

perrier®  
+  
STARCK®



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**



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 PRÉCISEMENT LES **25-35 ANS**

QUI SONT 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**.

## CONCURRENCE

UNIVERS CONCURRENTIEL DE L'EAU MINÉRALE GAZEUSE EN FRANCE



PRINCIPALE CONCURRENCE

# PERRIER CHARTE GRAPHIQUE

## LOGO

ANNÉES 1930-1940



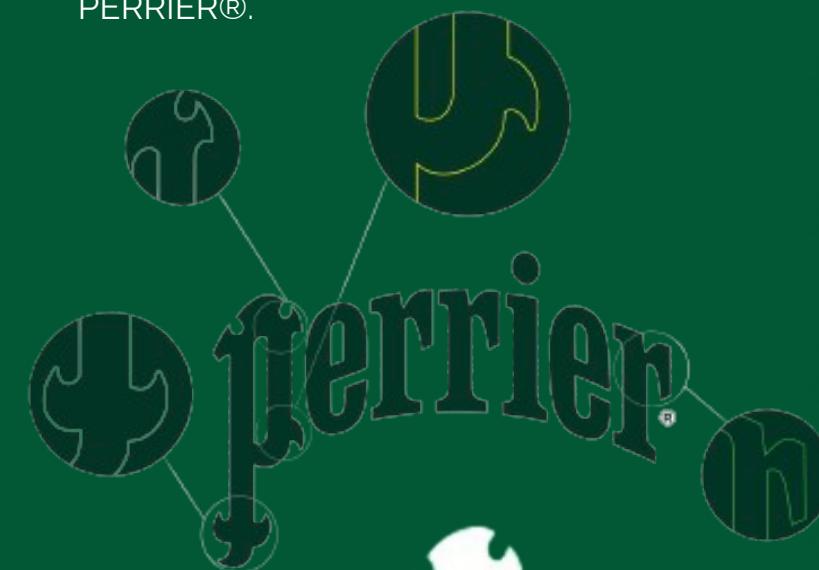
ANNÉES 1945-2003



ANNÉES 2003-MAINTENANT

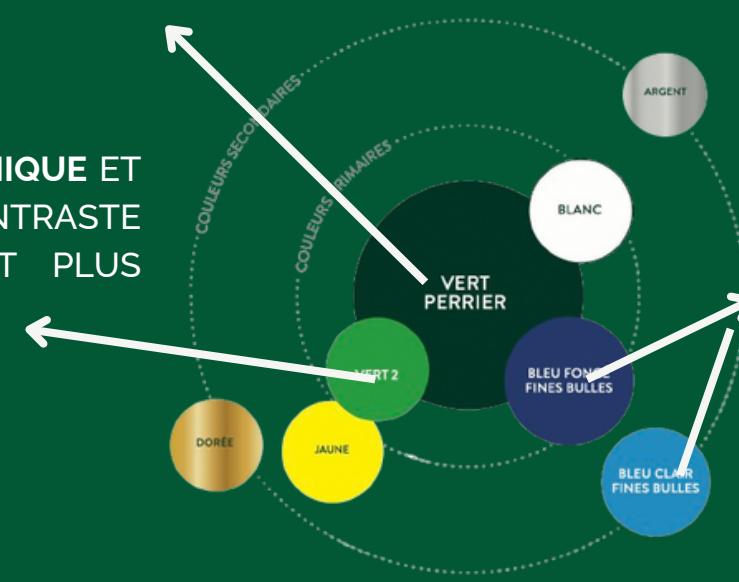


- L'INITIALE « P » REPRÉSENTE L'ESSENCE DE PERRIER®.



- 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 CHARTE 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 CHANGER AU FIL DU TEMPS

# PERRIER AUTRES PRODUITS



## VERRE



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



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

## PLASTIQUE



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



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



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



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



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

## CANETTE



# 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 COLORÉ.

PERRIER X DITA VON TEESE - PAPARAZZI - ÉDITION LIMITÉE 2010



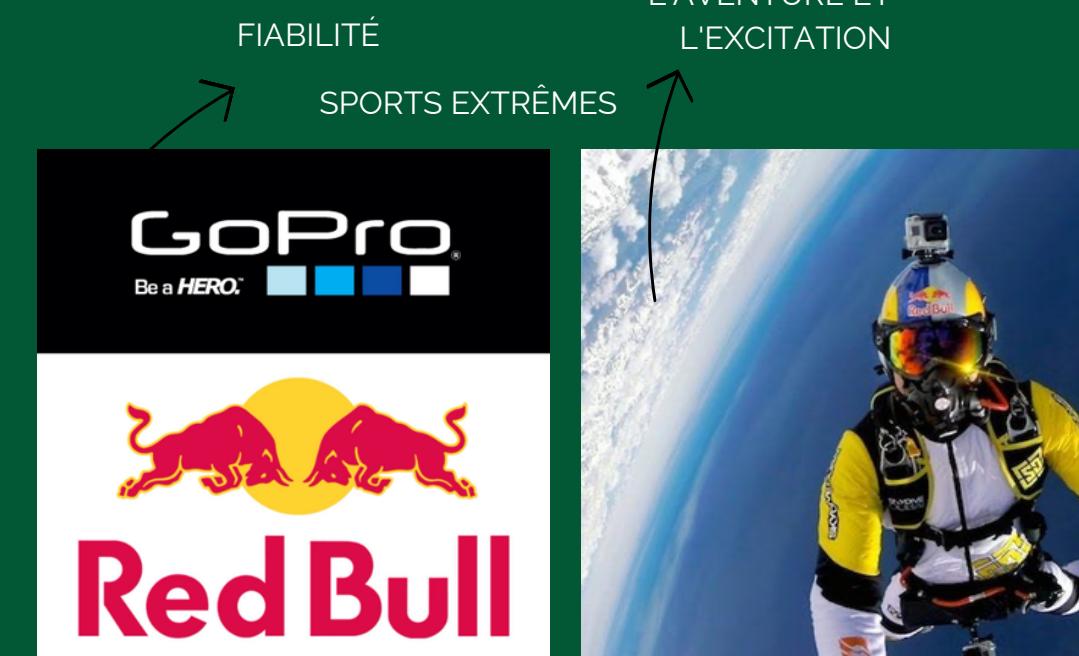
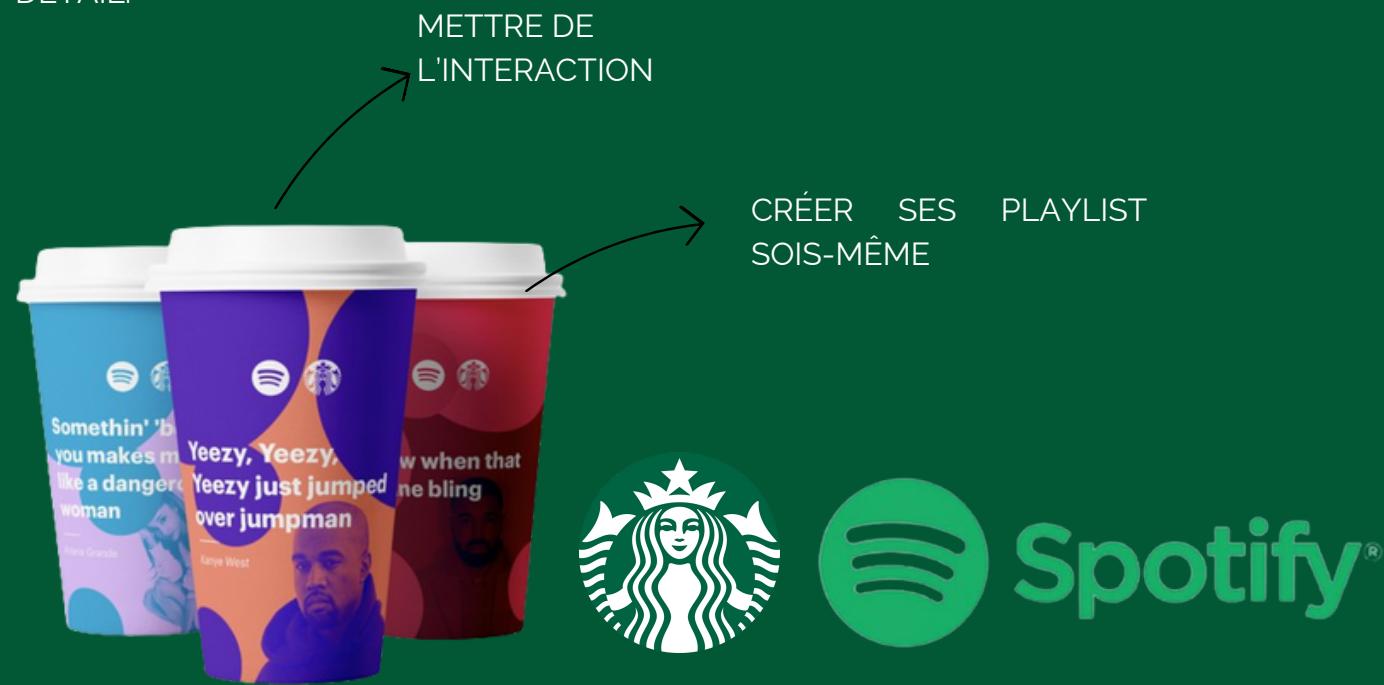
CANETTES PERRIER X JUAN TRAVIESO



