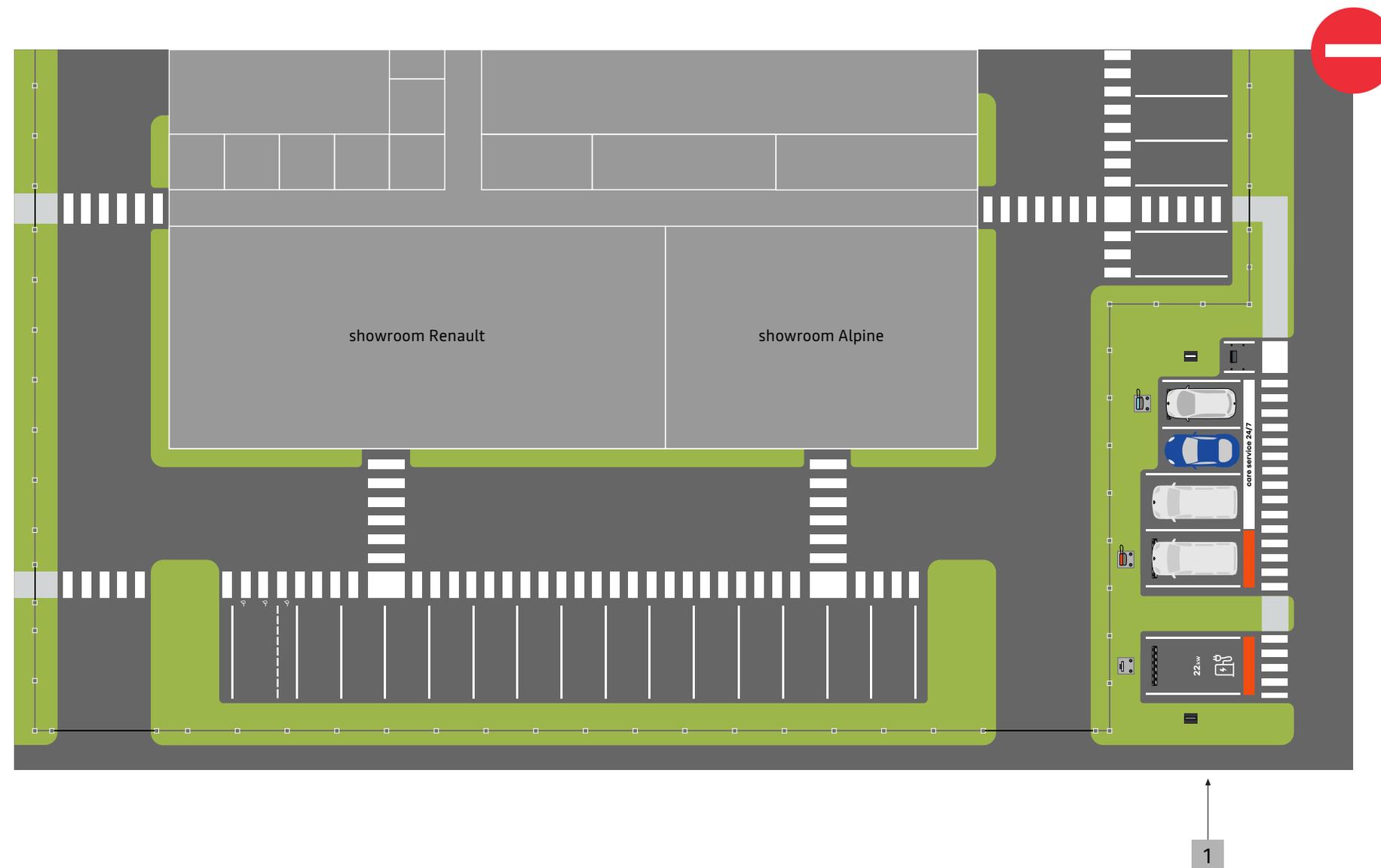
PRINCIPE GÉNÉRIQUE

Dans le cadre des opérations d'entretien et de réparation, les clients toutes marques peuvent déposer ou reprendre leur véhicule hors des horaires d'ouverture du site.

