



Volvo Car France

Communiqués

Date de publication Oct 02, 2019 | ID: 258472

Le SUV Volvo XC40 100% électrique préfigure un nouveau futur électrique



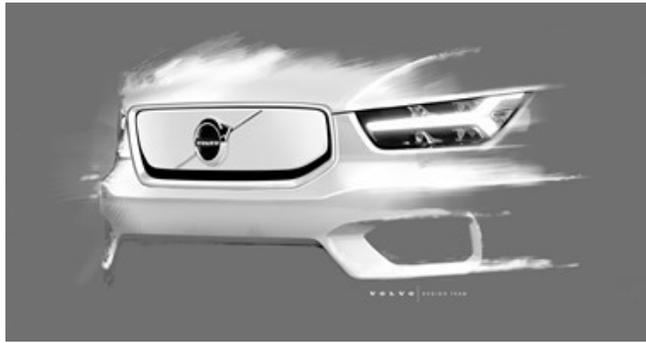
Le SUV XC40 électrique, premier modèle 100% électrique du constructeur suédois sur le point d'être révélé, prouve qu'il est possible d'améliorer une Volvo en lui retirant certains éléments.

L'essor des voitures électriques constitue l'un des plus grands bouleversements de l'histoire de l'automobile. Pour la première fois depuis plus de 100 ans, un véhicule se déplace sans moteur essence ou diesel sous le capot et renferme une batterie sous le plancher, modifiant fondamentalement la voiture telle que nous la connaissons.

Cela signifie également que ces véhicules n'ont plus besoin de pot d'échappement ou de grande calandre jusque-là indispensable au refroidissement, tandis que la suppression du moteur à combustion interne libère de la place pour de nouveaux espaces de rangement sous le capot.

Dans le même temps, le XC40 100% électrique conserve toutes les caractéristiques qui font de ce modèle Volvo l'un des plus prisés. Il adopte également le style tout en élégance du design scandinave à l'origine du renouveau du constructeur et conjugue à la perfection harmonie des lignes, commodité et fonctionnalité.

« Le design scandinave trouve ses racines dans la clarté et le minimalisme. Le XC40 en est un superbe exemple », déclare Robin Page, Senior Vice-Président en charge du Design chez Volvo Cars. « Son profil audacieux, plus épuré et contemporain que jamais, est immédiatement reconnaissable sur la version 100% électrique. La calandre devenue superflue, nous avons créé une face avant plus sobre et plus moderne. L'arrière suit la même tendance avec la disparition des sorties d'échappement. Nous allons continuer à privilégier cette approche à mesure que nous poursuivons notre route vers l'électrification. »



Attendu qu'un véhicule électrique nécessite moins d'air pour refroidir son moteur, le XC40 se pare d'une calandre pleine, de la couleur de la carrosserie, qui crée une identité visuelle distincte à l'avant tout en intégrant parfaitement la nouvelle plate-forme de capteurs ADAS (Advanced Driver Assistance Systems).

Huit couleurs, dont une toute nouvelle peinture Vert Sauge Métallisé, permettent au conducteur de personnaliser l'extérieur de son XC40, complétées par un toit contrasté Noir de série. Les deux nouvelles options de roues 19" et 20" satisferont les futurs propriétaires adeptes de personnalisation.

À l'intérieur, l'habitacle associe des éléments de design sportif et des moquettes en matériaux recyclés. Une toute nouvelle interface spécialement conçue pour les véhicules électriques fournit au conducteur les informations les plus pertinentes, comme le niveau de charge de la batterie.

Le XC40 100% électrique, présenté pour la toute première fois sous les traits du Concept 40.1 électrique en 2016, est aussi un modèle d'ingénierie intelligente signée Volvo. Basée sur la plate-forme CMA (Compact Modular Architecture) de Volvo conçue dès le départ en vue de l'électrification des modèles, la batterie est intégrée au plancher sans altérer en rien l'espace intérieur.

Ainsi, le grand nombre d'espaces de rangement astucieux et fonctionnels répartis aux quatre coins de l'habitacle reste l'un des principaux atouts du XC40. La nouvelle approche, à la fois ingénieuse et radicale, adoptée pour le design intérieur, offre notamment aux conducteurs du XC40 des solutions de rangements pratiques dans les portes et sous les sièges, un crochet pliant pour petits sacs et une poubelle de bord amovible sur la console tunnel.



Particularité du XC40 électrique, un compartiment avant spécial (ou « coffre avant ») logé sous le capot offre un volume de chargement supplémentaire d'environ 30 litres, un bloc électrique étant moins encombrant qu'un moteur à combustion.

Volvo Cars révélera d'autres détails sur le XC40 100% électrique ces prochaines semaines, avant sa présentation au public le 16 octobre.

Volvo Car Group en 2018

Au cours de l'exercice fiscal 2018, le résultat d'exploitation de Volvo Car Group a atteint 14,185 milliards de SEK (1,354 milliard d'euros), contre 14,061 milliards de SEK (1,343 milliard d'euros) en 2017. Le chiffre d'affaires pour cette période s'élève à 252,653 milliards de SEK (24,127 milliards d'euros), contre 208,646 milliards de SEK (19,924 milliards d'euros) en 2018. Sur l'ensemble de l'année 2018, les ventes mondiales ont atteint un record de 642 253 véhicules, soit une hausse de 12,4 % par rapport à 2017. Ces résultats reflètent la transformation financière et opérationnelle radicale mise en œuvre par Volvo ces dernières années afin de se positionner en vue de sa prochaine phase de croissance.

A propos de Volvo Car Group

Volvo existe depuis 1927. Aujourd'hui, Volvo est une des marques automobiles les plus connues et les plus respectées au monde, avec 642 253 véhicules vendus en 2018 dans une centaine de pays. Volvo Cars appartient à la société chinoise Zhejiang Geely Holding (Geely Holding) depuis 2010, et était rattaché jusqu'en 1999 au groupe suédois Volvo Group, lorsque la compagnie a été rachetée par l'Américain Ford Motor Company. En 2010, Geely Holding a acquis Volvo Cars.

En 2018, Volvo Cars comptait, en moyenne, environ 43 000 employés à plein temps. Le siège social, le

développement produit, le marketing et l'administration de Volvo Cars sont principalement situés à Göteborg, en Suède. Le siège de Volvo Cars en Chine se trouve à Shanghai. Ses principales usines de production de voitures se situent à Göteborg (Suède), Gand (Belgique), en Caroline du Sud (Etats-Unis) et à Chengdu et Daqing (Chine) ; les moteurs sont fabriqués à Skövde (Suède) et Zhangjiakou (Chine), et les éléments de carrosserie à Olofström (Suède).

Fort d'un nouvel objet social, Volvo Cars entend offrir à ses clients la liberté de se déplacer de manière personnalisée, durable et sûre. Cette volonté se traduit par une triple ambition pour l'entreprise : d'ici au milieu de la prochaine décennie, faire en sorte que les véhicules tout électriques représentent la moitié de ses ventes mondiales ; commercialiser un véhicule sur deux par le biais de son service d'abonnement ; et veiller à ce que d'ici là, un tiers des véhicules mis en circulation soient autonomes.

Images liées



ID: 258584



ID: 258580



ID: 258583