# PERRIER

## AUTRES COLLABORATION

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



# PERRIER PHILIPPE STARCK



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

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

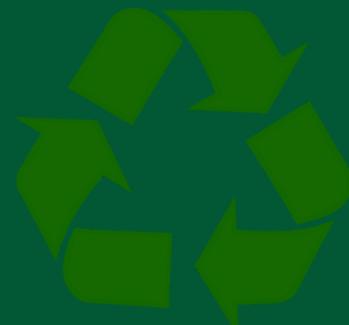
OEUVRES EMBLÉMATIQUES :

LA CHAISE LOUIS GHOST  
POUR KARTELL,

PRESSE-AGRUMES JUICY SALIF



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**.



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 **UNIQUES** ET **RECONNAISSABLES**.

# 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 PRÉSENTE UNE FUSION RÉUSSIE ENTRE **L'ART**, LA **FONCTIONNALITÉ** ET LA **MARQUE**.

# 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, SOIREE DE GALA, CONVENTION, LANCEMENT DE PRODUIT...

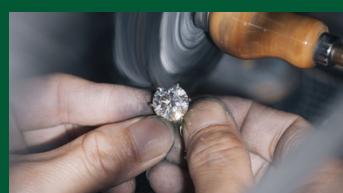
REFLET



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**

PIUSSANCE 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.**

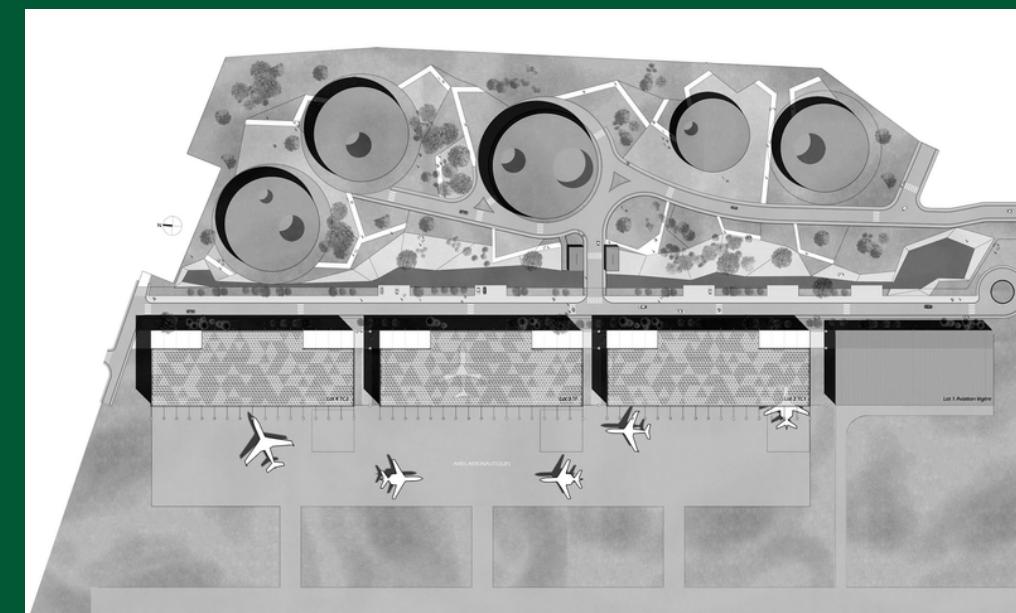
SURFACE (H15, H16, H17) : 10 250 M<sup>2</sup> SHON.

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 / ÉLÉGANT// SEXY

DYNAMISME

ROBJECTIF DU LIEU :

- ÉLÉGANCE / REFLET

ÉLÉGANCE

PROBLÉMATIQUE :

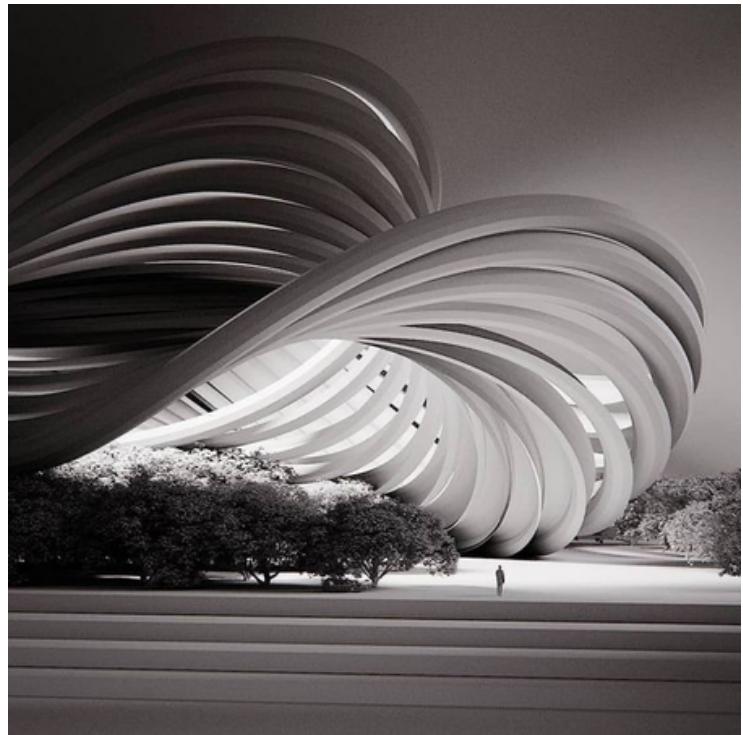
COMMENT FAIRE COLLABORER DEUX DOMAINES DIFFÉRENTS DANS UN MÊME STAND, TOUT EN ALLIANT L'ÉLÉGANCE, DU DYNAMISME POUR QUE CELA SOIT FONCTIONNELLE ?



