

FOR LIFE

magazine



Novembre 2017 - n° 45

XC40

NOUVEAU DÉFI



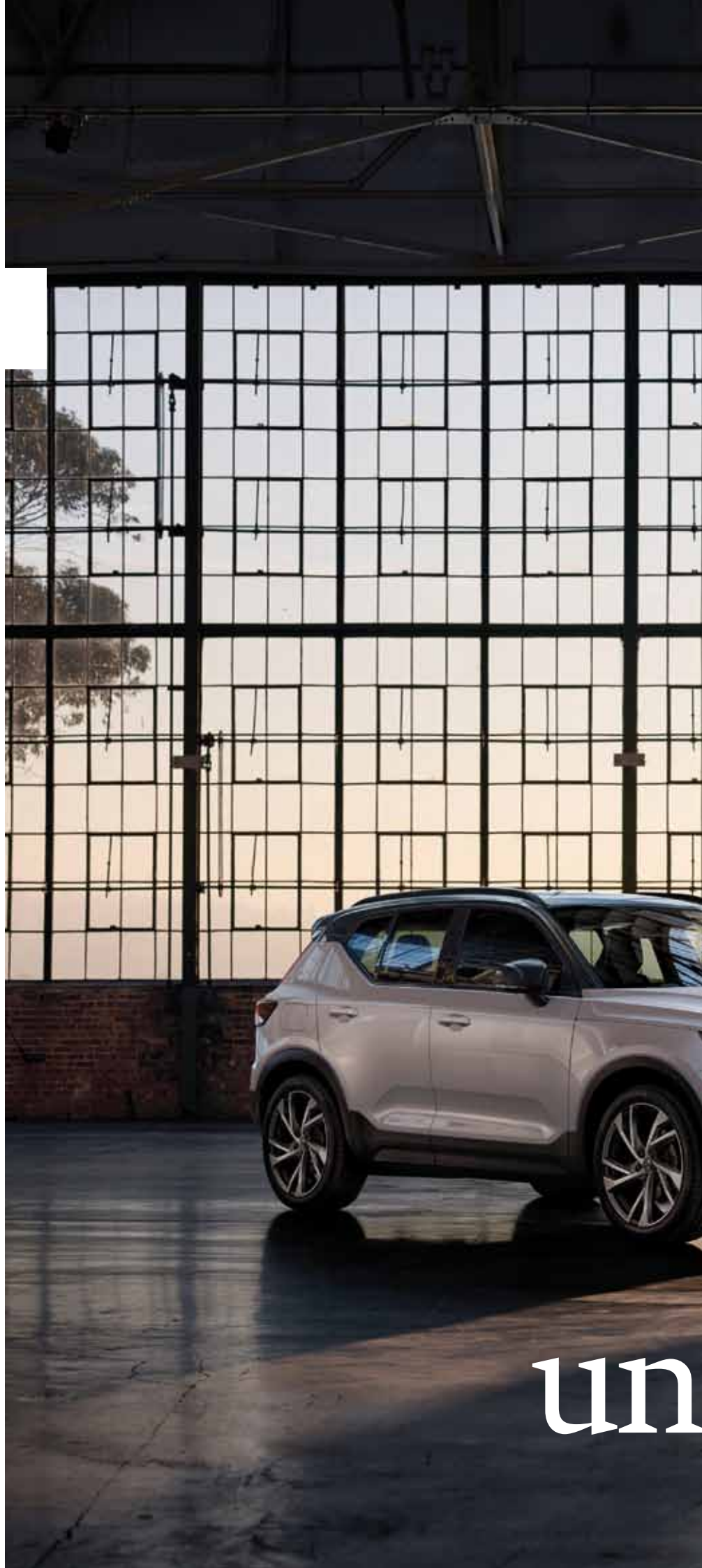
ANNÉE historique

ÉDITO

par **Yves Pasquier-Desvignes**
Président de Volvo Car France

Cette année 2017 restera à tous points de vue comme une date exceptionnelle dans l'histoire de Volvo. Comme si la célébration du 90^e anniversaire de notre marque avait été l'occasion de montrer aussi bien sa maturité que son éternelle jeunesse et sa capacité de création intacte. A l'image de ce XC40 que nous vous présentons dans ces pages, un SUV compact premium qui va nous permettre d'être présent sur un segment très prometteur. Dernier-né d'une lignée prestigieuse, il apporte par son style un coup de jeune à la gamme et ne devrait pas tarder à s'imposer comme un best-seller. Grâce à lui – j'en suis persuadé –, Volvo battra tous ses records de ventes en France comme dans le monde. Pour ce faire, 2017 a également vu le renouvellement de notre haut-de-gamme se poursuivre avec les débuts réussis du nouveau XC60. Avec son aîné XC90 et son cadet XC40, Volvo a en main un formidable breland d'as.

Année stratégique enfin avec l'annonce par Volvo de l'exclusivité donnée aux motorisations hybrides et électriques. Dès 2019, tous nos modèles auront recours à ces technologies propres et porteuses d'avenir. Un engagement historique inscrit dans les gènes de notre marque.



un



Avec ce nouveau SUV compact premium, Volvo s'attaque à un segment dont il était jusqu'alors absent. Fort de l'expérience et de la réputation de ses aînés XC90 et XC60, le XC40 compte sur sa personnalité originale pour ouvrir de nouveaux horizons.

XC40

La porte s'ouvre...

NOUVEAU
XC40

“Ce XC40, premier SUV compact de Volvo, a bien sa propre personnalité et fait même preuve d’un sacré caractère.”



PETIT GABARIT grandes prestations

On aurait pu faire la moue. Imaginer qu’à la suite du XC90 et du XC60, le « petit » XC40 n’allait être qu’une simple copie, une banale déclinaison compacte d’un modèle surfant sur le succès de ses aînés. Eh bien non ! Ce XC40, premier SUV compact de Volvo, a bien sa propre personnalité et fait même preuve d’un sacré caractère.

