



ANALYSE

# PERRIER LA MARQUE

## NAISSANCE DE LA MARQUE :

LA SOURCE DE PERRIER A ÉTÉ DÉCOUVERTE EN **1863**



PAR LE MÉDECIN **LOUIS EUGÈNE PERRIER**.

IL A CONSTATÉ QUE L'EAU DE LA SOURCE AVAIT DES **PROPRIÉTÉS THÉRAPEUTIQUES** ET A DÉCIDÉ D'EXPLOITER CETTE RESSOURCE.



LE DOCTEUR LOUIS PERRIER **VENDIT** LA SOURCE À SIR ST. **JOHN HARMSWORTH** EN

**1898**



DANS LES ANNÉES **1990** PERRIER A FAIT FACE À UNE CONTROVERSE SUR LA PRÉSENCE DE BENZÈNE DANS SES BOUTEILLES.



LA MARQUE A RÉUSSI À **REBONDIR** AU FIL DU TEMPS.

PERRIER A MIS L'ACCENT SUR LA **DURABILITÉ** AU COURS DES DERNIÈRES ANNÉES.



EN ADOPTANT DES PRATIQUES **ÉCO-RESPONSABLES** DANS SA PRODUCTION ET SON EMBALLAGE.



AUJOURD'HUI, PERRIER DEMEURE UNE MARQUE EMBLÉMATIQUE DANS L'INDUSTRIE DES BOISSONS GAZEUSES, ASSOCIÉE À **L'ÉLÉGANCE** ET À LA **QUALITÉ** DE L'EAU MINÉRALE NATURELLE.





# PERRIER LA MARQUE

## CIBLE

DANS SA DERNIÈRE CAMPAGNE PUBLICITAIRE BAPTISÉE LE **CLUB PERRIER**, LA MARQUE **CIBLE** PLUS PRÉCISÉMENT LES **25-35 ANS**

QUI SORTENT EN **DISCOTHÈQUE** ET MISE PLUS QUE JAMAIS SUR UN POSITIONNEMENT **FESTIF** ET **SEXY**. L'OBJECTIF AFFICHÉ DE PERRIER EST DE RESTER LE LEADER MONDIAL DES EAUX GAZEUSES.



## DISTRIBUTION

PERRIER VISE SOUVENT LES **JEUNES ADULTES** VIVANT DANS DES ZONES **URBAINES**, QUI SONT SOUVENT À LA **RECHERCHE** DE BOISSONS RAFRAÎCHISSANTES ET LÉGÈRES POUR ACCOMPAGNER LEUR MODE DE **VIE ACTIF**.

## CONCURENCE

UNIVERS CONCURRENTIEL DE L'EAU MINÉRALE GAZEUSE EN FRANCE



# PERRIER CHARTRE GRAPHIQUE

## LOGO

ANNÉES 1930-1940

ANNÉES 1945-2003

ANNÉES 2003-MAINTENANT

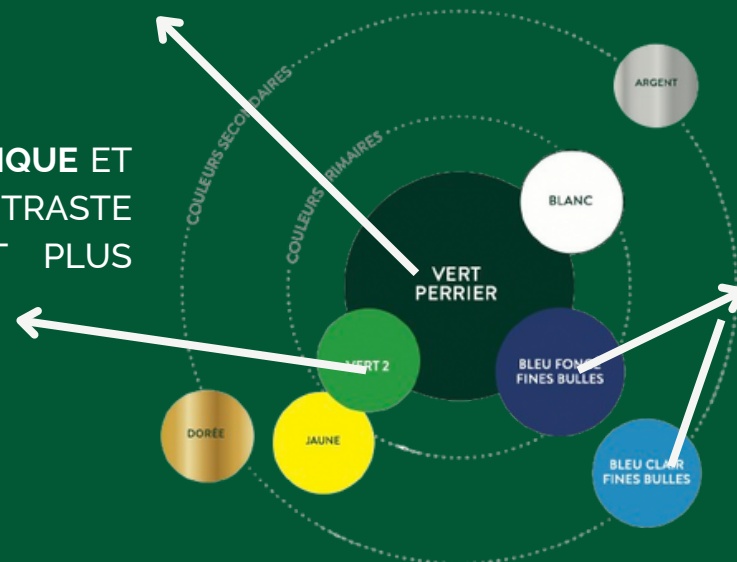


- L'INITIALE « P » REPRÉSENTE L'ESSENCE DE PERRIER®.



- LE VERT EST PROFOND, PREMIUM ET SYMBOLISE LA **NATURALITÉ** À 100% DU PRODUIT ET LA **PRÉSERVATION** DE SA SOURCE.

- IL EST VIBRANT, **DYNAMIQUE** ET VIVANT, GRÂCE AU CONTRASTE CRÉÉ AVEC UN VERT PLUS **LUMINEUX**.



- LE BLEU FONCÉ ET LE BLEU CLAIR DE PERRIER **FINES BULLES**® CONTRASTENT DE LA MÊME MANIÈRE QUE LES DEUX VERTS PERRIER®.

- LE « P » ICONIQUE EST UN ÉLÉMENT **DÉCORATIF** QUI EST TOUJOURS ASSOCIÉ AU LOGO PERRIER® CENTRÉ.

# PERRIER CHARTRE GRAPHIQUE

## FORME

UNE BOUTEILLE DE LÉGENDE INSPIRÉE D'UNE **MASSUE DE JONGLAGE**

- LA FORME ICONIQUE DE LA BOUTEILLE PERRIER TROUVE SA SOURCE DANS SON HISTOIRE. EN 1903, LE PROPRIÉTAIRE DE LA MARQUE, LE BRITANNIQUE SIR JOHN HARMSWORTH, IMAGINA LA FORME DE LA CÉLÈBRE BOUTEILLE VERTE EN S'INSPIRANT DES **COURBES** GÉNÉREUSES DES MASSUES DE JONGLAGE INDIENNES AVEC LESQUELLES IL S'ENTRAÎNAIT TOUS LES JOURS.



UNE FORME UNIQUE ET **INTEMPORELLE**



- LA FORME LÉGENDAIRE DE LA BOUTEILLE A PEU CHANGÉ AU FIL DU TEMPS



# PERRIER AUTRES PRODUITS



VERRE



PERRIER CITRON  
(LEMON) : UNE  
VARIANTE QUI  
AJOUTAIT UNE SAVEUR  
DE **CITRON** À L'EAU  
PÉTILLANTE.

PLASTIQUE



PERRIER MENTHE  
(MINT) : UNE VERSION  
AVEC UNE TOUCHE DE  
**MENTHE** POUR UNE  
SAVEUR  
**RAFRAÎCHISSANTE**.

CANETTE



PERRIER GINGEMBRE  
(GINGER) : UNE ÉDITION  
SPÉCIALE QUI  
INCORPORAIT LA SAVEUR  
DU **GINGEMBRE** À L'EAU  
GAZEUSE.



PERRIER POMME  
(APPLE) : UNE  
VARIANTE QUI  
PROPOSAIT UNE  
SAVEUR DE **POMME**.



PERRIER PAMPLEMOUSSE  
(GRAPEFRUIT) : UNE ÉDITION  
QUI APPORTAIT LA SAVEUR  
DU **PAMPLEMOUSSE** À L'EAU  
GAZEUSE.



2002 - CRÉATION DE LA  
BOISSON PERRIER **FLUO**  
AUX GOÛTS  
PARTICULIERS (MENTHE  
POIVRÉE, CITRON-  
GENIÈVRE, CE



PERRIER FRAISE  
(STRAWBERRY) : UNE  
VERSION AVEC UNE  
TOUCHE DE **FRAISE**  
POUR UNE EXPÉRIENCE  
**FRUITÉE**.

# PERRIER ANCIENNE COLLABORATION

ANDY WARHOL (1983) :  
METTRE EN AVANT LE LIEN ENTRE L'ART ET  
LA **BOISSON** PÉTILLANTE.



STREET ART (2014) : ARTISTES TELS QUE JONONE,  
KOBRA ET L'ATLAS ONT CONTRIBUÉ À CES  
COLLABORATIONS.



DALI (1983) : EN 1983, AJOUTE  
UNE TOUCHE **ARTISTIQUE**  
DISTINCTIVE À LA MARQUE.



JEAN-PAUL GAULTIER (2015) : PUBLICITÉ METTANT EN  
SCÈNE DES **MANNEQUINS** PORTANT DES VÊTEMENTS  
INSPIRÉS PAR LES BULLES DE PERRIER.



MURAKAMI (2020) : EN 2020 : STYLE DISTINCTIF ET  
COLORE.

PERRIER X DITA VON  
TEESE - PAPARAZZI -  
ÉDITION LIMITÉE 2010



CANETTES PERRIER  
X JUAN TRAVIESO





# PERRIER

## AUTRES COLLABORATION

CES COLLABORATIONS ILLUSTRONT COMMENT DEUX ENTREPRISES DE SECTEURS **DIFFÉRENTS** PEUVENT **S'ASSOCIER** POUR OFFRIR UNE **VALEUR AJOUTÉE** À LEURS CLIENTS ET **RENFORCER** LEUR POSITION SUR LE **MARCHÉ**. ELLE MONTRE ÉGALEMENT L'IMPORTANCE CROISSANTE DE LA **PERSONNALISATION** ET DE **L'ENGAGEMENT** CLIENT DANS L'EXPÉRIENCE DE VENTE AU DÉTAIL.

METTRE DE  
L'INTERACTION

CRÉER SES  
SOIS-MÊME  
PLAYLIST



L'IMPORTANCE DE  
L'HYDRATATION

DESIGN ÉLÉGANT ET  
COLORÉ

FUSION UNIQUE ENTRE LE MONDE DE  
LA MODE ET CELUI DE L'EAU MINÉRALE



FIDÉLITÉ

ASPECT LUDIQUE



FIABILITÉ

SPORTS EXTRÊMES



L'AVENTURE ET  
L'EXCITATION



# PERRIER PHILIPPE STARCK



PHILIPPE STARCK EST UN **DESIGNER** FRANÇAIS RENOMMÉ, NÉ LE **18 JANVIER 1949**

À PARIS. IL EST CÉLÈBRE POUR SON APPROCHE ÉCLECTIQUE ET SON STYLE **AVANT-GARDISTE** DANS LE DOMAINE DU **DESIGN INDUSTRIEL**, DE L'**ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR** ET DU **DESIGN DE PRODUITS**.

