

L'esprit Tucson : une expérience stylistique unique



La Garenne-Colombes, le 29/09/2020

Suite à la récente présentation en première mondiale de Tucson Nouvelle Génération, SangYup Lee, responsable du centre de design mondial de Hyundai et vice-président senior de Hyundai Motor Company, a répondu à une interview sur le design révolutionnaire de ce modèle.

Nouveau Tucson est la quatrième génération du champion des ventes de Hyundai. Depuis son lancement en 2004, il s'est vendu à plus de 7 millions d'exemplaires dans le monde. Le nouveau SUV compact de Hyundai fait son arrivée sur le marché avec un nouveau look avant-gardiste et audacieux, adoptant la nouvelle identité stylistique de la marque « *Sensuous Sportiness* ».

En tant que responsable du centre de design mondial de Hyundai et vice-président senior de Hyundai Motor Company, SangYup Lee est en charge du design de tous les modèles Hyundai. Il incombe à M. Lee de définir les stratégies et orientations de la marque en matière de design intérieur et extérieur, ainsi qu'en matière de coloris et de matériaux.

Bonjour SangYup. Les derniers modèles de Hyundai adoptent l'identité stylistique emblématique de la marque « Sensuous Sportiness ». Comment décririez-vous cette orientation stylistique des plus enthousiasmantes ?

Nous avons engagé un processus passionnant visant à repenser en profondeur le design de nombre de nos modèles en nous fondant sur notre nouvelle identité stylistique baptisée « Sensuous Sportiness ». Cette philosophie visuelle recherche avant tout l'harmonie entre quatre composantes fondamentales : les proportions, l'architecture, le style et les technologies. Nous souhaitons rehausser la valeur émotionnelle de nos produits grâce à un design innovant. À cette fin, nous définissons clairement la vocation et les clients cibles de chacun des modèles de notre gamme et leur conférons un design individuel exclusif et une identité propre tout en conservant le style emblématique de Hyundai.

Cette approche vise à promouvoir une beauté instinctive en conférant aux modèles Hyundai une valeur émotionnelle et un style à nul autre pareil. Dans les années à venir, tous nos futurs modèles adopteront la philosophie « Sensuous Sportiness ». Tucson Nouvelle Génération est le troisième modèle de Hyundai en Europe à bénéficier de cette nouvelle identité stylistique, marquant ainsi la fin de la phase n°1 de ce processus. Il constitue donc l'une des meilleures preuves du bien-fondé de cette stratégie.

Quelles ont été vos principales sources d'inspiration pour concevoir Tucson Nouvelle Génération ?

Nous avons jeté les bases du design de Tucson Nouvelle Génération il y a deux ans, lorsque nous avons présenté « Le Fil Rouge », notre concept de coupé quatre portes, à l'occasion de l'édition 2018 du Salon de l'Automobile de Genève. Ce fut une étape clé pour notre marque dans la mesure où il s'agissait du tout premier modèle Hyundai directement inspiré de la philosophie de design « Sensuous Sportiness ». « Le Fil Rouge » représente le fil conducteur qui relie notre passé au présent et à l'avenir. Nous considérons que ce fil conducteur n'est autre que l'attitude déterminée et audacieuse dont nous avons su faire preuve depuis le lancement du concept Pony Coupé de 1974.

Lors du Salon de l'Automobile de Los Angeles 2019, nous avons présenté notre concept de SUV Vision T. S'inspirant une fois encore directement du langage stylistique « Sensuous Sportiness », ce modèle s'articule autour de l'idée de dynamisme et aspire à être à la pointe du design des SUV. Il fut clairement l'un des précurseurs de notre Tucson Nouvelle génération.

Le concept Vision T affiche un design alliant une extrême pureté et une grande fluidité. Ce dernier se distingue par des angles marqués et des arêtes saillantes qui créent un réel contraste entre la silhouette élancée du véhicule et ses lignes cunéiformes résolument masculines. Le capot moteur allongé et la ligne de toit plane associés au long empattement et aux porte-à-faux courts révèlent son caractère éminemment dynamique. À l'avant, il est doté d'une calandre avec volet d'air paramétrique et d'un système d'éclairage dissimulé totalement intégré. Ces éléments de design ont directement influencé Tucson Nouvelle Génération.