RECHERCHE



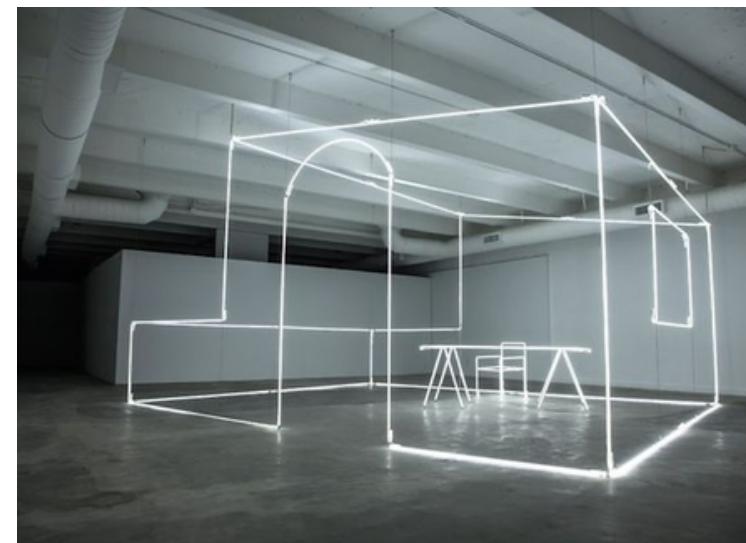
# PERRIER MOODBOARD



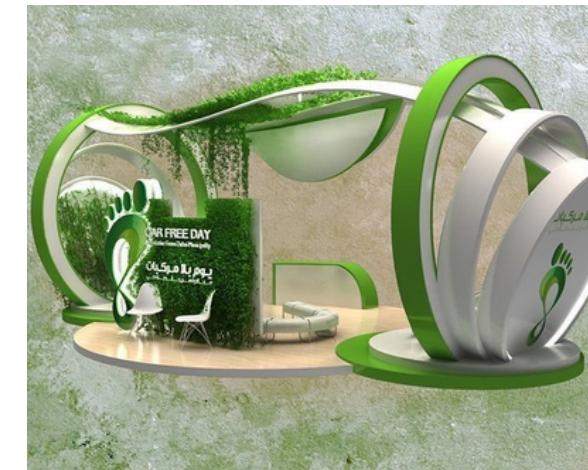
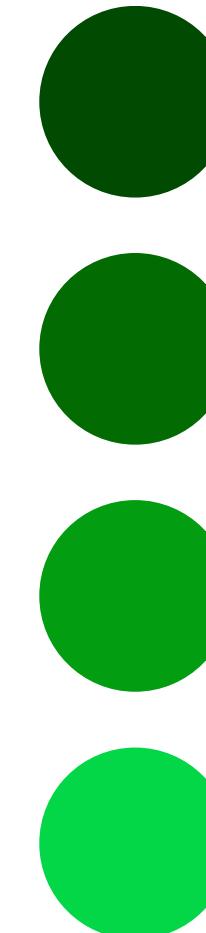
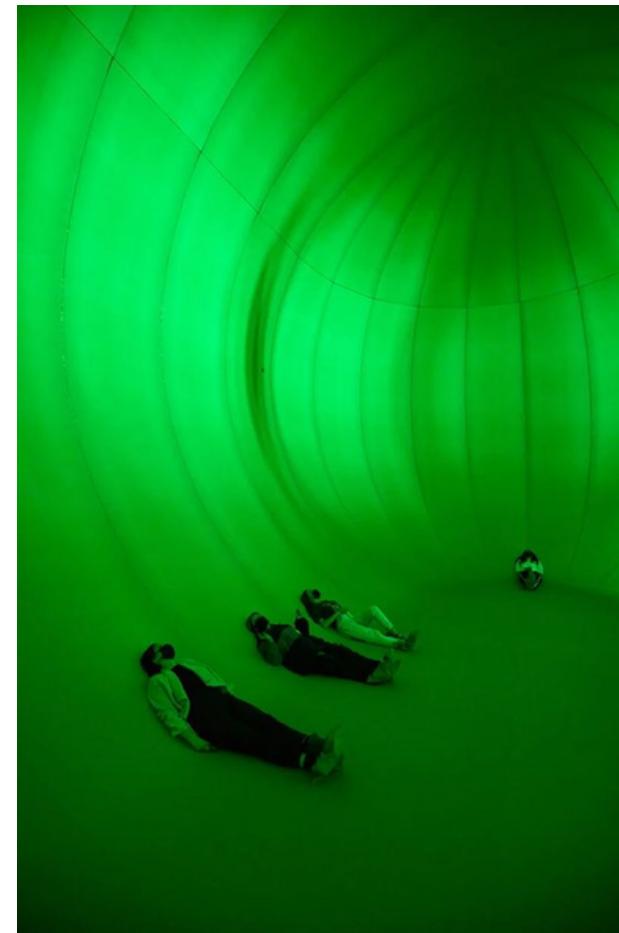
DYNAMISME