S’il reprend les codes de la marque – phares évoquant le marteau de Thor, flancs travaillés, capot nervuré –, c’est pour mieux valoriser ses originalités comme sa ligne de toit flottante, disponible dans une teinte différente de celle de la carrosserie, ou son hayon musclé souligné par la plaque minéralogique incluse dans le bouclier. Inaugurant la nouvelle plateforme CMA (Compact Modular Architecture), le XC40 est plus contenu dans ses dimensions que le XC60 conçu sur la

grande plate-forme SPA (Scalable Product Architecture). Il lui rend par exemple 26 cm en longueur, s’en distinguant ainsi immédiatement à l’œil, mais profitant aussi de ses 4,43 m pour s’avérer fort à l’aise en milieu urbain.

Cette aptitude à la ville, une des tendances fortes du moment pour ce type de véhicules, a déterminé pour une bonne part la conception du XC40. Celui-ci vise une clientèle plus jeune, voire plus féminine, aux goûts plus éclectiques et moins préoccupée par le côté statutaire de la voiture. La peinture bi-ton de la carrosserie, nous l’avons dit, participe à cette ambiance mais plus généralement c’est tout l’agencement intérieur qui est concerné. A commencer par un choix de coloris spectaculaires comme cette moquette orange vif du plus bel effet ou ces sièges rouges.





POUR DÉFINIR L'ORGANISATION DE L'ESPACE, LES ÉQUIPES DE VOLVO ONT FAIT APPEL AUX MEILLEURS SPÉCIALISTES,

c'est à dire les clients eux-mêmes, au travers d'une vaste enquête. L'avis est probant et on se sent d'emblée à bord du XC40 comme chez soi. Chaque chose est à sa place, depuis les porte-gobelets jusqu'à la poubelle amovible en bas de la console centrale en passant par le rangement intégrant un chargement du téléphone par induction, le petit crochet sur la boîte à gants pour le sac à mains ou des anneaux aux pieds du siège passager pour sangler des objets. La banquette arrière se replie au moyen d'une commande électrique pour offrir un plancher plat et, dans cette configuration, une contenance de 1336 l et une longueur de chargement de 1,67 m. Autre astuce : en se repliant en trois parties, ce même plancher propose un compartimentage astucieux et libère un double fond large et profond.

