

Lyon, Juin 2023

Une nouvelle identité visuelle pour les centres du réseau Point S

Point S, spécialiste mondial du pneu et de l'entretien automobile, renouvelle l'identité visuelle de ses centres dans un objectif de modernisation. Avec cette nouvelle identité visuelle, Point S souhaite que ses clients identifient plus simplement les services et prestations proposés.

Point S, repense l'identité visuelle de ses centres afin de s'adapter à son développement et à la diversification de ses activités. En effet, l'évolution de l'identité visuelle permet de mettre en lumière de nouveaux concepts, notamment sur les nouvelles mobilités.

Une nouvelle identité visuelle plus épurée et modernisée

Point S s'est entouré d'entreprises lyonnaises pour renouveler et restructurer l'identité visuelle des centres du réseau. Conseillé par l'agence Capital Graphic sur le design avec laquelle Point S travaille depuis une dizaine d'années, et Sovilec sur la partie enseigne, le réseau a fait le choix d'épurer l'identité visuelle de ses points de vente pour obtenir une meilleure identification des services et prestations proposés dans chaque centre.

Cette nouvelle identité visuelle se base sur un code couleur. Pour chaque concept et/ou métiers, une couleur est associée au rébus :  (récemment mis en avant grâce à la nouvelle animation du logo Point S fusionnant avec le rébus, visible en TV et sur internet).

Deux déclinaisons sont désormais possibles en fonction des concepts de chaque point de vente. Pour les centres multi-concepts, la devanture comprend le panneau de l'enseigne Point S associée aux plaques du concept correspondant au centre (Entretien Auto, City, Centre Auto, Glass, Industriel, Ecomobilité, Vente Auto).



(Maquette centre multi-concepts)

Pour les centres dédiés, la devanture sera totalement habillée aux couleurs du concept.



(Maquette centre concept dédié)

Un déploiement dès juin

Une quinzaine de points de vente adopteront cette nouvelle identité visuelle dès juin 2023. Le centre Point S Entretien Auto de Mâcon est l'un des premiers à bénéficier de cette nouvelle identité visuelle. Les points de vente harmonisés sous l'ancienne charte graphique sont pour l'instant libres de la conserver ou de l'adapter.



(Centre Point S Entretien Auto de Mâcon)

« Nous souhaitons moderniser l'image des centres afin d'intégrer les évolutions du réseau Point S. Cette nouvelle identité visuelle simplifie et structure les informations qui apparaissent sur la devanture des points de vente. Les clients identifient mieux les prestations proposées dans chaque centre. Nous tenions à renouveler l'identité visuelle des centres en restant fidèle à l'ADN de la marque Point S. »
Lionel Haberlé, Directeur Communication et Marketing de Point S.