Comment définiriez-vous « l'esprit de Tucson » ?

Nous sommes convaincus que Tucson Nouvelle Génération est un véritable pionnier – non seulement pour Hyundai, mais également pour tout le segment C des SUV. Tucson porte l'expérience stylistique à un niveau jamais atteint tout en se dotant de technologies de pointe, qui faisaient jusqu'alors défaut sur ce segment. Résolument avant-gardiste dans l'âme, il refuse de suivre les conventions. Nous sommes convaincus que son originalité sans précédent lui confère une valeur exclusive et inédite en termes de design sur le marché des SUV du segment C.

Pour nous, Tucson Nouvelle Génération constitue une étape clé de notre feuille de route stylistique, et établit une nouvelle référence pour tous les futurs modèles de la marque. Il met en avant notre vision des véhicules qui, selon nous, devraient désormais être conçus et appréhendés non pas comme des concepts mais comme des modèles de série.

Quelles sont les principales caractéristiques du design extérieur de Tucson Nouvelle Génération ?

Tucson Nouvelle Génération constitue une véritable révolution stylistique pour Hyundai – il réinvente le concept du véhicule familial. Grâce à ses proportions plus sportives et plus dynamiques qu'il doit à sa nouvelle plate-forme, Tucson Nouvelle Génération arbore un style résolument progressiste, tout en conservant une fonctionnalité exemplaire.

À l'avant, nous l'avons doté de feux à effet miroir dissimulés semblables à des pierres précieuses. Cette innovation stylistique a permis d'intégrer en toute discrétion une technologie d'éclairage de pointe dans la calandre, et de conférer ainsi au véhicule une signature lumineuse d'une rare élégance. Lorsque les feux sont éteints, ils arborent un aspect chromé foncé, mais une fois allumés, ils s'illuminent de manière spectaculaire. Imaginez un instant voir ces feux apparaître dans votre rétroviseur intérieur. Vous n'aurez alors plus l'ombre d'un doute quant à l'identité du véhicule se trouvant dans votre sillage.

Tucson Nouvelle Génération se distingue par des surfaces ciselées directement inspirées du style cubiste qui lui confèrent un caractère avant-gardiste, dynamique et audacieux. Une ligne maîtresse acérée et puissante offre un contraste saisissant entre la richesse des surfaces et la prééminence des ailes avant et arrière. Par ailleurs, les passages de roue anguleux dans le pur style Bertone accentuent les feux paramétriques. Nous avons souligné la surface vitrée par une moulure chromée du plus bel effet afin de rehausser la dimension sportive et statutaire de Tucson Nouvelle Génération, tout en lui conservant sa grande praticité.

La face arrière du véhicule bénéficie également de quelques évolutions notables sur le plan stylistique. Par exemple, elle se dote également de feux à effet miroir dissimulés. Afin d'accentuer encore sa dimension high-tech, Tucson Nouvelle Génération hérite d'un logo Hyundai en verre, ainsi que d'un essuie-glace arrière dissimulé, lui donnant un look encore plus épuré.

La thématique « Parametric Dynamics » constitue un élément clé du design de Tucson Nouvelle Génération. Quelle est la signification de cette thématique et quels sont les avantages que vous en retirez en tant que designer ?

La thématique « Parametric Dynamics » désigne l'utilisation d'algorithmes géométriques qui optimisent le potentiel des technologies numériques en tant qu'éléments de design. S'affranchissant des techniques de dessin et d'esquisse traditionnelles, elle utilise des lignes, surfaces, angles et formes créés à partir de données numériques pour donner naissance à un design audacieux sans précédent.

La nouvelle calandre à motif diamant dont je vous parlais à l'instant en est le parfait exemple. Ce concept stylistique permet de mettre en valeur sa forme tridimensionnelle en fonction de l'angle de vue et de la lumière réfléchi, donnant ainsi l'apparence d'une pierre précieuse insérée dans une forme géométrique. Cette architecture intégrée nous a également permis d'inclure totalement les feux du véhicule dans la calandre. Grâce à l'adoption d'une technologie d'éclairage utilisant des demi-miroirs, la calandre ne laisse apparaître que son aspect chromé lorsque les feux sont éteints mais révèle sa fonction d'éclairage lorsque les feux sont allumés. Je trouve cette innovation d'autant plus impressionnante qu'elle est invisible de l'extérieur.