LUMIÈRE



MINIMALISME



FORME



# PERRIER MOODBOARD

JOUER SUR LA LIGNE



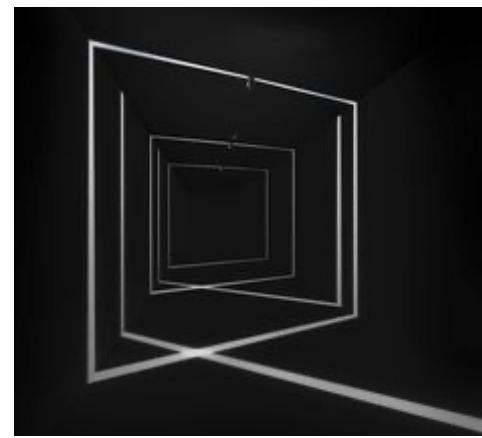
EXPÉRIENCE LUDIQUE



EFFET DE REFLET



ILLUSION



JOUER AVEC LES SENS



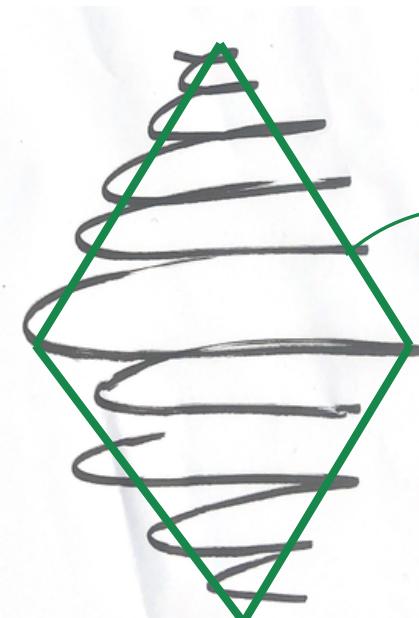
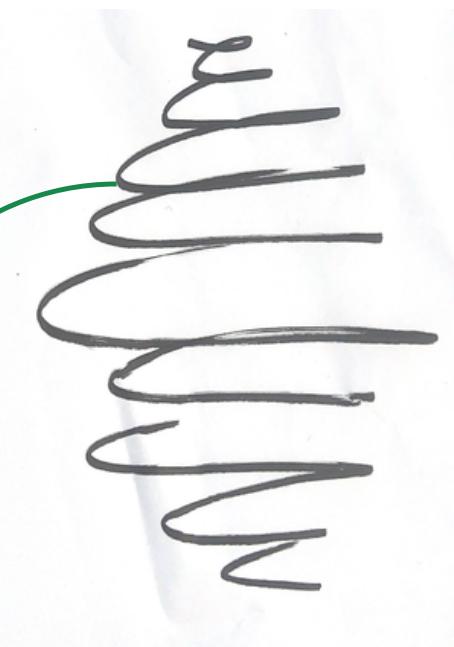
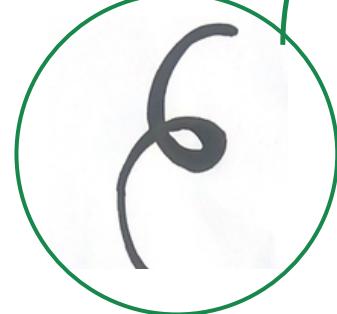
IMMERSION



# 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

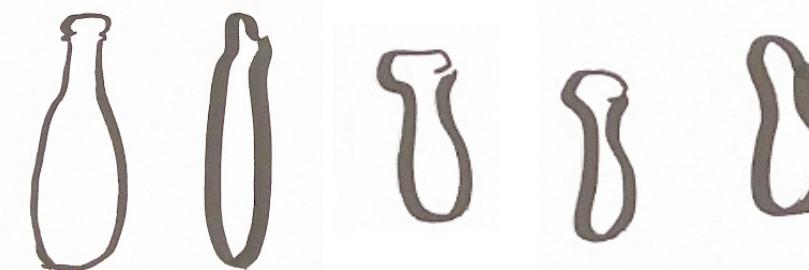


## REFERENCE AU LIEU

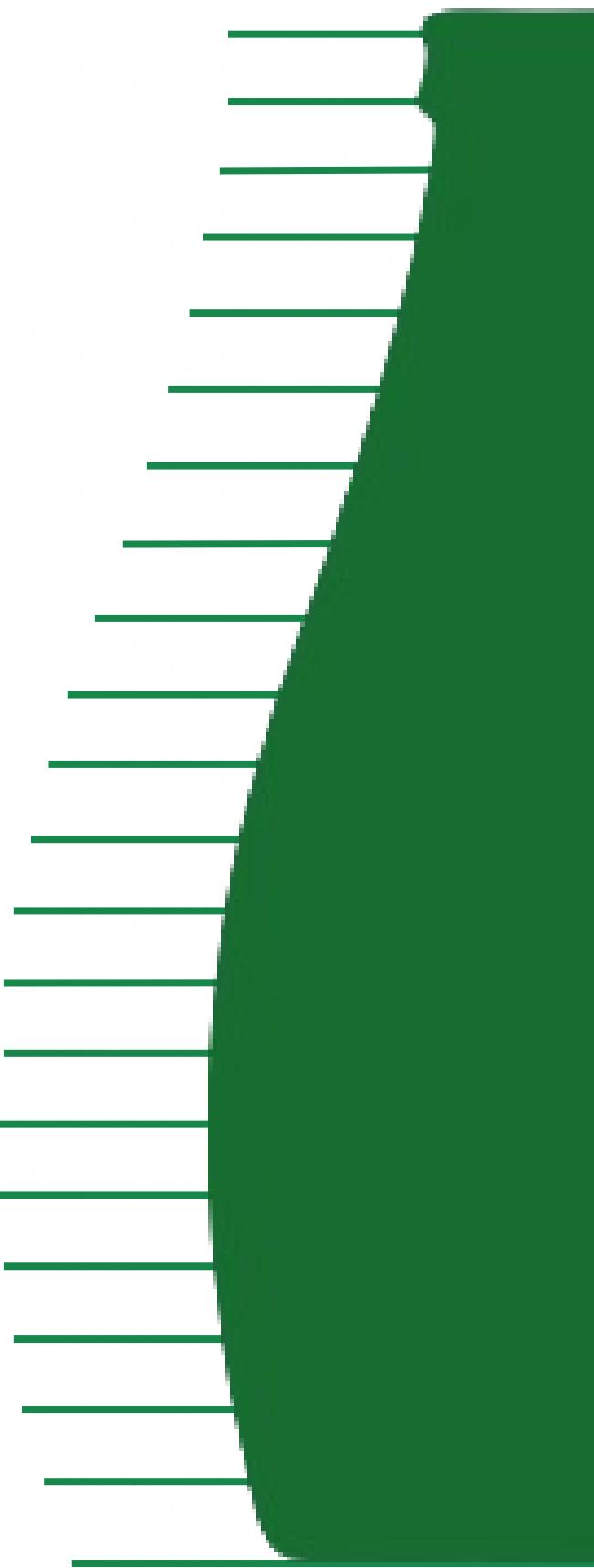
ASSEMBLAGE DE LIGNE EN FORME  
DE BOUTEILLE