Pour parachever cette facilité d'utilisation, le XC40 a recours comme ses aînés à une tablette tactile sur la console centrale qui concentre l'ensemble des commandes. Et bien sûr, comme l'ensemble de la gamme Volvo, il dispose en série quel que soit le niveau de finition, du système de sécurité City Safety intégrant un freinage d'urgence automatique à pleine puissance en cas de risque de collision.

Les premières livraisons, en début d'année prochaine, concerneront les modèles haut-de-gamme T5 (essence, 247 ch) et D4 (diesel, 190 ch), tous deux en transmission 4 x 4 et boîte Geartronic 8, avec quatre niveaux de finition : Momentum, R-Design, Business (réservé aux entreprises) et First Edition (série spéciale pour les premiers clients), pour des tarifs allant de 45 100 € à 52 000 €. Au printemps arrivera l'offre globale



avec les moteurs diesel D3 (150 ch) et essence T3 (150 ch) et T4 (197 ch). Tous ces modèles seront disponibles en 4-roues ou 2-roues motrices, associés à des boîtes Geartronic 8 ou mécaniques à 6 rapports (sauf T4 en boîte auto exclusivement et T3 en 2-roues motrices boîte manuelle uniquement).

L'ensemble des tarifs sera communiqué ultérieurement. Rendez-vous donc en 2018... en attendant 2020 pour l'arrivée des modèles électrifiés.





“Chaque chose est à sa place, depuis le rangement intégrant un chargement du téléphone par induction, le petit crochet sur la boîte à gants pour le sac à mains ou des anneaux aux pieds du siège passager pour sangler des objets.”



Les tarifs **XC40** (en € TTC, assistance 3 ans incluse)

Moteur	Transmission	Puissance	Momentum	R-Design	Business	First Edition
D4 AWD	Geartronic 8	190	45 100	47 970	46 720	51 150
T5 AWD	Geartronic 8	247	45 950	48 820	-	52 000

POLESTAR

nouvelle marque survoltée de Volvo

En dévoilant son premier modèle Polestar 1, la nouvelle marque de Volvo Car Group affiche son nouveau positionnement en tant que marque indépendante spécialisée dans les véhicules électriques hautes performances.



Un nouveau constructeur automobile est né le 17 octobre dernier. Les nouvelles ambitions de Polestar y ont été annoncées lors d'une grande manifestation organisée à Shanghai. Dirigée par Thomas Ingenlath, qui par ailleurs supervise toujours le design de Volvo, la marque a confirmé développer trois premiers modèles électriques, construire une unité de production dédiée à Chengdu (Chine) et avoir l'ambition de devenir une référence pour les véhicules électriques hautes performances.

Présenté le même jour à Shanghai, le premier modèle donne le ton de la future marque Polestar. La Polestar 1 est un Coupé GT 2 portes 2+2 doté d'une motorisation hybride.



POLESTAR 1...



... 600 ch / 1 000 Nm

Véhicule électrique assisté par un moteur thermique, elle affiche une autonomie de 150 km en tout électrique, la plus élevée sur le marché des hybrides. Avec 600 ch et 1 000 Nm, cette sportive affirmée utilise la grande plate-forme SPA (Scalable Platform Architecture) de Volvo, mais est à 50 % nouvelle, bénéficiant du travail des ingénieurs Polestar. Selon Thomas Ingenlath, « cette magnifique GT au bagage technologique étonnant signe le démarrage sur les chapeaux de roues de notre nouvelle marque. Tous les modèles à suivre seront à 100 % électriques ». La Polestar 1 entrera en production courant 2019 dans l'usine de Chengdu. Pour les amateurs, on notera que le carnet de commandes est d'ores et déjà ouvert. Suivra fin 2019, dans des volumes beaucoup plus importants, la Polestar 2, une berline de taille intermédiaire qui viendra se mesurer à la Tesla Model 3. Ce sera le premier véhicule 100 % électrique de Volvo Car Group. Le second sera un grand SUV Polestar 3 qui viendra compléter la phase initiale de lancement.