OEUVRES EMBLÉMATIQUE :

LA CHAISE LOUIS GHOST  
POUR KARTELL,



PRESSE-AGRUMES JUICY SALIF



STARCK EST CONNU POUR SON APPROCHE **NOVATRICE** DU DESIGN, QUI REPOUSSE SOUVENT LES **LIMITES** DE LA CONCEPTION TRADITIONNELLE. IL COMBINE DES ÉLÉMENTS DE **FONCTIONNALITÉ**, DE **DURABILITÉ** ET DE **STYLE** DANS SES CRÉATIONS, CRÉANT AINSI DES ŒUVRES **UNIKES** ET **RECONNAISSABLES**.

STARCK A ÉTÉ L'UN DES PREMIERS DESIGNERS À METTRE EN AVANT LA **DURABILITÉ** ET L'**ÉCOLOGIE** DANS SON TRAVAIL. IL A SOUVENT UTILISÉ DES **MATÉRIAUX RECYCLÉS** ET A CHERCHÉ À **RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL** DE SES CRÉATIONS. CETTE SENSIBILITÉ ÉCOLOGIQUE EST DEVENUE UNE CARACTÉRISTIQUE IMPORTANTE DE SON APPROCHE DU DESIGN.



UNE AUTRE FACETTE IMPORTANTE DE SON TRAVAIL EST SON ENGAGEMENT EN FAVEUR DU **DESIGN DÉMOCRATIQUE**. STARCK CROIT QUE LE DESIGN DE QUALITÉ DEVRAIT ÊTRE **ACCESSIBLE À TOUS**, PAS SEULEMENT À UNE ÉLITE FORTUNÉE. AINSI, IL A TRAVAILLÉ SUR DES PROJETS VISANT À RENDRE LE **DESIGN ABORDABLE** ET À LE RENDRE DISPONIBLE AU **GRAND PUBLIC**.

# PERRIER LA COLLABORATION

STARCK, A APPORTÉ SON ESTHÉTIQUE **NOVATRICE** ET **AVANT-GARDISTE** À LA CONCEPTION DES BOUTEILLES PERRIER. SON APPROCHE ARTISTIQUE A PERMIS DE CRÉER DES DESIGNS UNIQUES ET RECONNAISSABLES QUI SE DISTINGUENT DANS L'UNIVERS DES BOISSONS GAZEUSES.



DANS SES COLLABORATIONS AVEC **PERRIER**, **STARCK** A CHERCHÉ À MARIER **L'ÉLÉGANCE** DU DESIGN AVEC LA **FONCTIONNALITÉ** NÉCESSAIRE POUR UNE BOUTEILLE D'EAU PÉTILLANTE. LES BOUTEILLES CONÇUES PAR STARCK POUR PERRIER SONT À LA FOIS **ESTHÉTIQUES** ET **PRATIQUES**, OFFRANT UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR AGRÉABLE.



LA BOUTEILLE EST CONÇUE DE MANIÈRE À ÊTRE FACILE À **MANIPULER** ET À VERSER, TOUT EN CONSERVANT SON **ESTHÉTIQUE ÉLÉGANTE**.

LA BOUTEILLE DE PERRIER CONÇUE PAR PHILIPPE STARCK REPRÉSENTE UNE FUSION RÉUSSIE ENTRE **L'ART**, LA **FONCTIONNALITÉ** ET LA **MARQUE**.



FORME ORGANIQUE



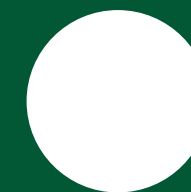
MINIMALISTE



SYMBOLE



PURETÉ





# PERRIER LE LIEU

HANGAR **H16** DE CANNES - MANDELIEU PAR COMTE&VOLLENWEIDER

"UN HANGAR IMAGINÉ COMME UN ÉCRIN"

LES HANGARS DOIVENT **S'ADAPTER** AUX **BESOINS** DES **AVIONS**, DU **PERSONNEL** ET DES **HOMMES D'AFFAIRES**.



L'AÉROPORT CANNES MANDELIEU ACCUEIL **DIFFÉRENTS ÉVÉNEMENTS** COMME :

- FILMS, CLIPS, PUBS, SHOOTING À CANNES
- MANIFESTATION, SOIRÉE DE GALA, CONVENTION, LANCEMENT DE PRODUIT...



REFFLET



HANGAR **H16**

UNE FAÇADE **ÉLÉGANTE** QUI ALTERNE **BOIS**, **BÉTON** ET **VERRE** TRAVAILLÉ COMME UN DIAMANT



DES LIGNES **PURES** ET UNE **SIMPLICITÉ**

MIXE DU **BOIS**, DU **BÉTON** ET SURTOUT UNE PAROI DE **VERRE** TRAVAILLÉE AVEC UN EFFET **DIAMANT** GRÂCE À DES FORMES **TRIANGULAIRES** ET **PYRAMIDALES**

LE BOIS CAR LES RELATIONS **RADIOS** ENTRE LE **PILOTE** ET LA **TOUR** DE CONTRÔLE NE DOIVENT **PAS** ÊTRE **BROUILLÉES**

# PERRIER LE LIEU

## HANGAR H16 DE CANNES - MANDELIEU

### DONNÉES TECHNIQUES

VOLUME ZONE AVIONABLE : **2 856 M<sup>2</sup>**

HAUTEUR SOUS POUTRE : **9.50M**

PUISSANCE ÉLECTRIQUE : 36 KVA PRISES 380/220 V

ECLAIRAGE MULTIZONES

TEMPS D'OUVERTURE COMPLÈTE D'UNE PORTE : 1'30

POINTS D'EAU : 7

WIFI SPOTS : 5

1 SALLE DE STOCKAGE **100 M<sup>2</sup>** RDC CÔTÉ NORD



LE H16 MESURE **12** MÈTRES DE HAUT, **96** MÈTRES DE LONG ET **36** MÈTRES DE LARGE.

MAÎTRE D'OUVRAGE : SA AÉROPORT NICE-CÔTE-D'AZUR.

SITE : AÉROPORT DE CANNES-MANDELIEU.

LIVRAISON (PREMIÈRE PHASE) : **MAI 2013.**

DURÉE DU CHANTIER : **12 MOIS.**

ÉQUIPE DE MAÎTRISE D'ŒUVRE :

**COMTE & VOLLENWEIDER / GINGER SUDEQUIP.**

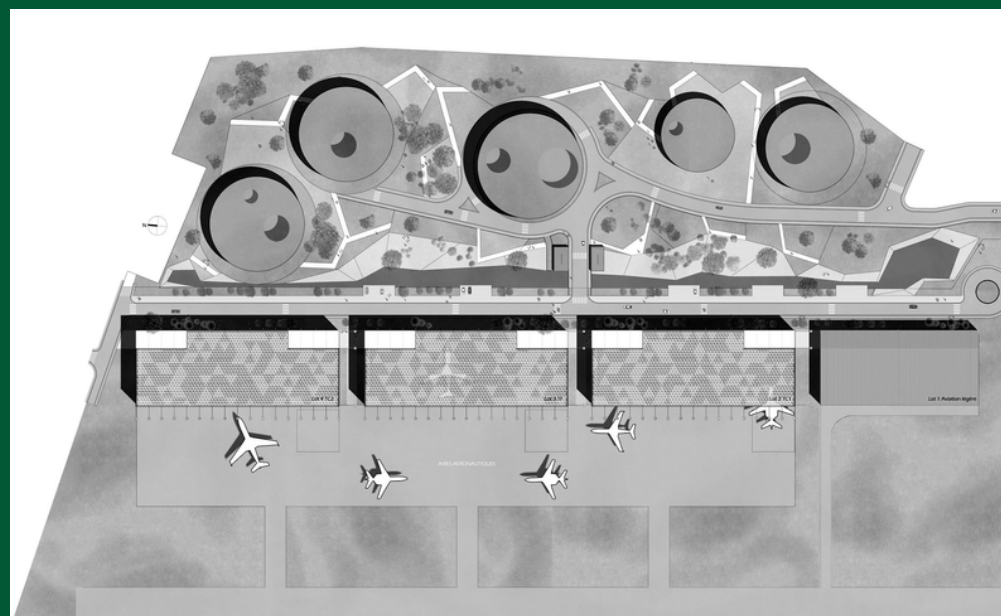
SURFACE (H15, H16, H17) : 10 250 M<sup>2</sup> SHON.

MONTANT DES TRAVAUX H 16 :

– AIRES AÉRONAUTIQUES (6000 M<sup>2</sup>) : **821 000 € HT.**

– BUREAUX (920 M<sup>2</sup>) + HANGAR (3486 M<sup>2</sup>) :

4 362 000 € HT.





# PERRIER LES AXES

A RETENIR DE LA COLLABORATION ENTRE PERRIER ET STARCK :

- FORME ÉPURÉ / MINIMALSTE / ORGANIQUE

ÉPURÉ

OBJECTIF DE LA MARQUE :

- FESTIF / ÉLÉGANTV/ SEXY

DYNAMISME

ROBJECTIF DU LIEU :

- ÉLÉGANCE / REFFLET

ÉLÉGANCE

PROBLÉMATIQUE :

COMMENT FAIRE COLLABORER DEUX DOMAINES DIFFÉRENTS DANS UN MÊME STAND, TOUT EN ALLIANT L'ÉLÉGANCE, DU DYNAMISME POUR QUE CELA SOIT FONCTIONNELLE ?