EXPERIENCE MOUVEMENT CIRCULAIRE  
COMME LA BOUTEILLE



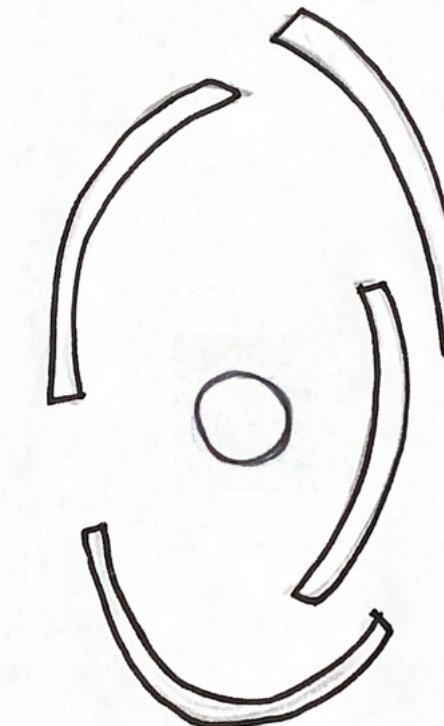
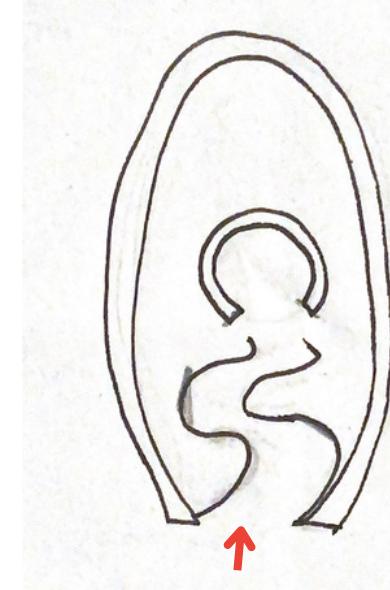
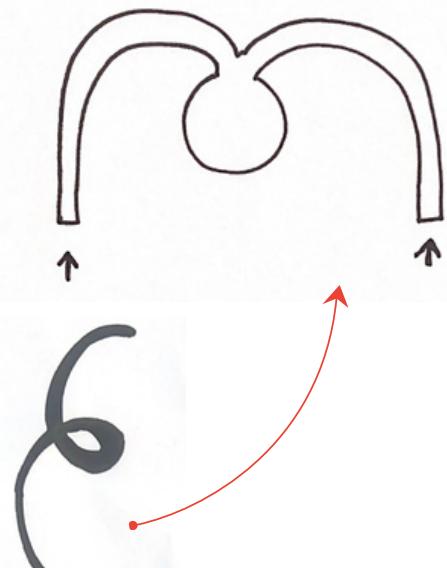
MOUVEMENT DE PLUS EN PLUS SIMPLIFIER



# PERRIER AXE 1 : STRUCTURES

## FORME DU STAND

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

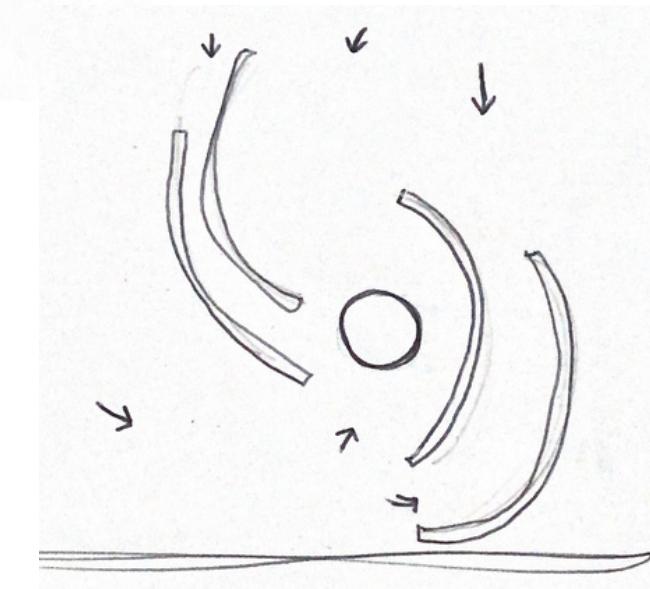
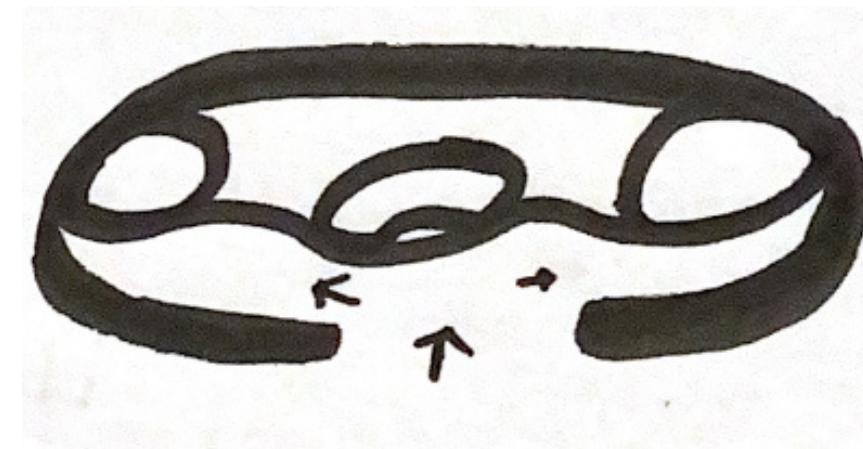


## PLAN VUE DE HAUT



REF : LA MATIERE 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 DÉJA DES EFFETS DE LUMIÈRE GRACE AU VERRE

##### PROJECTION



REF : JEU DE LIGNE

##### JOUER AVEC LA LUMIÈRE ET LES FORMES



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



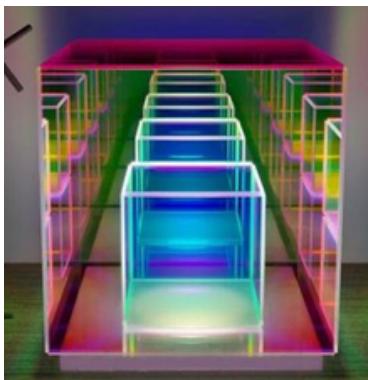
# PERRIER

## AXE 2 : ESTHÉTIQUE

### JEU DE MIROIR



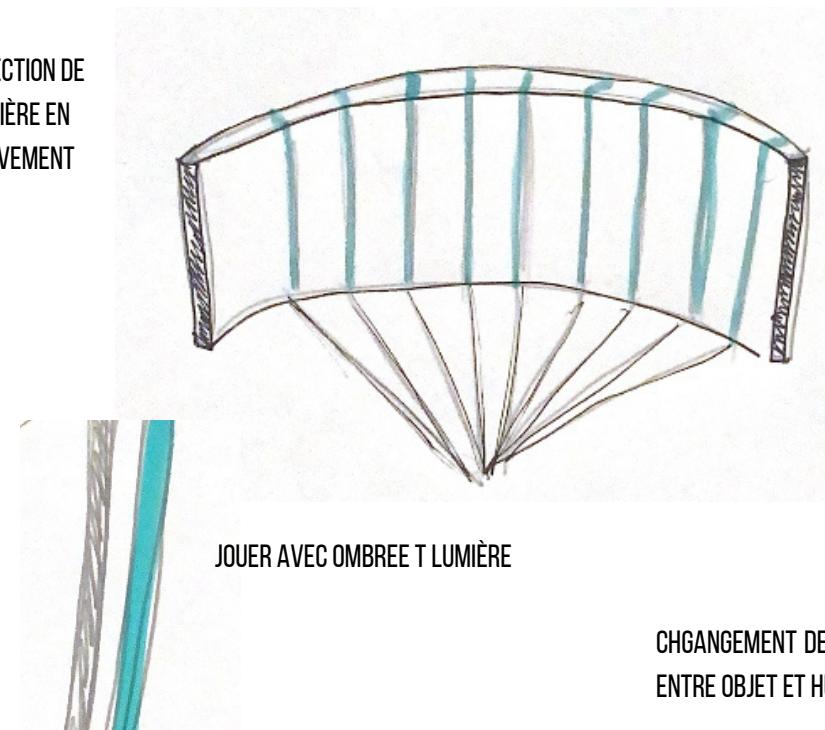
METTRE UN OBJET OU UN ESPACE  
RECOUVERT DE MIROIR POUR  
DONNER UNE IMPRESSION D'INFINI