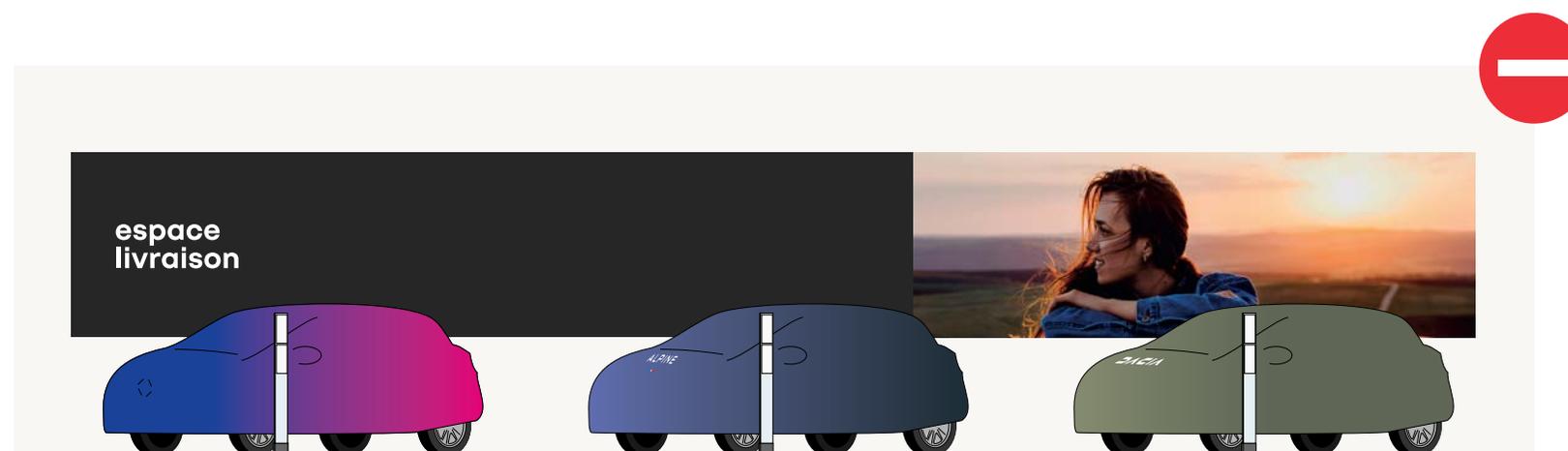
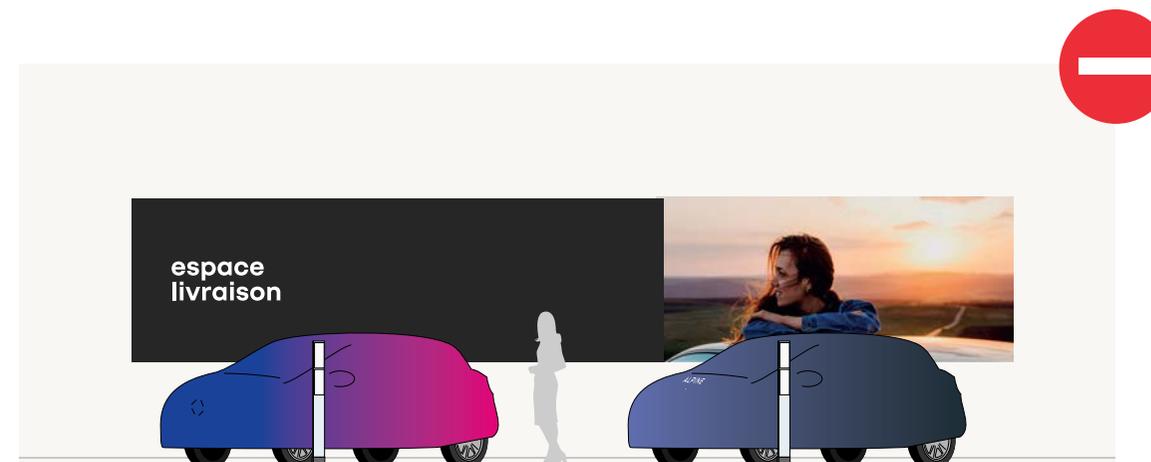
Cette zone est reliée à l'accueil service via un passage protégé (et un contrôle d'accès).

L'espace care service 24/7 ne doit pas être utilisé par les clients Alpine.

1 Zone care service 24/7



11.6.4 L'espace de mise en mains Renault Dacia



PRINCIPE

La livraison des véhicules se fait toujours dans le showroom Alpine.

INTERDITS

- 1 Livraison des véhicules Alpine dans l'espace commun de mise en mains.