RECHERCHE



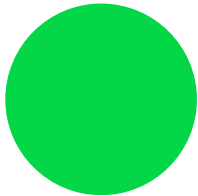
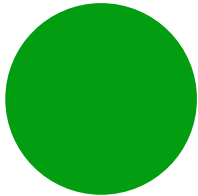
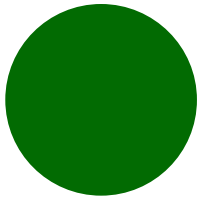
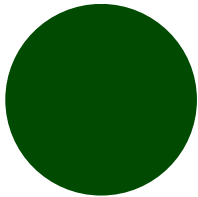
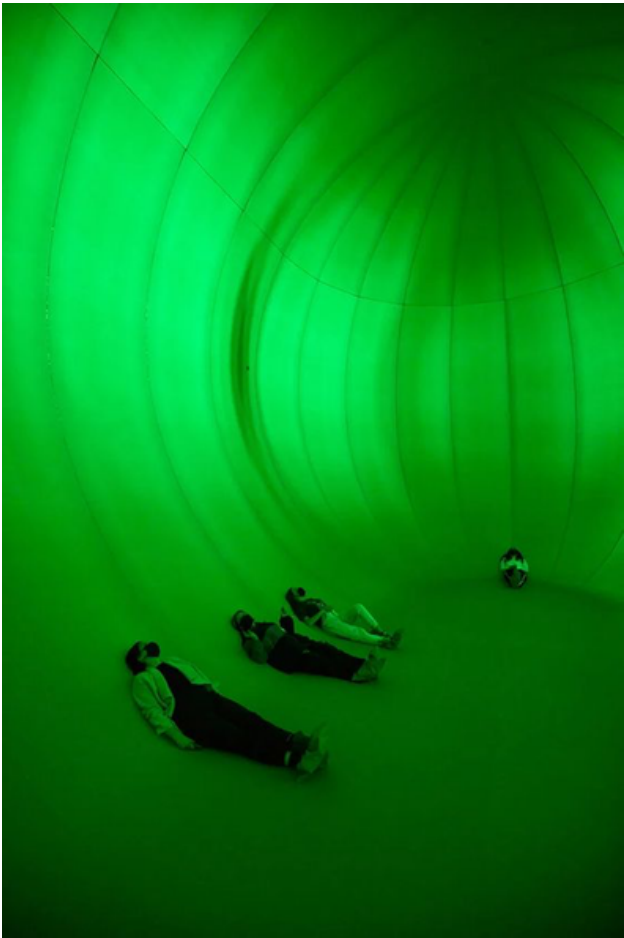
# PERRIER MOODBOARD



DYNAMISME



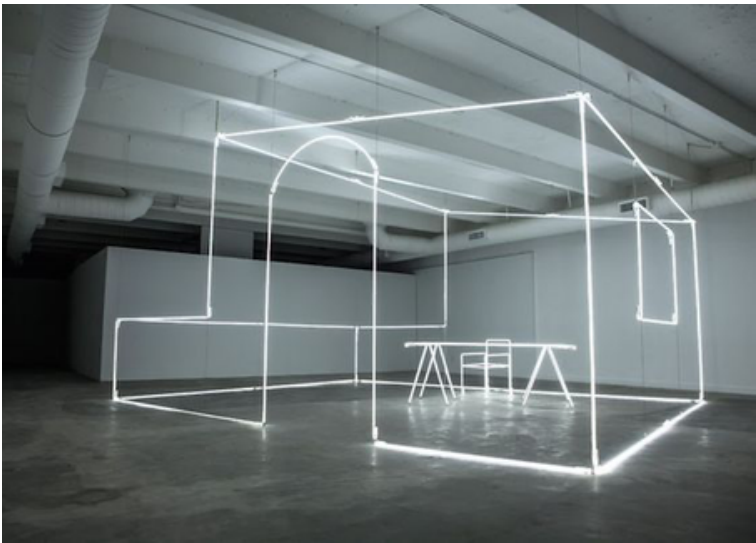
LUMIÈRE



FORME



MINIMALISME





# PERRIER MOODBOARD

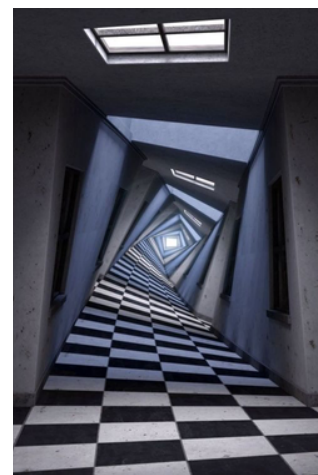
JOUER SUR LA LIGNE



EXPÉRIENCE LUDIQUE



EFFET DE REFFLET



IMMERSION



ILLUSION

JOUER AVEC LES SENS





# PERRIER

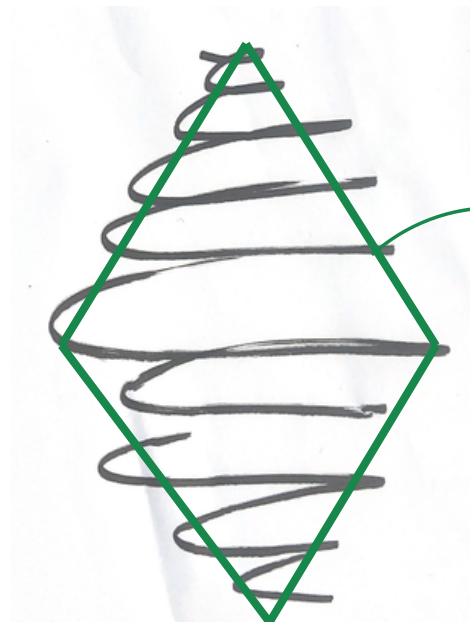
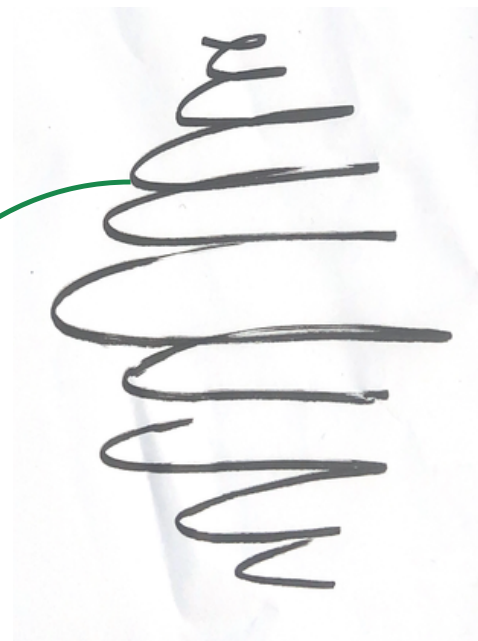
## AXE 1 : STRUCTURES

### FORME DE LA BOUTEILLE

REPRÉSENTATION À LA MANIÈRE DE  
STACK  
STARCK S'EST INSPIRÉ DE LA BOUTEILLE  
PERRIER POUR EN FAIRE UNE  
REPRÉSENTATION SIMPLIFIÉE



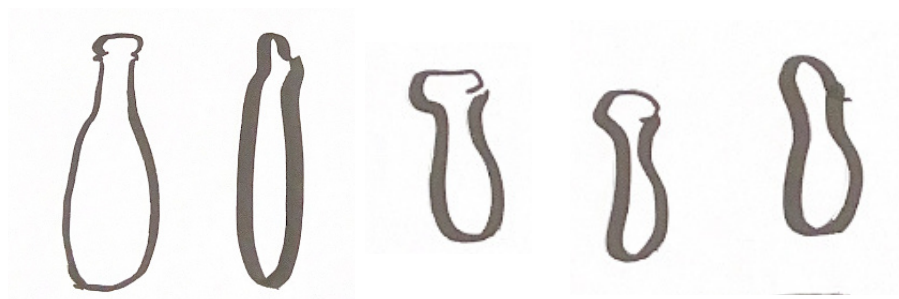
EXPERIENCE MOUVEMENT CIRCULAIRE  
COMME LA BOUTEILLE