Concernant la commercialisation et la relation client, Polestar prévoit de se démarquer du mode d'achat classique d'une voiture. Les commandes se feront uniquement en ligne et dans le cadre d'un abonnement de deux ou trois ans. Cet abonnement tout compris et sans apport donnera droit à des services d'entretien avec récupération et livraison du véhicule et permettra, sans supplément, de louer d'autres véhicules des gammes Volvo et Polestar. La révolution électrique ne concerne pas seulement les motorisations mais bien l'environnement global de l'automobile et de ses utilisateurs.



Forts de leur réussite au sein de Volvo Cars, à la tête du Design pour l'un et de la Communication Corporate pour l'autre, **Thomas Ingenlath** (en haut) et **Jonathan Goodman** ont pris en main le destin de Polestar en tant que CEO (chief executive officer) et COO (chief operating officer).





UN INVESTISSEMENT DE 640 MILLIONS D'EUROS

VOLVO ET SON PROPRIÉTAIRE GEELY HOLDING ont annoncé un investissement conjoint de 640 millions d'euros pour financer la phase initiale de développement des produits, de la marque et de l'outil industriel de Polestar. Cet investissement sera notamment utilisé pour construire un site Polestar ultra-sophistiqué à Chengdu (Chine) qui sera opérationnel mi-2018. Profitant de l'expertise du groupe pour mettre en œuvre ses propres process industriels, ce nouveau site marquera un nouveau chapitre de la montée en puissance de la Chine comme hub industriel de Volvo. Cette configuration va permettre à Polestar de raccourcir considérablement le délai de commercialisation de ses véhicules, un avantage concurrentiel tout à fait stratégique. De plus, Volvo et Polestar pourront tirer parti des synergies dans la mise en œuvre de technologies nouvelle génération, qui se matérialiseront par la rationalisation des achats, la mise en commun des travaux de développement et des économies d'échelle. Alors que la Chine s'affirme comme chef de file de l'électrification du marché automobile mondial, Polestar sera le moteur du développement de nouvelles technologies, consolidant ainsi la place de leader de Volvo en matière de connectivité et d'électrification.



VOLVO CARS

tous les indicateurs sont au vert

**Résultats, stratégie, développement industriel :
Volvo poursuit cette année sa percée dans tous
les domaines et se dirige tout droit vers une quatrième
année record consécutive.**

A l'issue des trois premiers trimestres 2017, l'heure est déjà au bilan. Volvo maintient sa dynamique avec une augmentation continue de ses ventes dans le monde (+9 %). Cette tendance positive est soutenue par la Chine et l'ensemble de la zone Asie-Pacifique qui affichent des croissances de près de 30 % sur les neuf premiers mois de l'année. De façon plus modérée mais toujours constante, les ventes progressent en France de 3,6 % avec un XC60 (4 385 unités) toujours leader devant les V40 et V40 Cross Country (3 106 unités).

Côté stratégie, le groupe renforce ses partenariats avec la création d'une nouvelle joint-venture entre Volvo Cars et Geely Holding. Celle-ci prévoit de mettre en commun leurs technologies actuelles et futures, renforcer les synergies industrielles et réaliser des économies d'échelle afin de développer plus rapidement la nouvelle génération de véhicules électrifiés. Volvo Cars et Geely partagent déjà leurs technologies, et notamment la plateforme CMA (Compact Modular Architecture) utilisée par Volvo Cars, pour sa gamme de véhicules compacts et d'abord le XC40, mais aussi par LYNK & CO, autre filiale du groupe automobile chinois.

Pour répondre à la croissance des ventes et à leur diversité géographique, Volvo adapte également son outil industriel. Alors que le démarrage de la production de la nouvelle Volvo S60 y est

prévu à l'automne 2018, l'usine de Charleston, en Caroline du Sud, doit déjà s'agrandir pour construire le grand SUV XC90 dès 2021. Cette extension portera à plus de 1,1 milliard de dollars l'investissement de Volvo Cars aux Etats-Unis.

De même, Volvo a annoncé son intention de lancer dès cette année des opérations d'assemblage de véhicules en Inde. Situé près de Bangalore, dans le sud du pays, le site doit assembler des modèles basés sur la grande plateforme SPA (Scalable Product Architecture), à commencer par le XC90.

QUANT À L'USINE DE DAQING, EN CHINE, ELLE A LIVRÉ EN JUIN SES PREMIÈRES BERLINES S90 EN EUROPE.