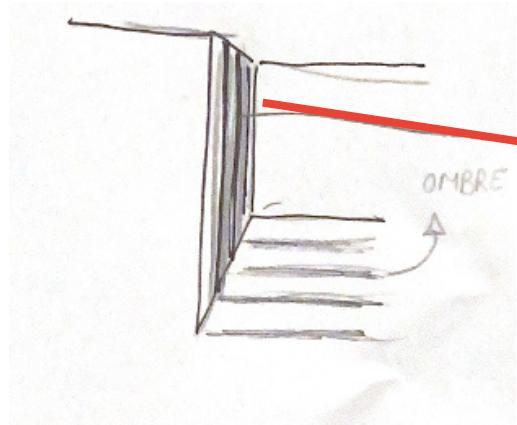
ILLUSION



PROJECTION DE  
LUMIÈRE EN  
MOUVEMENT



JOUER AVEC OMBRE ET LUMIÈRE



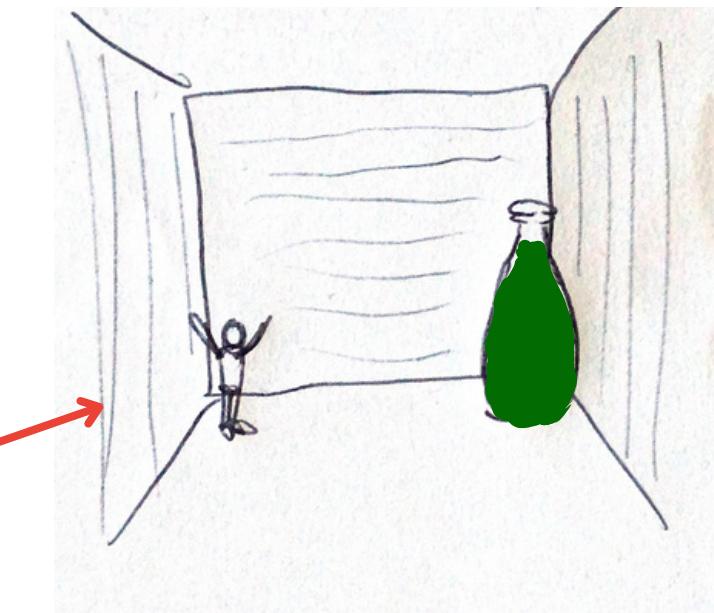
OMBRE

CHANGEMENT DE PROPORTION  
ENTRE OBJET ET HUMAIN

### REF : MUSÉE DE L'ILLUSION

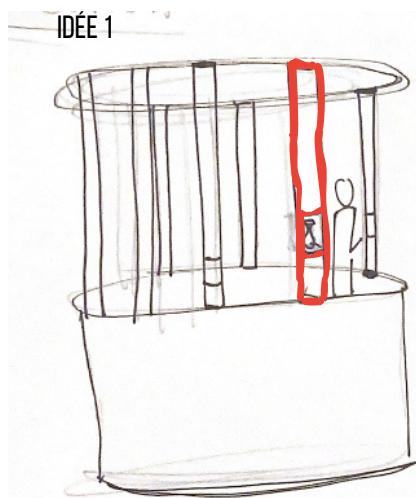


### JEU LUDIQUE



# PERRIER AXE 3 : FONCTION USAGER

## ZONE 1 : ESPACE DE VENTE



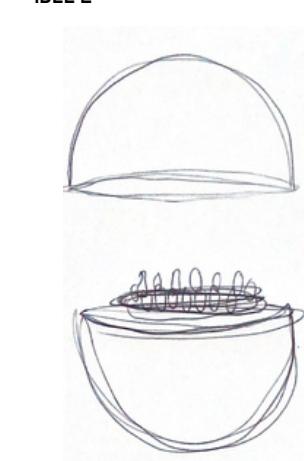
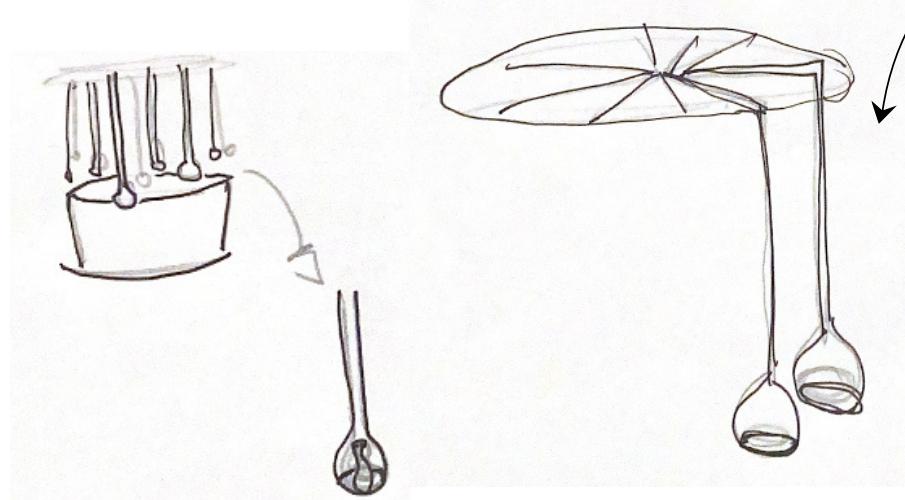
ZONE DE VENTE CIRCULAIRE POUR MIEUX FACILITÉ LA VISIBILITÉ AU VISITEUR



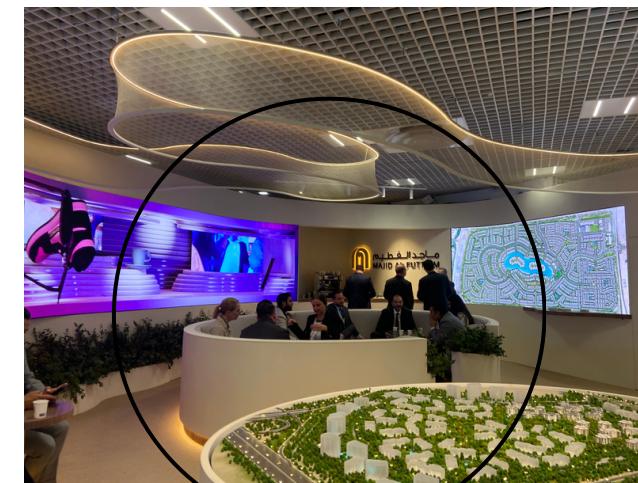
SERVICE DANS UN VERRE OU CANETTE, BOUTEILLE EN PLASTIQUE



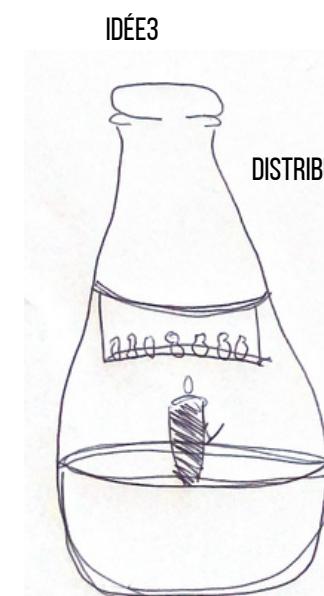
INSPIRATION (PARFUMERIE) : CONÇU PAR HARVEY & JOHN