Nous avons également utilisé cette technologie dynamique paramétrique pour reproduire cet aspect de pierre précieuse sur les flancs et la face arrière du véhicule. Les feux arrière dissimulés comportent également des éléments paramétriques, matérialisés notamment par leur entourage et leurs points noirs. Ces éléments leur confèrent une réelle touche émotionnelle et un aspect tout aussi fascinant que celui des étoiles en pleine nuit.

Pour finir, pouvez-vous nous parler des principales caractéristiques du design intérieur de Tucson Nouvelle Génération ?

Les conditions de circulation, en particulier en milieu urbain, peuvent constituer une véritable source de stress pour les conducteurs. C'est pourquoi nous nous sommes efforcés de créer un environnement intérieur propice au confort et à la détente. Le design intérieur de Tucson Nouvelle Génération s'inspire fortement de la sérénité que procurent les immenses chutes d'eau. C'est notamment le cas des éléments de commande qui se déplacent tous uniformément vers le bas.

L'habitacle de Tucson Nouvelle Génération se veut l'endroit où les occupants interagissent de manière intuitive avec l'espace et les technologies les plus avant-gardistes. Il est à nul autre pareil, comme en témoigne notamment son combiné d'instrumentation totalement innovante. Généralement, le combiné est très imposant sur les modèles de la concurrence. Aussi, dans un premier temps, nous nous sommes demandé comment alléger et aplanir sa structure tout en offrant aux clients une vue élargie.

Le combiné est dépourvu d'affichage tête haute dans sa partie supérieure. Du fait de l'absence

d'affichage tête haute, nous nous sommes attachés à garantir un confort de vue incomparable depuis le siège conducteur, et avons fait appel à une technologie empêchant l'écran du combiné de se refléter sur le pare-brise en conduite de nuit, et ce en utilisant un filtre spécial anti-reflet.

Les ouïes de ventilation ont été repoussées vers le haut afin d'alléger le combiné d'instrumentation. Les ouïes et l'écran situé en dessous sont rehaussés de noir. Le concept du « Dual cockpit » souligne le caractère résolument sportif du poste de conduite, qui gagne en espace et en commodité.

Afin d'offrir une expérience à bord encore plus agréable et relaxante, l'habitacle se dote d'un éclairage d'ambiance offrant 64 coloris configurables et dix niveaux de luminosité pour permettre aux clients de créer l'ambiance de leur choix.

Pour un style intérieur résolument moderne et avant-gardiste, nous avons veillé à optimiser l'agencement de tous les éléments de l'habitacle et à les assembler de manière à créer des formes sensuelles. À cette fin, nous avons totalement abandonné les boutons physiques au profit de fonctions à commande tactile. Les matériaux utilisés à bord du véhicule sont d'une extrême qualité.

Il en résulte un style intérieur homogène tant aux places avant qu'aux places arrière, soulignant ainsi sa modernité et sa très haute qualité. Afin d'accentuer la sensation d'ouverture de l'habitacle, nous avons appliqué une moulure décorative argentée courant depuis le centre de la planche de bord jusqu'aux portes arrière, qui donne ainsi l'impression de s'étendre à l'infini.

À propos de Tucson Nouvelle Génération

Ce nouveau millésime incarne la quatrième génération du champion des ventes de Hyundai en Europe dans la catégorie des SUV. C'est le premier SUV de la marque à adopter la nouvelle identité stylistique « Sensuous Sportiness », associant des proportions fluides et dynamiques à des surfaces sophistiquées. Outre des technologies d'avant-garde et une dotation en équipements de sécurité inégalée dans sa catégorie, il offre la plus vaste gamme de groupes motopropulseurs électrifiés du segment des SUV compacts, notamment des motorisations hybride, hybride rechargeable et hybride 48 V.