Les voitures sont acheminées jusqu'au centre de distribution de Zeebrugge, en Belgique, grâce à une récente liaison ferroviaire reliant la Chine au Vieux Continent, une sorte de Route de la Soie des temps modernes. Cette nouvelle liaison ferroviaire concrétise la mutation de la Chine en plateforme mondiale de production et d'exportation de produits haut-de-gamme.

En 2015, Volvo avait été le premier constructeur occidental à exporter une voiture premium fabriquée en Chine vers les États-Unis, la berline S60 Inscription. En novembre dernier, la production de la berline premium S90 destinées à l'export a démarré à Daqing. Toutes les Volvo S90 seront construites dans cette usine pour être exportées dans le monde entier.





2019

ANNÉE ÉLECTRIQUE

Hybride léger, hybride rechargeable, 100 % électrique : à compter de 2019, toutes les Volvo emprunteront une de ces technologies en complément ou en remplacement du moteur thermique.

L'annonce a fait l'effet d'une bombe et marque un tournant historique dans le monde de l'automobile. Plus d'un siècle après l'invention du moteur à combustion interne, l'électrification s'apprête à ouvrir un nouveau chapitre. Par la voix de son président, Håkan Samuelsson, Volvo a annoncé qu'en 2019, c'est à dire demain, toutes les voitures de la marque seront dotées d'un moteur électrique, depuis les véhicules semi-hybrides jusqu'aux modèles 100 % électriques en passant par les versions hybrides rechargeables. « Cette annonce marque la fin des véhicules uniquement alimentés par moteur à combustion », s'est félicité M. Samuelsson en rappelant l'engagement de la marque en faveur d'un futur propre. A ce propos, il a également annoncé le lancement de cinq modèles 100 % électriques entre 2019 et 2021. Trois seront des Volvo, les deux autres étant des modèles Polestar, la branche performance de Volvo Cars devenue marque à part entière (lire pages précédentes).



CONDUITE AUTONOME : LES CONNEXIONS SE MULTIPLIENT

Annoncée en septembre 2016, Zenuity, la joint-venture entre Volvo Cars et Autoliv, a débuté ses activités au printemps dernier. C'est la première fois qu'un grand constructeur premium s'associe à un équipementier de premier rang pour développer de nouvelles technologies d'aide à la conduite et de conduite autonome de pointe. Spécialisée dans l'informatique visuelle et considérée comme l'un des leaders de l'intelligence artificielle, la société NVIDIA coopère dorénavant avec Zenuity pour le développement d'une nouvelle génération de systèmes de conduite autonome à l'horizon 2021.

Concernant la connectique multimédia embarquée, Volvo a annoncé la conclusion d'un partenariat étroit avec Google. Basée sur Android pour donner accès à une vaste gamme d'applications et de services, le résultat de cette collaboration verra le jour sur les nouvelles Volvo d'ici deux ans.



DISTINCTIONS

TRIPLE PODIUM POUR VOLVO CAR FRANCE

- **DANS LA CATÉGORIE « COUP DE CŒUR », LE JURY DES TROPHÉES DE L'AUTOMOBILE ET L'ENTREPRISE 2017** a plébiscité la gamme Volvo après que les 15 membres du jury ont pu l'essayer sur le circuit Beltoise en région parisienne. Organisée par le groupe Infopro Digital, cette 22^e édition a innové en donnant directement la parole aux gestionnaires de flottes de très grandes sociétés.
- **LA 38^E ÉDITION DES TROPHÉES DE L'AUTOMOBILE MAGAZINE** s'est déroulée le 7 septembre dernier à Paris. Pour ses excellents résultats obtenus en 2016, Volvo Car France a reçu le prix de la stratégie commerciale. Le Trophée a été remis à Yves Pasquier-Desvignes (photo), président de Volvo Car France, qui a souligné « le travail de toute une équipe, collaborateurs et concessionnaires, pour repositionner notre marque en France et progresser régulièrement ces trois dernières années ».
- **QUANT À L'ÉDITION 2017 DU GRAND PRIX DES MARQUES AUTOMOBILES**, organisée par Le Journal de L'Automobile et Kantar TNS, elle a vu le retour de Volvo sur le podium. L'originalité de ce prix est de se fonder sur la qualité de la relation client, mesurant l'attachement du client à sa marque. Pour Yves Pasquier-Desvignes, cette troisième place « encourage nos efforts pour placer l'automobiliste au centre de nos préoccupations ».