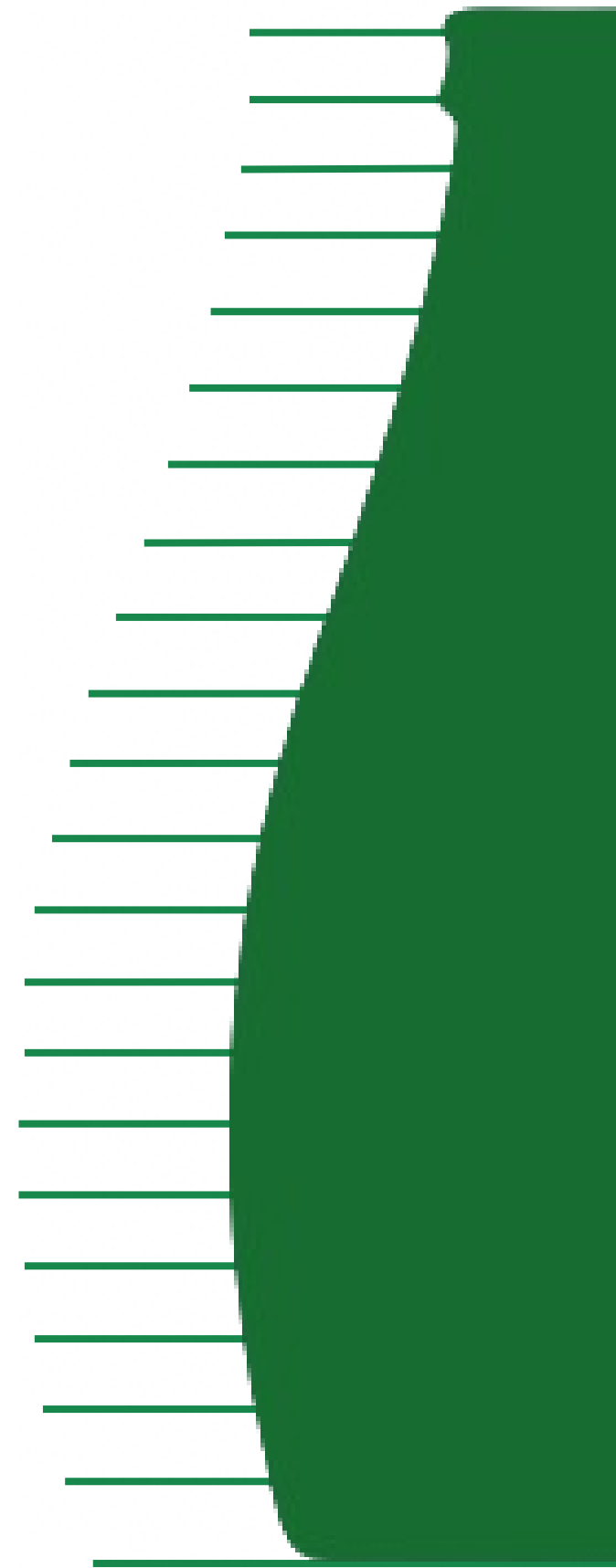
REFERENCE AU LIEU



ASSEMBLEMENT DE LIGNE EN FORME  
DE BOUTEILLE



MOUVEMENT DE PLUS EN PLUS SIMPLIFIER



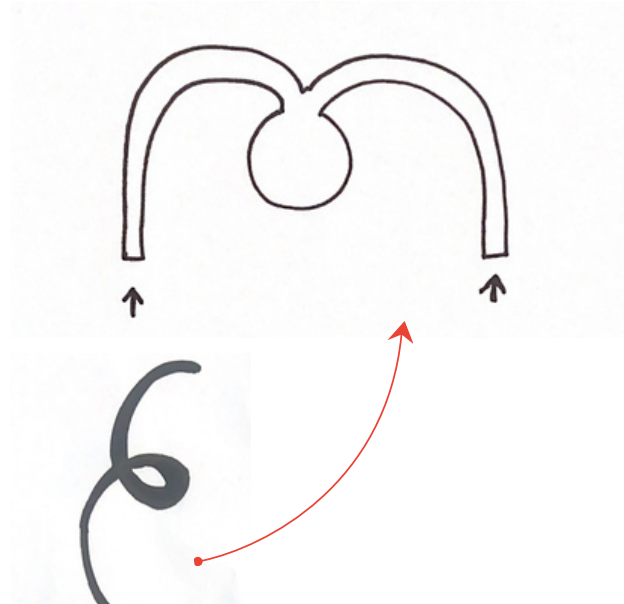


# PERRIER

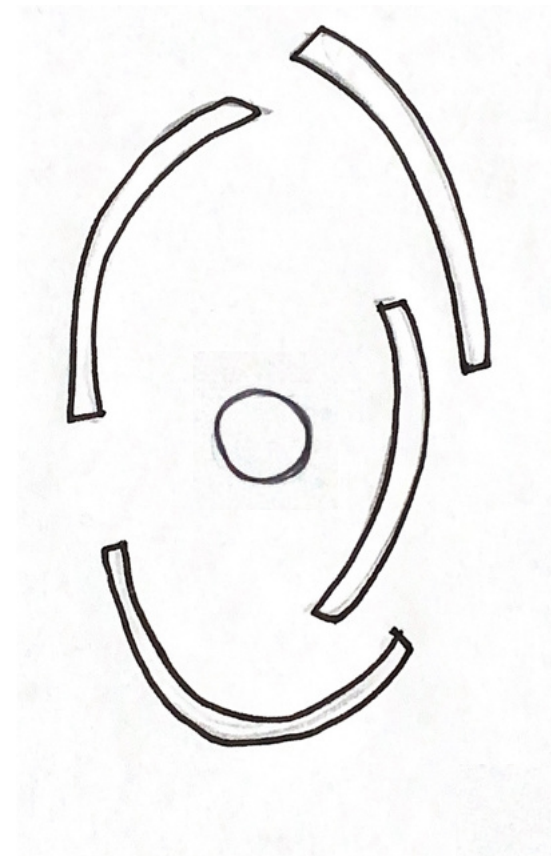
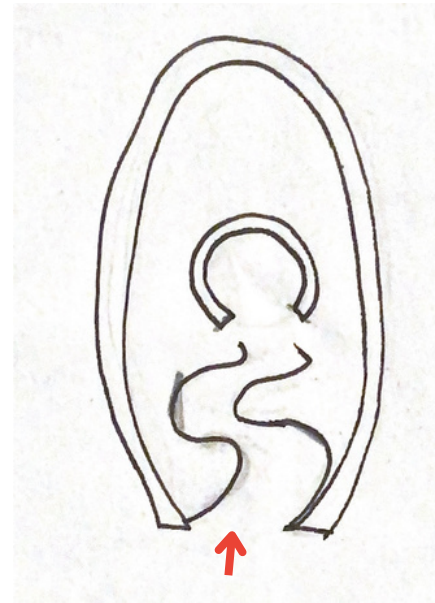
## AXE 1 : STRUCTURES

### FORME DU STAND

À PARTIR DES FORMES SIMPLIFIÉES DE LA BOUTEILLE, CELA PEUT SE TRANSFORMER EN PLUSIEURS FORMES DE STAND  
RECHERCHE SUR LA DÉAMBULATION

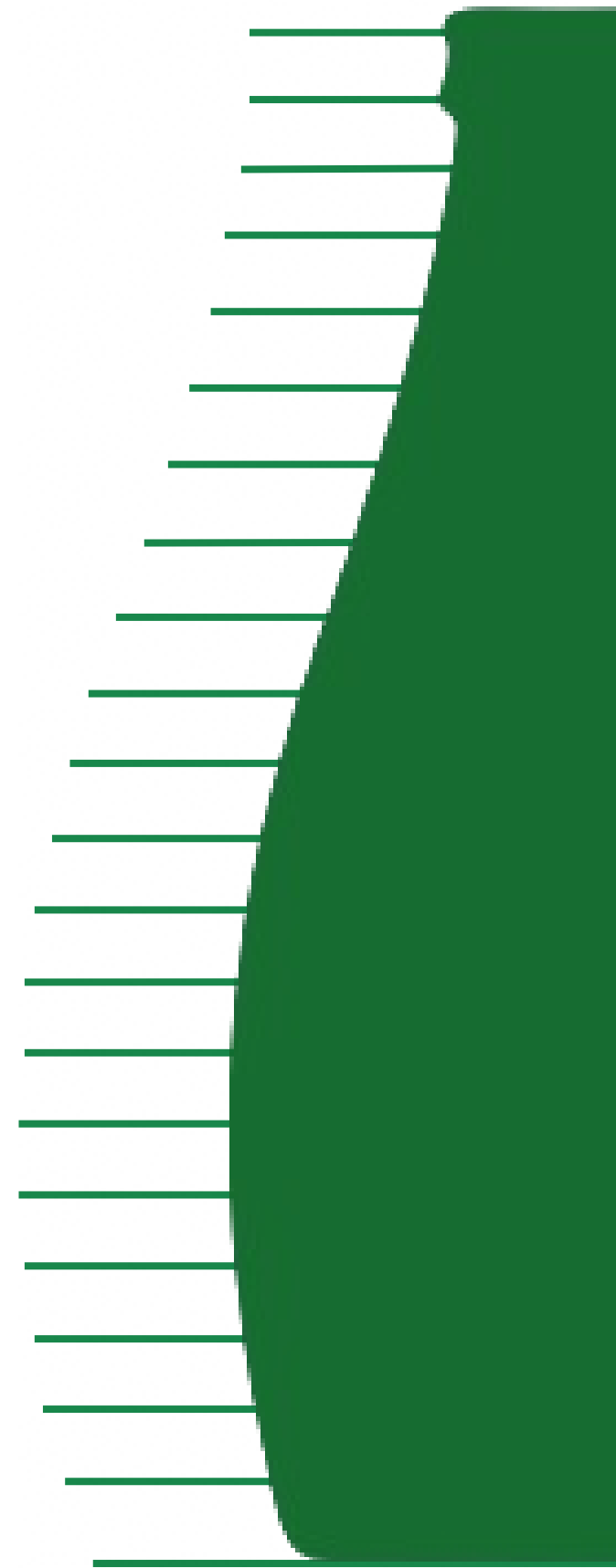
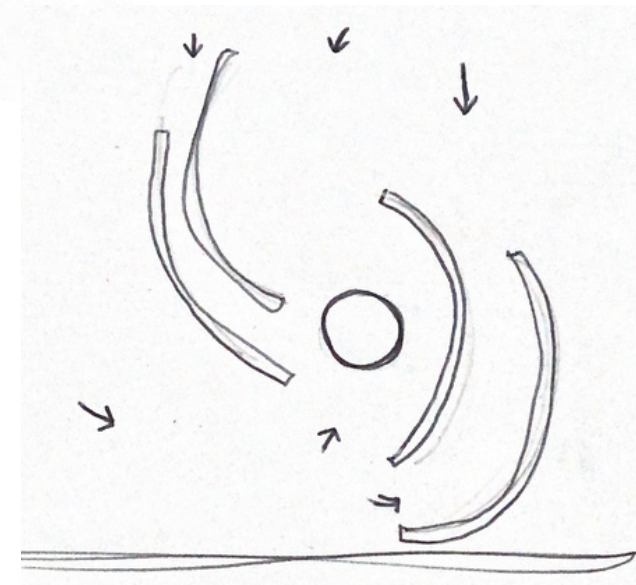