Site presse : <https://www.hyundai.news/fr/>

A propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company s'est engagée à devenir la marque automobile la plus appréciée. Filiale de Hyundai Motor Group - structure d'entreprise innovante maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la production d'acier jusqu'à la livraison du véhicule - Hyundai Motor Company possède à travers le monde, 8 centres de production et 7 centres techniques et design. Hyundai Motor Company compte près de 110 000 collaborateurs et a vendu 4,5 millions de véhicules en 2019. Hyundai continue d'améliorer sa gamme de produits en régionalisant la conception et la production de ses modèles et s'efforce de renforcer son leadership en matière de technologies propres, à commencer par NEXO premier SUV électrique alimenté à l'hydrogène et en lançant IONIQ, premier modèle au monde à offrir trois types de groupe propulseur électrifié.

À propos de Hyundai Motor Europe

En 2019, Hyundai Motor a enregistré 563 018 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,8% par rapport à 2018, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la cinquième année consécutive Hyundai observe un record de vente en Europe. La gamme Hyundai est la plus jeune en Europe et 75% des véhicules vendus en Europe sont des modèles conçus, fabriqués, testés et construits en Europe pour répondre aux besoins des clients européens. L'Europe est desservie par une vaste infrastructure, cela comprend deux usines : en République tchèque et en Turquie, qui ont une capacité annuelle combinée de 600 000 unités. Hyundai Motor vend des véhicules dans 41 pays européens à travers près de 3 000 points de vente. Hyundai Motor offre une garantie unique de cinq ans kilométrage illimité sur tous ses modèles.

À propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 39 970 immatriculations en 2019. Grâce à une large gamme de voitures, fiables, innovantes, économes et respectueuses de l'environnement, répondant parfaitement aux attentes des clients, Hyundai est désormais un constructeur généraliste. Chacun des 16 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, ou véhicules de loisirs, se distingue par un confort unique, un niveau d'équipements exceptionnel, des prix compétitifs et une garantie inédite 5 ans kilométrage illimité.

Mais Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de plus de 180 points de ventes et services répartis sur tout le territoire. Des équipes de professionnels, passionnés d'automobiles, qui ont compris que le plus important, c'est l'accueil et le service qu'ils doivent apporter à leurs clients. Hyundai Motor France compte aujourd'hui 130 employés et continue de développer sa structure.

Hyundai partage émotion et passion autour du sport

Très impliqué dans le domaine du football, Hyundai est l'un des fidèles partenaires de la FIFA™ depuis 1999.

Fondée le 19 décembre 2012, Hyundai Motorsport GmbH est responsable des activités mondiales du sport automobile, comprenant le FIA World Rally Championship (WRC) et des projets en Customer Racing. En WRC, Hyundai Motorsport a rapidement acquis une solide réputation en remportant sa première victoire lors de sa première saison en 2014. L'équipe remporte le championnat du monde des constructeurs WRC en 2019. Depuis la création de ses activités de Customer Racing en septembre 2015, Hyundai Motorsport est devenu un partenaire de confiance pour les équipes et les pilotes à la recherche de succès en rallye ou sur les pistes de course du monde entier. De la Hyundai i20 R5 à la Hyundai i30 N TCR, les voitures construites par Hyundai Motorsport ont remporté des victoires dans plusieurs championnats, y compris les épreuves nationales de rallyes en France et en Espagne, ainsi que le titre de Champion de Monde équipes et pilotes lors de leur première participation au FIA Championnat du monde des voitures de tourisme (WTCR). Unifiés sous Hyundai Motorsport, WRC et Customer Racing jouent un rôle déterminant dans le développement de la marque haute performance de Hyundai.

Engagé dans le cadre du programme de professionnalisation des sportifs de haut niveau mis en place par le Ministère des Sports, Hyundai soutient la skieuse acrobatique Perrine Laffont.

Championne de France pour la première fois en 2013 à seulement 15 ans, 3ème au classement général de la coupe du Monde en 2016, médaillée d'argent en ski de bosses et médaillée d'or en ski de bosses parallèle aux championnats du monde de Sierra Nevada en 2017, Perrine a pu compter sur le soutien de Hyundai lors de sa participation aux Jeux Olympiques de Pyeongchang 2018 durant lesquels elle a décroché le titre de championne olympique de ski de bosses. Perrine a également remporté la Coupe du monde de ski de bosses en mars 2018, décrochant ainsi le premier globe de cristal de sa carrière. Etudiante en IUT de commerce à Annecy, elle développera ses compétences professionnelles lors de stages dans différents services de Hyundai Motor France.