

## Design Talks : le design sonore, donner de l'émotion à la fonction - épisode 3

En tant que constructeur automobile en permanente évolution, Renault Group redéfinit profondément le design de ses véhicules, en repensant leur conception. Dans une série exclusive intitulée « Design Talks », Gilles Vidal, Directeur du Design de la Marque Renault, accueille des invités pour parler d'inspirations, d'émotions, de ce qui définit le design aujourd'hui et de comment cela se traduit dans les véhicules Renault. Dans ce troisième volet consacré au design sonore, Gilles reçoit l'artiste, compositeur et auteur Jean-Michel Jarre dans l'espace Maison 5. Ils échangent autour de l'évolution du design sonore à l'ère électrique, où le son doit maintenant venir habiller le silence et ainsi contribuer lui aussi fortement à l'identité de marque.

Tendez l'oreille pour découvrir cet épisode sur le son comme vecteur d'émotion, avec en son cœur une protagoniste pas comme les autres, la nouvelle Renault 5 E-Tech electric.

Le 14 novembre 2024

L'arrivée des véhicules électriques est une opportunité pour les constructeurs automobiles de repenser le rapport entre les véhicules qu'ils produisent et l'environnement urbain. Le **design sonore** est ainsi en première ligne pour accompagner les usagers dans leurs déplacements sans perturber leurs habitudes. C'est avec cet équilibre délicat en tête que **Renault Group** a fait appel à l'expertise du musicien Jean-Michel Jarre, un passionné de technologie et d'innovation, pour créer un environnement sonore qui enrichit l'expérience de conduite et renforce l'identité de marque de **Renault**. Jean-Michel Jarre et Gilles Vidal se retrouvent à l'occasion d'un échange pendant la Design Week de Paris, chez Maison 5, un lieu culturel éphémère construit par la marque **Renault**.

*« Le design sonore, c'est créer un arrangement sonore sur ces véhicules silencieux, partir au fond d'un canevas, d'une toile blanche, qui est le silence, et essayer d'aménager ce silence. »*

**Jean-Michel Jarre, Artiste, compositeur, auteur**

### La rencontre entre deux créateurs

Gilles Vidal et Jean-Michel Jarre se connaissent depuis plusieurs années. Lorsque, à la demande de Luca de Meo, CEO de Renault Group, ils se réunissent pour travailler sur le **design sonore** des véhicules de la marque **Renault**, leur complicité s'accroît, nourrie par leurs valeurs communes autour d'un design au service de la fonction et de l'émotion.

Pour Gilles Vidal, la mission du design sert de point de départ : « **améliorer l'expérience utilisateur** dans un usage quotidien et susciter l'enthousiasme ». Ce fil rouge doit s'appliquer à toutes les étapes de création d'un véhicule, y compris la partie sonore, qu'il faut ainsi appréhender dès le début. Alors que les utilisateurs sont de plus en plus en communication avec leurs véhicules, le design se doit de « **créer une expérience multisensorielle, raconter une histoire et porter des messages** ». L'accompagnement sonore de cet usage devient primordial.

Pour sa part, Jean-Michel Jarre estime qu'en plaçant l'humain en immersion dans l'**expérience de conduite**, « **le métier de designer et de compositeur se sont complètement confondus** ». Il met en avant que « **le premier des sens qui donne la sensation d'immersion, c'est l'ouïe** ». Donc, le **design sonore** prend une importance capitale dans les véhicules d'aujourd'hui.



Jean Michel Jarre et Gilles Vidal dans la Renault 5 E-Tech electric

### **Le son comme identité de marque**

La question se pose alors, quels sons faut-il créer et pour quelles utilisations ? En concertation avec les ingénieurs **Renault**, deux terrains de jeu privilégiés sont identifiés. Le **son d'accueil**, qui est propre à chaque modèle (décrit plus bas) et le son **VSP** (Vehicule Sound Pedestrian, ou son d'alerte piétons), une alerte sonore obligatoire que les **véhicules électriques** émettent en dessous de 30kmh et que l'on retrouve dans toute la **gamme 100 % électrique de la marque Renault**.

*« Il faut créer quelque chose d'original qui remplit le cahier des charges réglementaire de signaler la présence du véhicule, mais avec une signature particulière, avec une âme particulière. »*

### **Gilles Vidal – Directeur du Design de la marque Renault**

Gilles Vidal précise également que ce son **VSP** doit « *respecter l'identité de la marque et son héritage tout en lui amenant de la nouveauté* ». Ainsi, avec Jean-Michel Jarre, ils sont allés chercher « *une certaine fraîcheur, un côté pointu, qui évoque aussi une certaine bienveillance* ». Cet exercice d'équilibriste est accueilli avec enthousiasme par le musicien dont la créativité est stimulée par des défis complexes qui demandent une grande précision. Il développe alors un son qui évoque plusieurs choses. Premièrement, une douceur alignée avec la place importante que la marque accorde à la **sécurité et la santé**. Puis, une vitesse empreinte de légèreté qu'il va puiser dans notre imaginaire collectif, en s'inspirant de symboles de rapidité « *tel que le vaisseau de Star Wars, et sa capacité à glisser dans l'espace* ». Et enfin, un son résolument contemporain qui fasse écho à notre monde ultra-connecté et l'arrivée de nouvelles technologies tel que l'intelligence artificielle.



*Jean Michel Jarre et Gilles Vidal devant la Renault 5 E-Tech electric.*

### **Le son Renault 5**

La nouvelle **Renault 5 E-Tech electric** qui est pensée pour un usage urbain et péri-urbain s'accorde bien avec ce **son VSP**. Mais comme le rappelle Gilles Vidal, elle doit aussi avoir son identité propre, qu'il définit comme « *pop* », tirée de la « *pop culture* ». C'est-à-dire, dans le contexte d'aujourd'hui, « *aller vers plus d'écologie et des solutions électriques qui sont abordables et accessibles* ». Mais en plus, il faut faire en sorte que le véhicule soit attractif et pétillant. C'est ainsi que Jean-Michel Jarre a composé une **séquence d'accueil** spécifique qui se déclenche lorsque le conducteur s'assoit au volant. Ce son répond à la nature **retro-futuriste** de la voiture en utilisant des tonalités de synthétiseurs évocateurs des années 80, mais dans un habillage actuel. C'est, dans ses mots, « *une manière d'apporter une dose de poésie à l'expérience de conduite* ».

En conclusion de leur échange, les deux créateurs s'accordent à dire que dans l'environnement actuel et notamment urbain, le principal objectif de leur collaboration est « *de proposer des véhicules qui n'ajoutent pas de pollution sonore tout en étant repérables, et en même temps incarnés* ». Toute la subtilité du **design sonore** est « *de donner de l'émotion à la fonction, sans le rendre trop intrusif* ». Et Jean-Michel Jarre de conclure que « *le design sonore sublime la relation entre image et son, car ce sont les oreilles qui ouvrent les yeux* ».