### PLAN VUE DE HAUT



REF : LA MATIÈRE DU TEMPS DE RICHARD SERRA

NOUS POUVONS DISTINGUER TROIS ZONES





# PERRIER

## AXE 2 : ESTHÉTIQUE

### EFFET DE LUMIÈRE

### DIFFERENT TYPES D'ÉCLAIRAGES

LUMIÈRE NATURELLE

SUR LE LIEU D'IMPLANTATION DU STAND , IL Y A DÉJÀ  
DES EFFETS DE LUMIÈRE GRACE AU VERRE

### PROJECTION



REF : JEU DE LIGNE

JOUER AVEC LA LUMIÈRE ET LES FORME



OEUVRE D'ART DE NELSON MANDELA

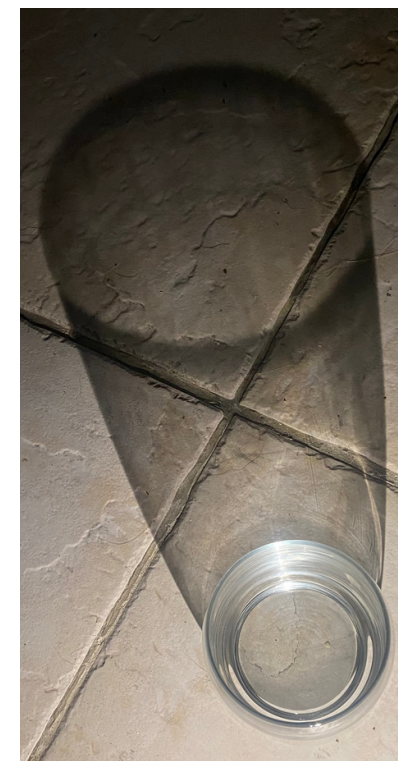
LUMIÈRE ARTIFICIELLE

RECHERCHE SUR LA LUMIÈRE ET L'OMBRE

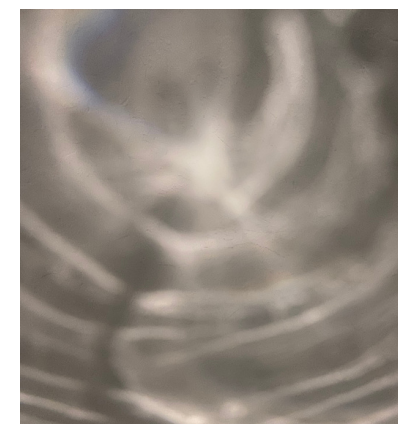
VUE DE HAUT



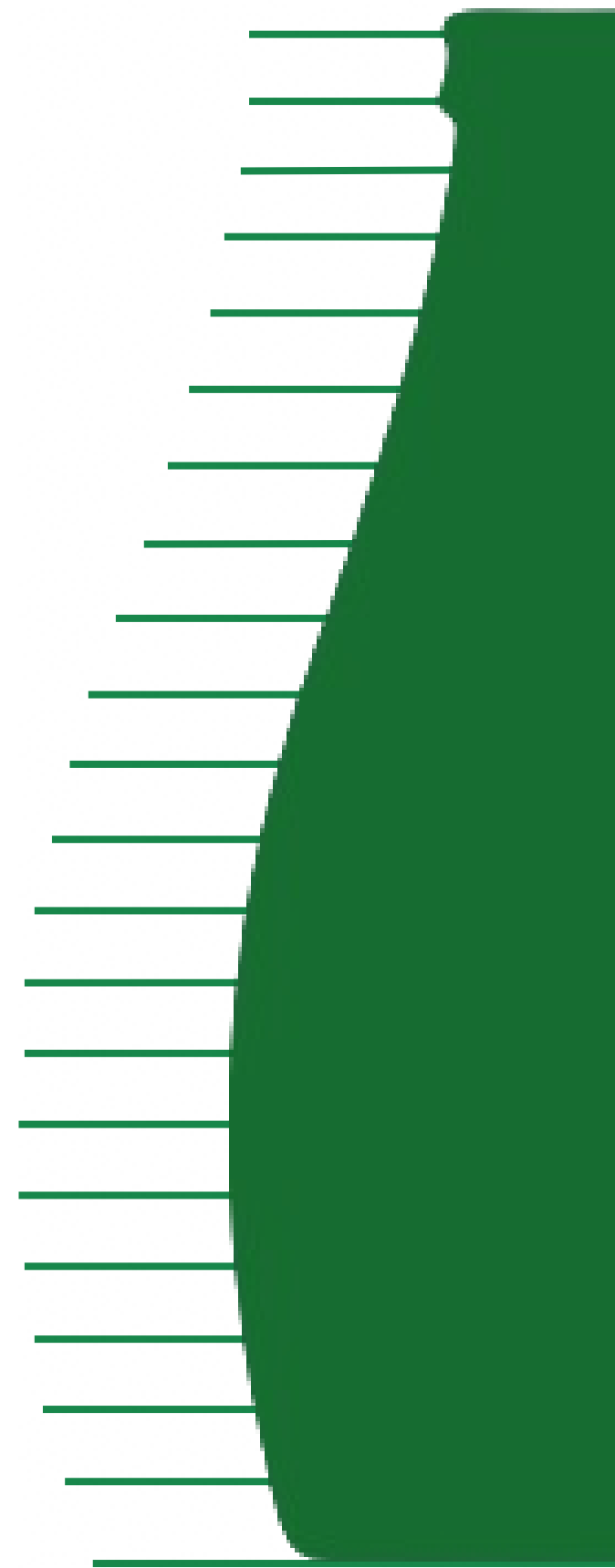
VUE DE CÔTÉ



VUE DU DESSOUS



VUE INTÉRIEUR





# PERRIER

## AXE 2 : ESTHÉTIQUE

### JEU DE MIROIR



METTRE UN OBJET OU UN ESPACE  
RECOUVERT DE MIROIR POUR  
DONNER UNE IMPRESSION D'INFINI



ILLUSION

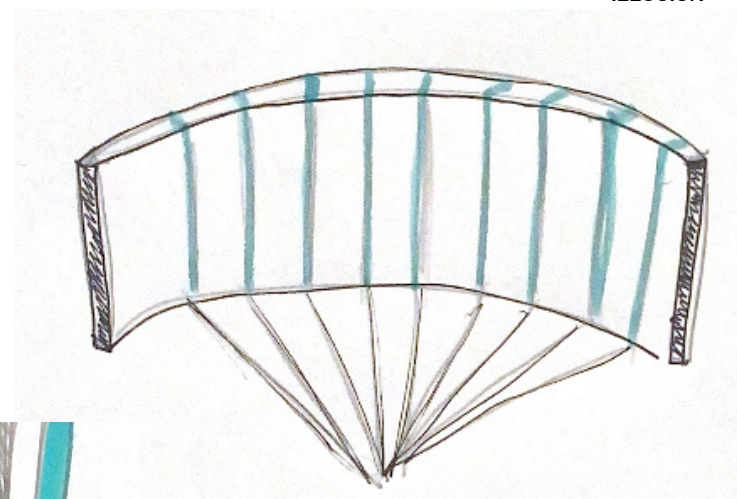
### REF : MUSÉE DE L'ILLUSION



JEU LUDIQUE

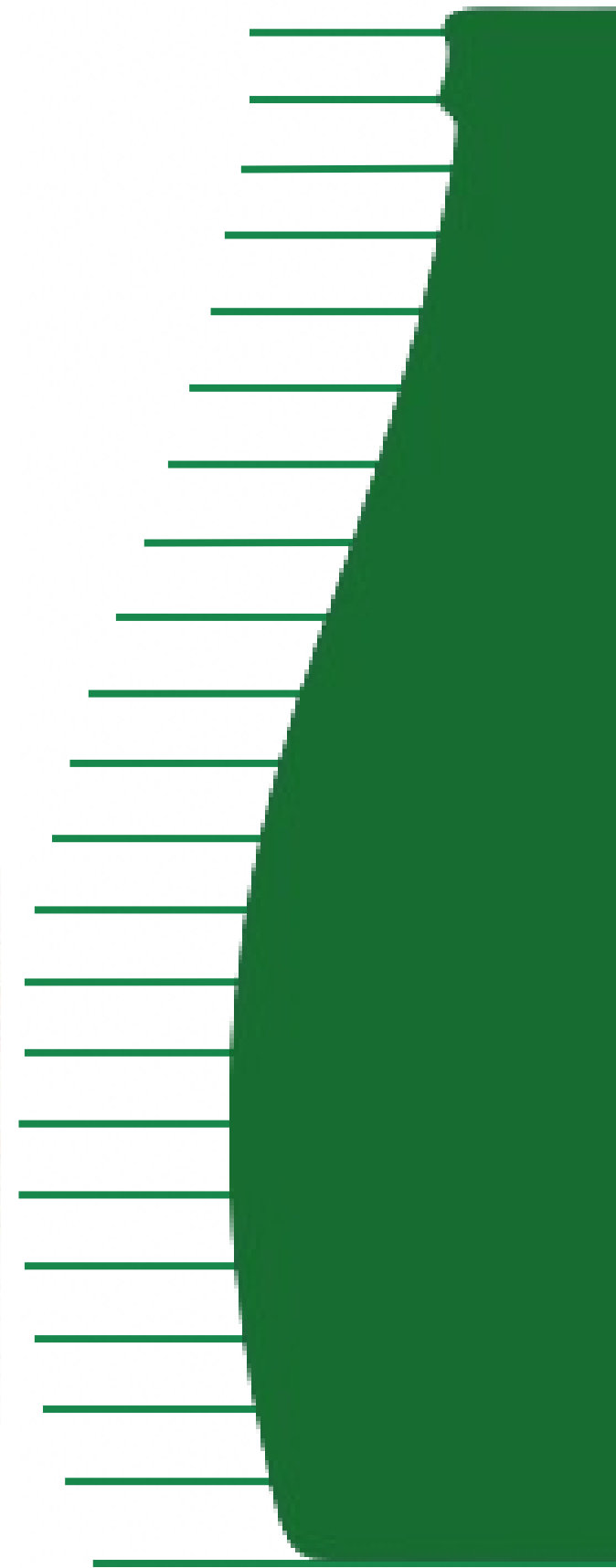
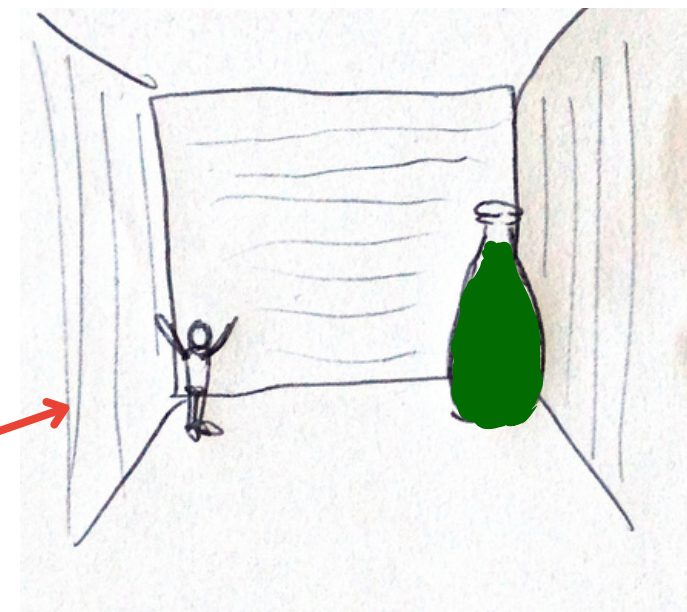