NOMINATIONS

PATRICIA MICHELLIER directrice Services de Volvo Car France

Après un parcours professionnel débuté chez Danone et poursuivi à SFR, Patricia Michellier vient de rejoindre Volvo Car France en prenant la direction du département Services. A ce titre, elle apportera un œil neuf sur la stratégie de relation client dans un secteur ultra compétitif représentant aujourd'hui un enjeu stratégique primordial. Intégrant le Comité de Direction, elle permet à ce dernier d'afficher une parité hommes-femmes. Un bon point pour Volvo Car France.



ROBIN PAGE vice-président senior en charge du Design

En charge du design intérieur de Volvo Cars depuis 2013 après avoir travaillé pour Bentley, Rolls-Royce et Bugatti, Robin Page remplace Thomas Ingenlath à son poste, ce dernier ayant été nommé président de Polestar (lire pages précédentes).

DAVID IBISON vice-président senior en charge de la Communication Corporate

Journaliste pendant plus de 20 ans, notamment au Financial Times, David Ibison a intégré Volvo Cars en janvier 2014. A la tête de la Communication Corporate, il remplace à ce poste Jonathan Goodman qui a lui aussi rejoint Polestar (lire pages précédentes).





LES AUTRES OBJECTIFS DU XC60

ON CONNAISSAIT DÉJÀ LA POLYVALENCE DU XC60. De là à l'imaginer en appareil photo au moyen de ses caméras de sécurité embarquées, il fallait oser. C'est le défi que Volvo a relevé en confiant son nouveau XC60 à l'artiste Barbara Davidson, triple lauréate du prix Pulitzer, pour composer une collection inédite de photos. Pour cette première mondiale, l'ex-photojournaliste du Los Angeles Times a réalisé une trentaine de photos qui offrent un regard inédit sur les rues de Copenhague. Compositions en noir et blanc, ambiance décalée, silhouettes soulignées : l'œil du photographe et celui de la voiture ont visiblement fait bon ménage pour un résultat surprenant.

« Avec ce projet à la croisée de l'art et de la sécurité, nous entendons montrer les atouts de cette technologie où capteurs et caméras embarquées rendent la ville plus sûre », conclut Barbara Davidson.





VOLVO OCEAN RACE 2017-18

www.volvoceanrace.com/fr



UN SPRINT de 83 000 km

La 13^e édition de la Volvo Ocean Race est partie d'Alicante (Espagne) le 22 octobre dernier. Après avoir rejoint Lisbonne pour la première étape, les sept bateaux engagés font maintenant route vers Le Cap.

Regardez bien la photo prise à la veille du départ à Alicante. Sept bateaux dans les starting-blocks, alignés comme pour un départ de 100 m. Sauf que les sept équipages s'apprêtent à partir pour une course de 45 000 milles marins, soit un peu plus de 83 000 km, à travers quatre océans, 12 villes-étapes et six continents. Sans compter les mers les plus difficiles du monde, les conditions extrêmes et les aléas de la compétition. Bref, tout sauf une promenade de santé.

Parmi les sept défis engagés dans la course, les amateurs français de course au large suivront avec une attention particulière le bateau Dongfeng, qui signifie « Vent d'Est » en

chinois. Pour sa deuxième participation après une méritoire troisième place lors de la précédente édition, le défi chinois a fait appel à une forte délégation tricolore pour revendiquer une position de favori. C'est ainsi que Charles Caudrelier est le skipper en titre de Dongfeng Race Team, avec Pascal Bidégorry en tant que navigateur ainsi que Marie Riou et Jérémie Beyou comme équipiers. Notons la présence d'un autre Français, Nicolas Lunven, comme navigateur à bord de Turn the Tide on Plastic, un équipage paritaire sous l'égide des Nations Unies mené par la skipper britannique Dee Caffari. Rendez-vous le 21 juin prochain à La Haye pour l'heure des bilans.