## DEGUSTATION



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



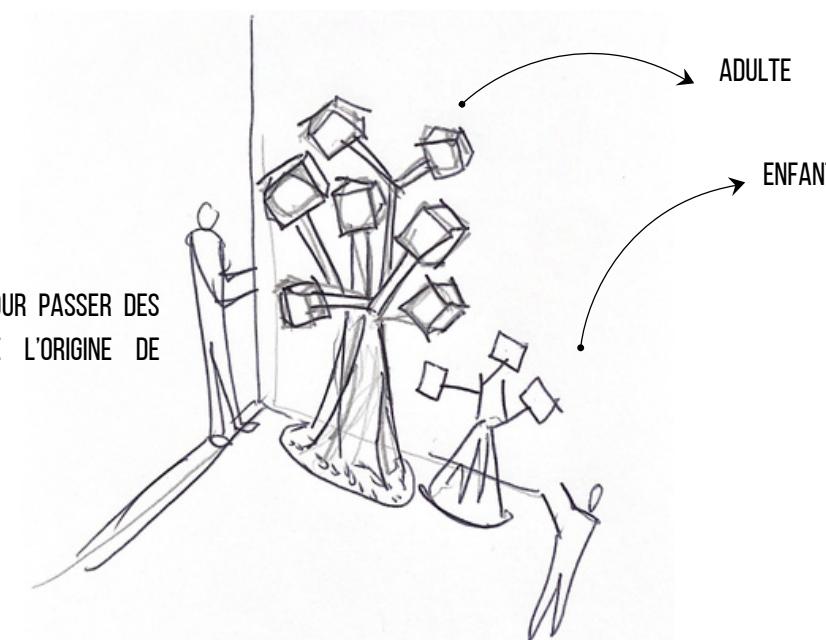
JEU DE LUMIÈRE DERRIÈRE LES BOUTEILLE VIDE

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 FABRICATION



# PERRIER

## AXE 3 : FONTION USAGER

### ZONE 3 : UNIVERS STARCK (MINIMALISTE)

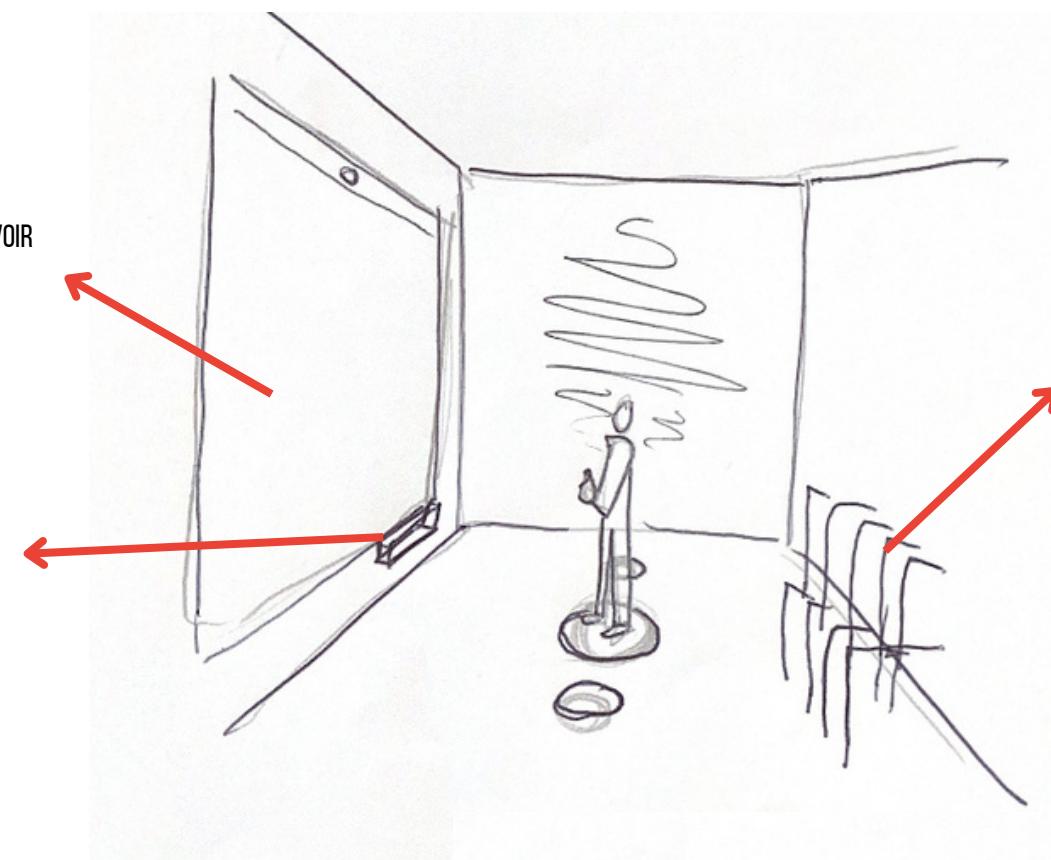
CETTE ZONE EST DANS LE BUT DE DECOUVRIR L'UNIVERS DE STARCK À TRAVERS PERRIER

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



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

IMPRESSION DE L'ÉTIQUETTE  
PERSONNALISER

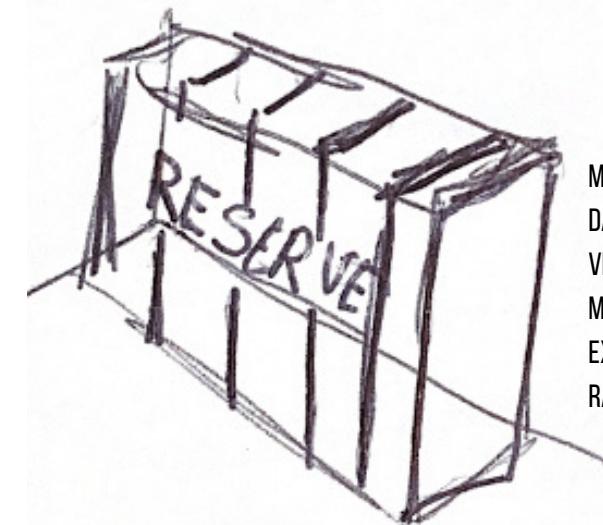


ASSISE POTENTIEL  
FAIT DE LIGNE  
BESOIN D'UNE ASSISE ?