PROJECTION DE  
LUMIÈRE EN  
MOUVEMENT



JOUER AVEC OMBRE ET LUMIÈRE

CHANGEMENT DE PROPORTION  
ENTRE OBJET ET HUMAIN



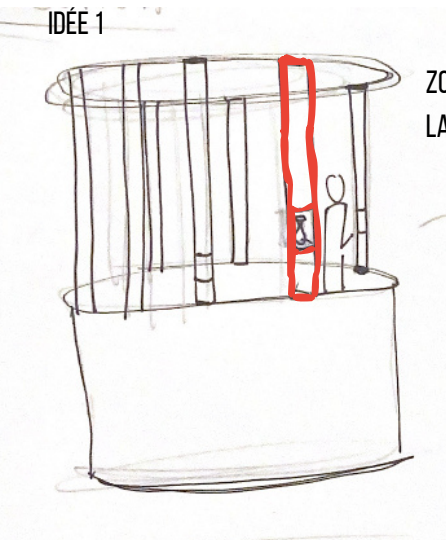


# PERRIER

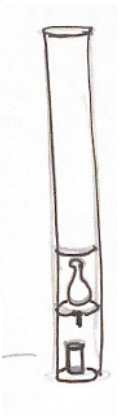
## AXE 3 : FONCTION USAGER

### ZONE 1 : ESPACE DE VENTE

IDÉE 1



ZONE DE VENTE CIRCULAIRE POUR MIEUX FACILITÉ LA VISIBILITÉ AU VISITEUR

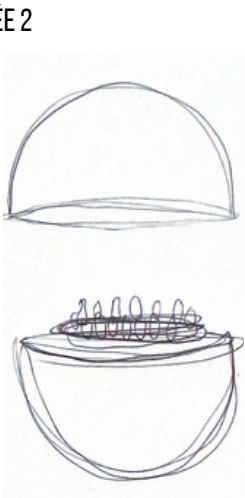


SERVICE DANS UN VERRE OU CANETTE, BOUTEILLE EN PLASTIQUE

PROPOSITION DE DISTRIBUTION



INSPIRATION (PARFUMERIE) : CONÇU PAR HARVEY & JOHN

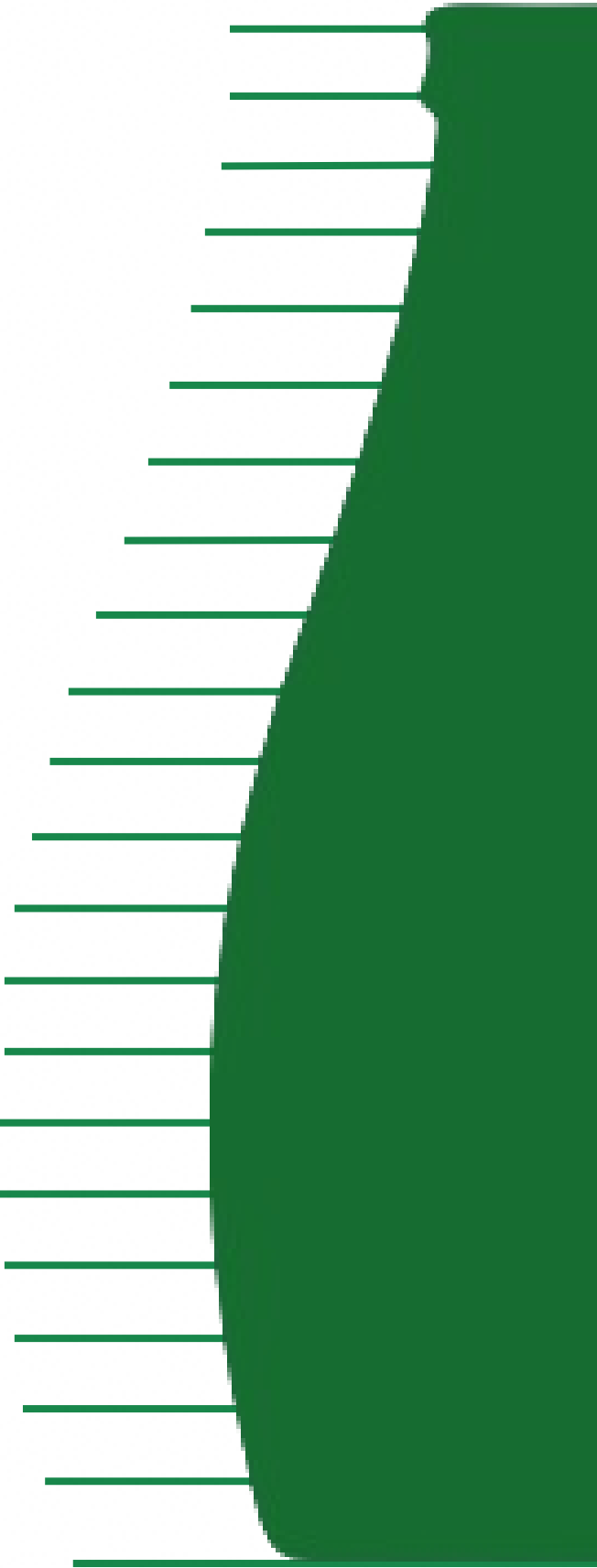
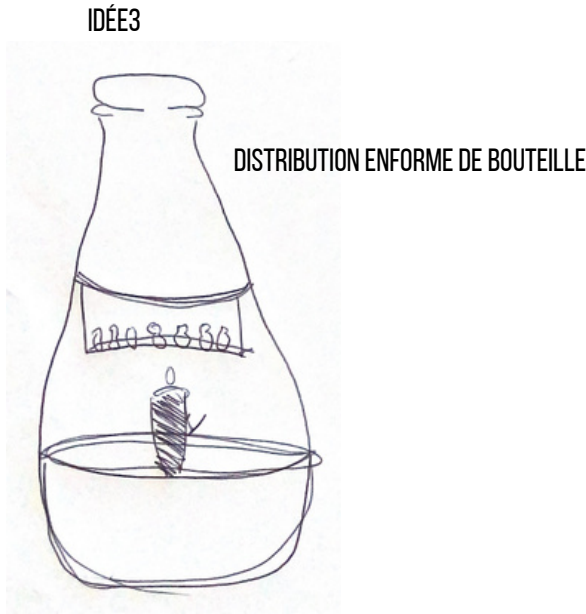


### DEGUSTATION



REF : MIPIM DE CANNES

EST CE QUE LES VISITEURS DOIVENT RESTER DEBOUT OU ÊTRE ASSIS





# PERRIER

## AXE 3 : FONCTION USAGER

### ZONE 2 : UNIVERS PERRIER ( FESTIF)

#### PROJECTION AU SOL

PERRIER EST DANS UN ESPRIT FESTIF



OBJECTIF : IMMERSION DANS LA ZONE

IMMERSION PAR LES BOUTEILLES DE PERRIER, AU PLAFOND AVEC UN EFFET DE LUMIÈRE



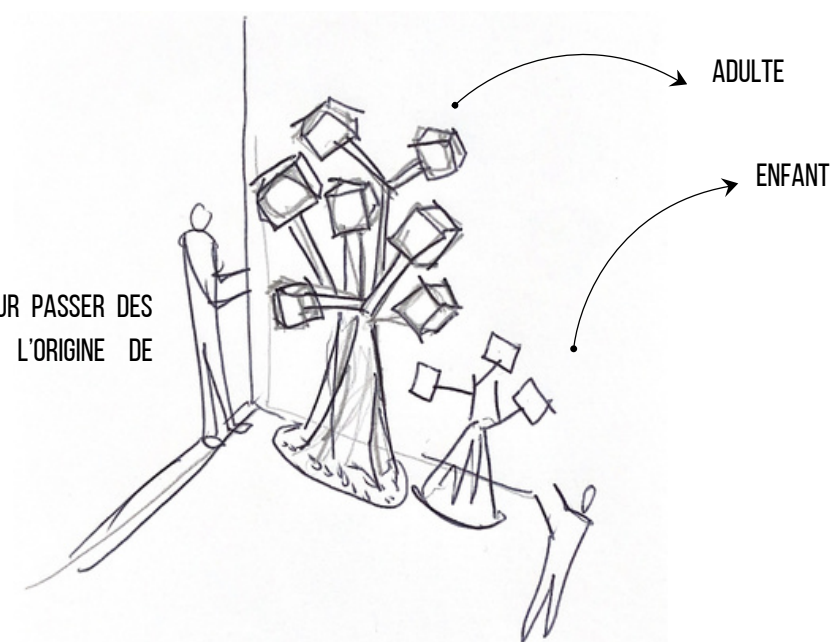
JEU DE LUMIÈRE DERRIERE LES BOUTEILLE VIDE

A L'ORIGINE PERRIER EST UNE BOISSON **MEDICINALE** ,  
ALORS IL PEUT Y AVOIR UN ARBRE POUR LE COTÉ  
NATURE QUI PEUT INTERAGIR AVEC LES VISITEURS

CELA PEUT AVOIR UN BUT LUDIQUE RENSEIGNER  
L'ORIGINE ET L'HISTOIRE DE PERRIER



METTRE DES ÉCRANS POUR PASSER DES  
VIDÉO EXPLICATIVE DE L'ORIGINE DE  
PERRIER, LA FABRIICATION





# PERRIER

## AXE 3 : FONCTION USAGER

### ZONE 3 : UNIVERS STARCK (MINIMALISTE)

CETTE ZONE EST DANS LE BUT DE DECOUVRIR L'UNIVERS DE STARCK À TRAVERS PERRIER

POUR RENDRE UN CÔTÉ LUDIQUE A CETTE ZONE ON PEUT IMAGINÉ PERSONNALISER LES BOUTEILLE PERRIER



RESERVE DE BOUTEILLE:

RESERVE VISIBLE

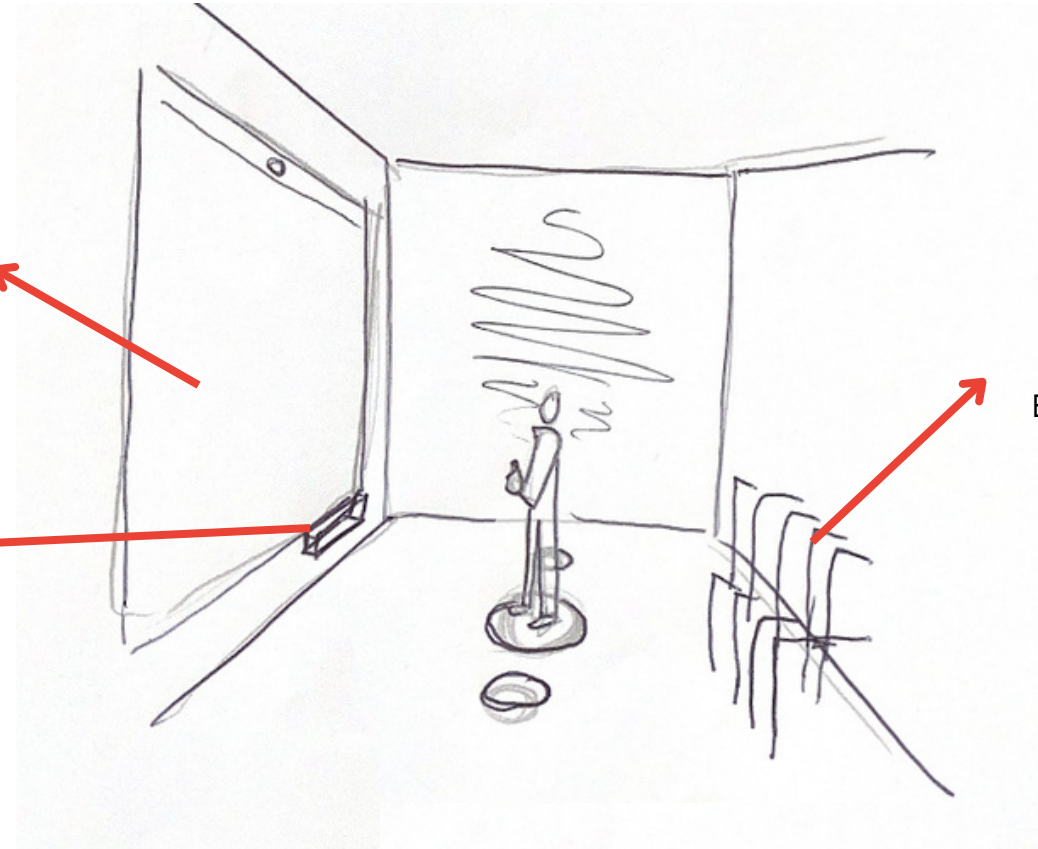
DISPOSITION MURALE



POSSIBILITÉ DE FAIRE COMME UNE FONTAINE  
METTRE DES BOUTEILLE DE PERRIER  
VIDE EN PLASTIQUE, CANNETTE ET VERRE À DISPOSITION

ÉCRAN INTERACTIF  
QUI PERMET DE SE VOIR ET POUVOIR  
PERSONNALISER SA BOUTEILLE

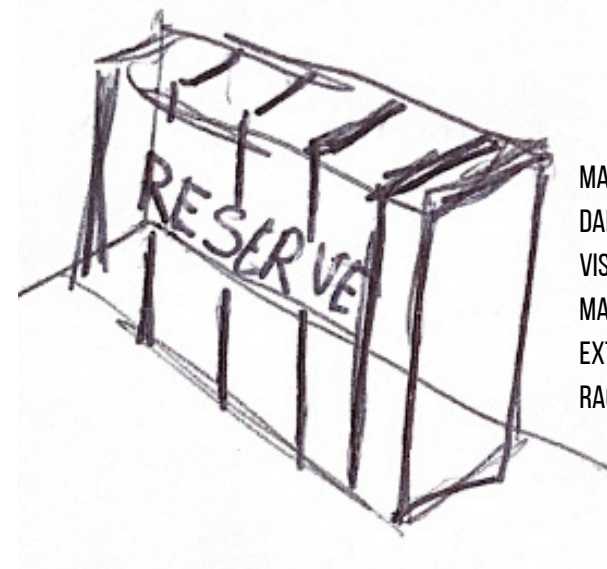
IMPRESSION DE  
PERSONNALISER L'ÉTIQUETTE



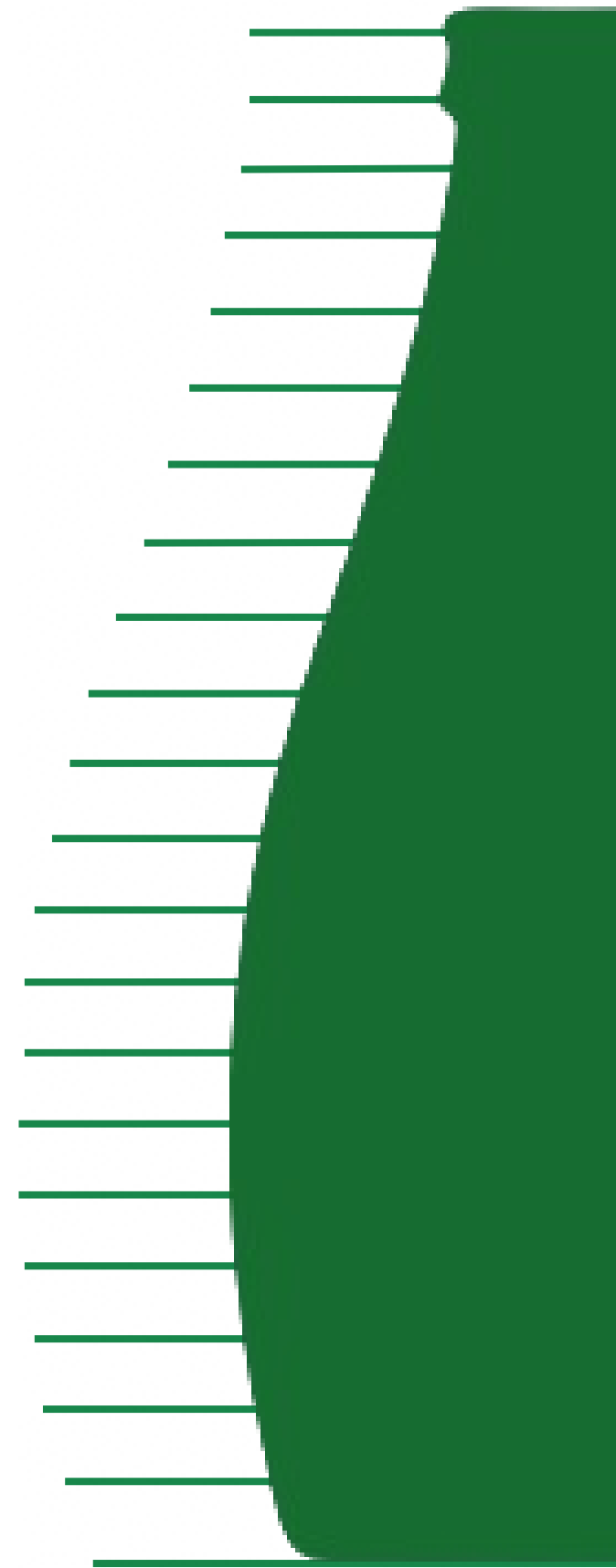
ASSISE POTENTIEL  
FAIT DE LIGNE  
BESOIN D'UNE ASSISE ?



OU AUSSI UNE RÉSERVE À L'INTERIEUR  
DE L'ESPACE DE VENTE



MAIS AUSSI COMPLETEMENT A PART  
DANS UNE ZONE INACCESSIBLE AU  
VISITEUR  
MAIS EN AYANT UNE FAÇADE  
EXTÉRIEUR GRAPHIQUEMENT EN  
RACCORDS AVEC PERRIER X STARCK





APPROFFONDISSEMENT





# PERRIER

## CONCEPT

LES OBJECTIFS ATTENDUS POUR LA CONCEPTION DU STAND ENTRE PERRIER ET STARCK SONT DE CRÉER UN ESPACE **DISTINCTIF** ET **MÉMORABLE**, ANNONÇANT **EFFICACEMENT** LE NOUVEAU PRODUIT, **DYNAMISER** L'ESPACE DU H16, REFLÉTER **L'IDENTITÉ** DE LA MARQUE ET DU PRODUIT



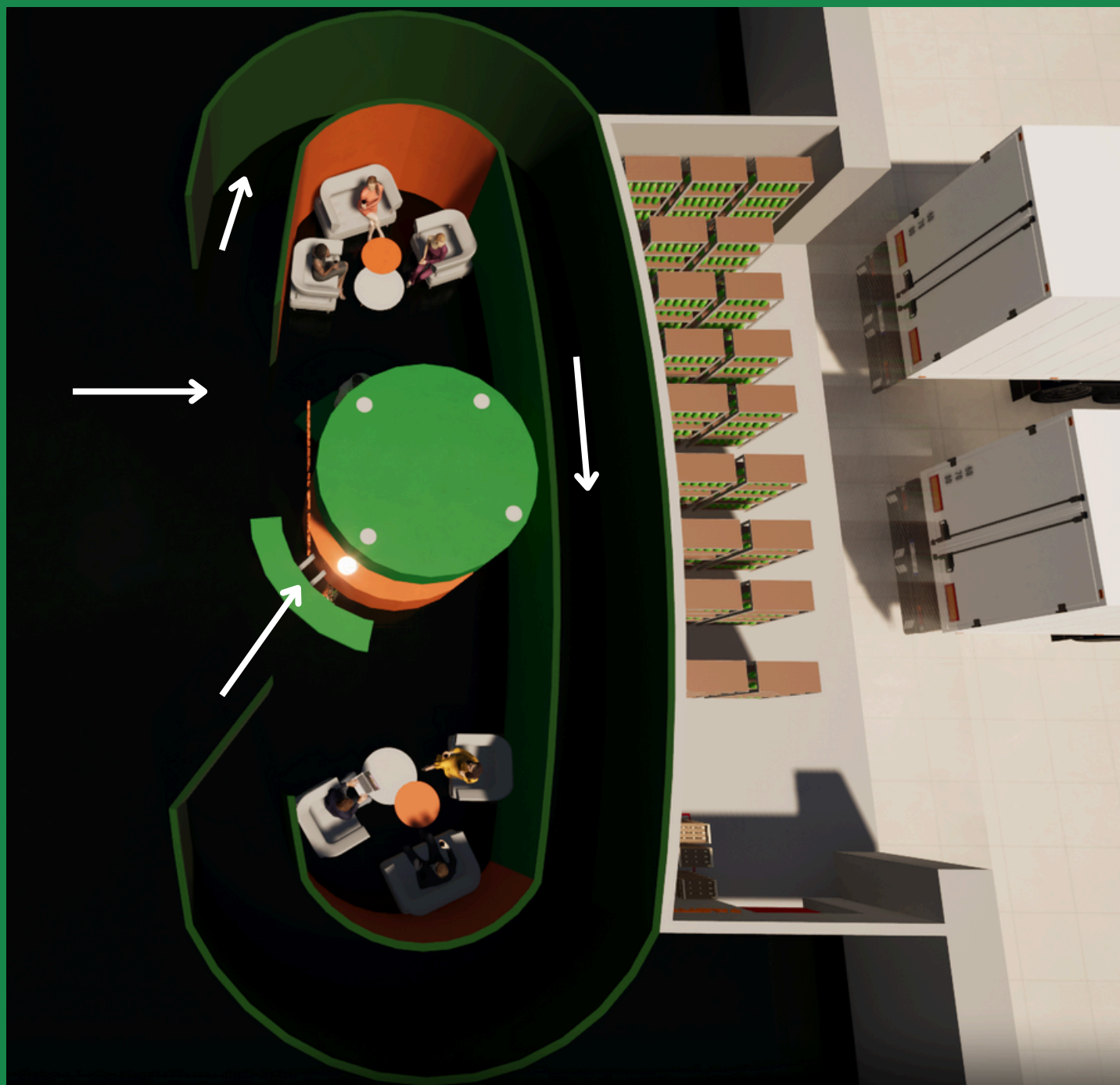
SUITE À CES OBJECTIFS IL A ÉTÉ MIS EN PLACE PLUSIEURS ESPACES :

- L'ESPACE DE VENTE
- L'ESPACE D'INFORMATION (DE VISITE)
- L'ESPACE DE DÉGUSTATION
- L'ESPACE DE STOCKAGE / RÉSERVE

# PERRIER

## CONCEPT

LE DÉROULEMENT DU STAND SE PASSE UN PEU COMME DANS UN MUSÉE : DANS UN PREMIER TEMPS, NOUS FAISONS UNE VISITE POUR PRENDRE CONNAISSANCE DES INFORMATIONS ET POUR COMPRENDRE SON ORIGINE. PAR LA SUITE, NOUS PRENONS CONNAISSANCE DE L'ŒUVRE (LE PRODUIT) ET ENFIN, NOUS POUVONS L'ACHETER (LE DÉGUSTER).



**1**

LE CLIENT ENTRE DANS LE STAND ET A LE CHOIX SOIT DE DÉGUSTER LA BOISSON, SOIT DE COMMENCER DIRECTEMENT LA VISITE.

**2**

ENSUITE, IL PASSE À LA VISITE, PREND CONNAISSANCE DE L'ORIGINE DE LA MARQUE ET DE LA COLLABORATION.

**3**

PAR LA SUITE, APRÈS AVOIR FAIT LA VISITE, LE CLIENT A LE CHOIX SOIT D'ACHETER LA BOISSON, SOIT DE LA DÉGUSTER EN S'INSTALLANT SUR LES ASSISES.



LORSQUE LE CLIENT ENTRE, IL Y A UN ÎLOT CENTRAL POUR ACCUEILLIR LA CLIENTÈLE ET POUR SERVIR LA BOISSON.

NOUS POUVONS VOIR QU'IL Y A UNE EXPOSITION DES BOUTEILLES PERRIER & STARCK POUR LES VALORISER. IL Y A DES ASSISES POUR LA CLIENTELE AUTOUR DE L'ÎLOT

DE PLUS, NOUS POUVONS RETROUVER LE STOCKAGE RAPIDE DES BOUTEILLES À PORTÉE DE MAIN DES SERVEURS DANS L'ÎLOT CENTRAL.

# PERRIER X STARCK





TOUT AU LONG DE LA VISITE, LE CLIENT  
PREND CONNAISSANCE DE LA MARQUE  
GRÂCE À DES PANNEAUX EXPLICATIFS. LA  
VISITE SE DÉROULE DE MANIÈRE  
CHRONOLOGIQUE, DEPUIS LA NAISSANCE  
DE LA MARQUE PERRIER JUSQU'À SA  
COLLABORATION AVEC STARCK.



LE COIN DÉGUSTATION EST UN MOMENT DE  
PARTAGE, DE DÉTENTE ET DE  
SAVOURATION, OÙ L'ON PEUT S'ASSEOIR  
CONFORTABLEMENT SUR DES ASSISES  
DANS LE STYLE DE STARCK.








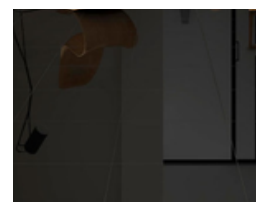


LA RÉSERVE, QUI SE TROUVE COLLÉE AU STAND, EST UN ESPACE DE STOCKAGE POUR TOUTES LES BOUTEILLES PERRIER. CELA EST UTILE EN CAS DE GROSSES COMMANDES. LES CAMIONS PEUVENT ACCÉDER DIRECTEMENT SUR LE CÔTÉ DE LA RÉSERVE ET SE SERVIR À L'AIDE DE PALETTES.





# PERRIER

## TABLEAUX TECHNIQUE

produit	matériaux	dimension	classification	impression	couleurs
	Plastique et aluminium	62,5 X 66 CM, H 94,5 CM	M2	X	GRIS CLAIR (RAL 7035)
	céramique	30X30cm	M0	X	noir
	verre et métal	L.100X H.30XP.10 0cm	M2	X	transparen t et noir
	Bois léger,PVC, Plastique	2M59X2M	M1	X	vert, orange





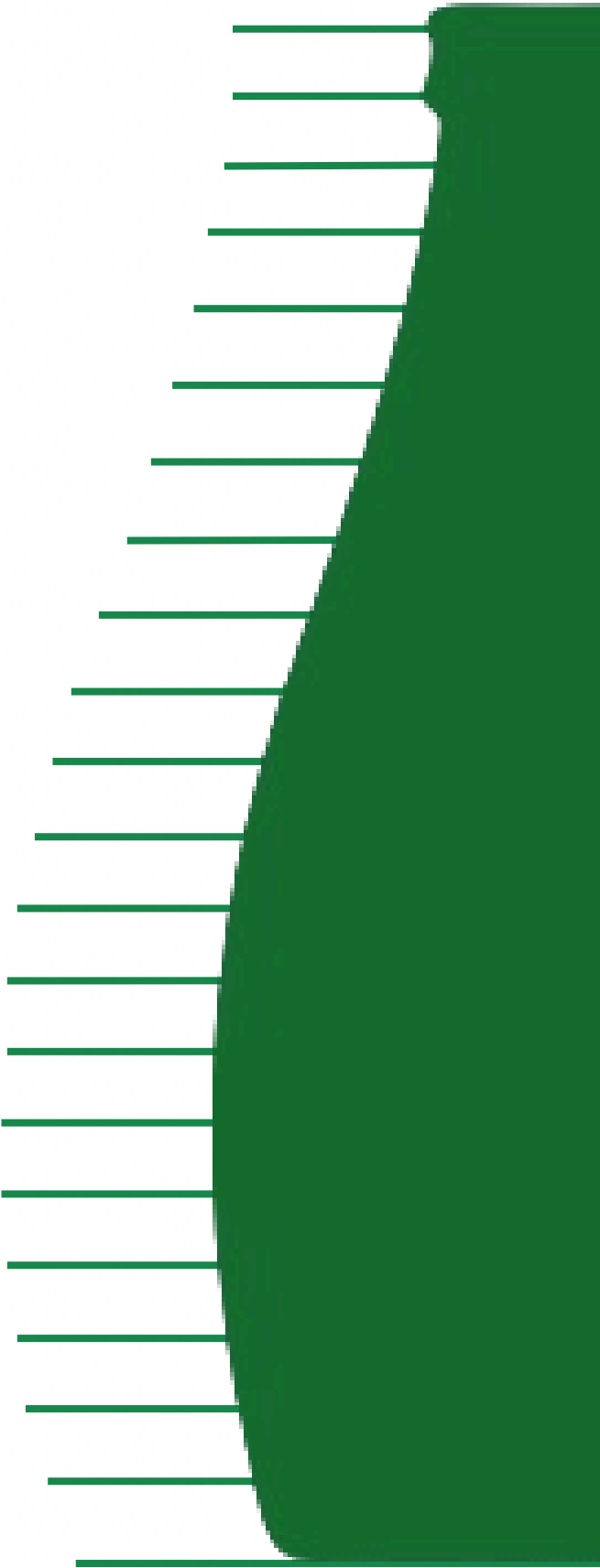


# PERRIER

## TABLEAUX TECHNIQUE

RÉSERVE

produit	materiaux	dimension	classificati on	impressio n	couleurs
	BOIS AGGLOMÉRÉ (MDF) ET MÉTAL	18>0X40,5X40	M2	X	marron et gris
		50X40X30 CM	m3	X	marron



CET EMPLACEMENT DANS LE HANGAR H16  
PERMET UN JEU DE LUMIÈRE SUR LE  
STAND. C'EST POUR CELA QU'IL N'Y A PAS  
DE PLAFOND. DE PLUS, LE SOL EST FAIT EN  
CARRELAGE NOIR BRILLANT POUR  
REFLÉTER LA LUMIÈRE QUI VIENT DES  
VITRAUX, AVEC DES COULEURS VERT ET  
ORANGE POUR RAPPELER LA  
COLLABORATION DE PERRIER ET STARCK.