### RESERVE DE BOUTEILLE:

RESERVE VISIBLE

DISPOSITION MURALE



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

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

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



APPROFONDISSEMENT



# 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 :

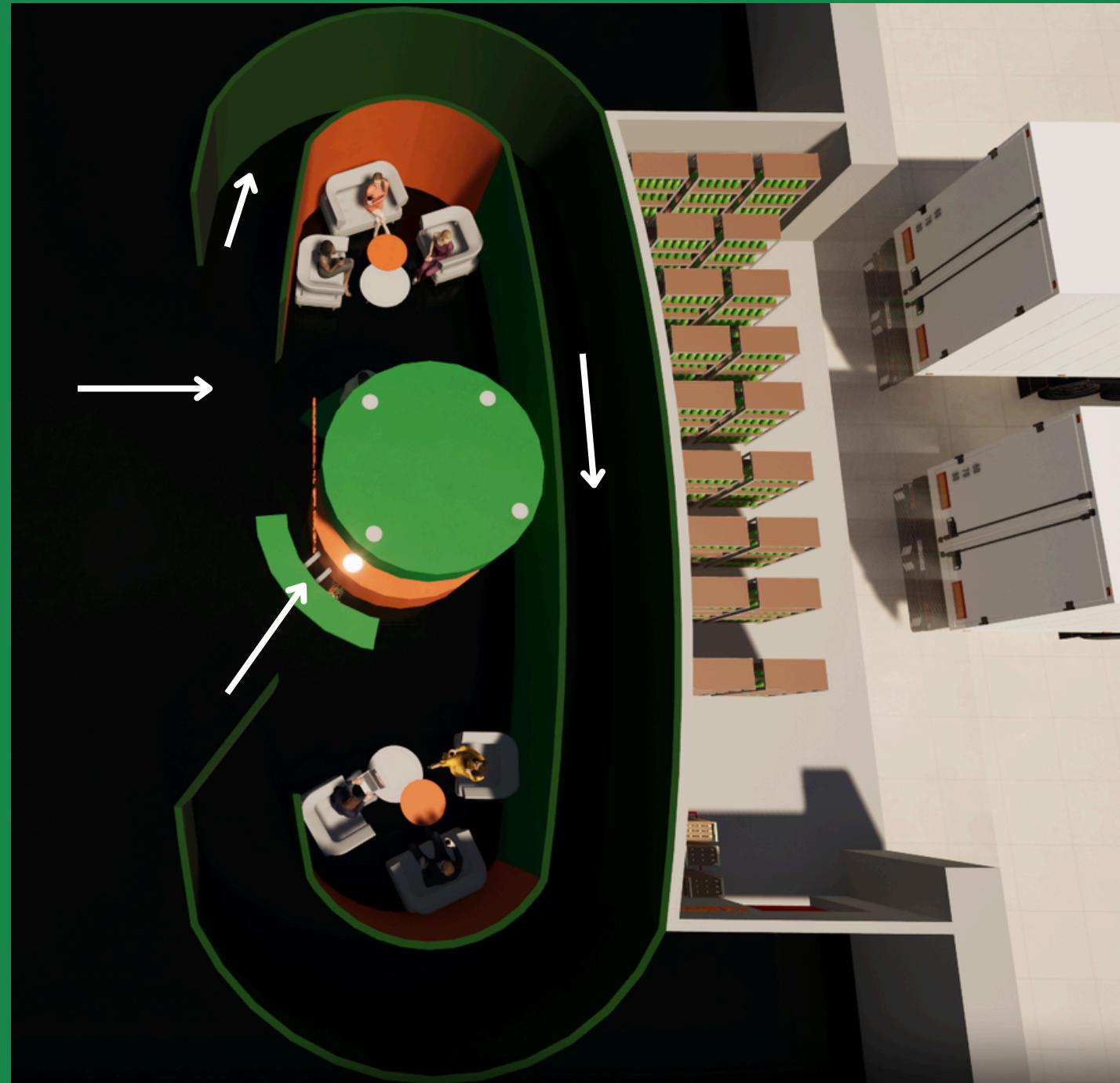
- L'ESPACE DE VENTE
- L'ESPACE D'INFORMATION (DE VISITE)
- L'ESPACE DE DÉGUSTATION
- L'ESPACE DE STOCKAGE / RÉSERVE



# 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.

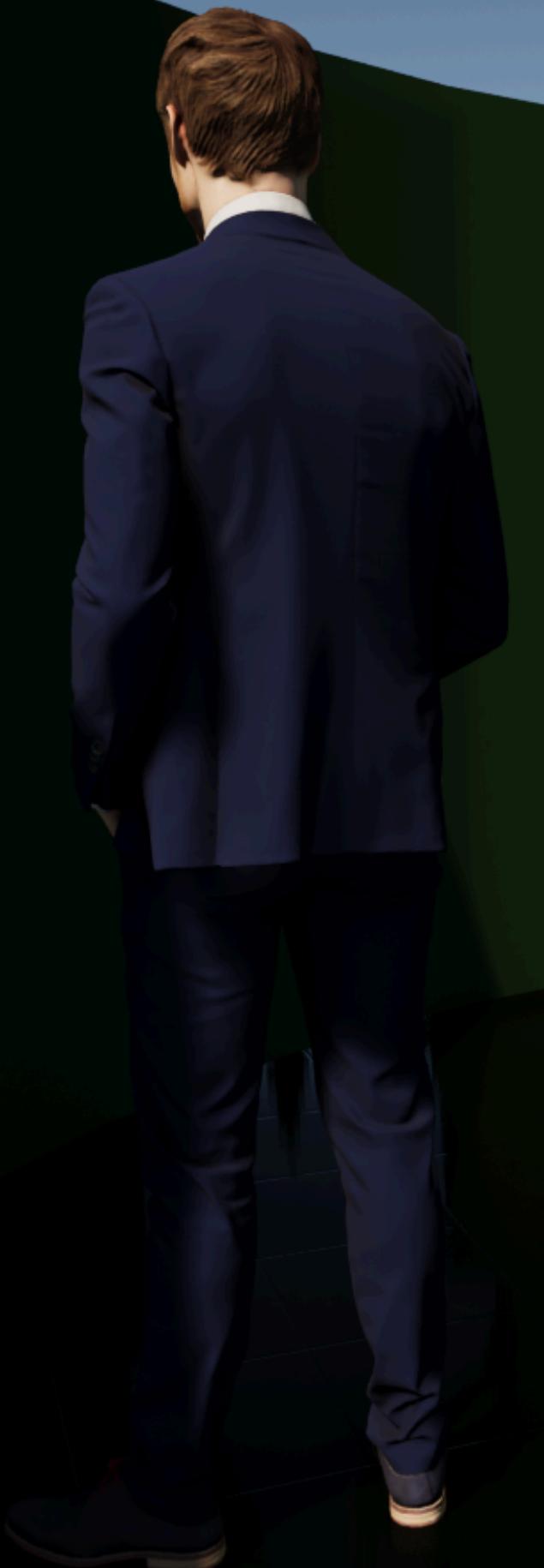
NOUS POUVONS VOIR QU'IL Y A UNE EXPOSITION DES BOUTEILLES PERRIER & STARCK POUR LES VALORISER. IL Y A DES ASSISES POUR LA CLIENTÈLE AUTOUR DE L'ÎLOT

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





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

# PERRIER

## TABLEAUX TECHNIQUE

### RÉSERVE

produit	materiaux	dimension	classification	impression	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.

