

La réalité virtuelle, nouvel outil de travail pour les designers de Hyundai



- Le centre de design européen de Hyundai (HDCE) fait appel aux technologies virtuelles les plus récentes pour concevoir ses véhicules
- En mettant en œuvre les toutes dernières innovations technologiques dans son processus de travail, Hyundai est à même de répondre aux attentes de ses clients avec une plus grande flexibilité
- Le « Virtual Seat Buck » (poste de conception virtuelle) de Hyundai démontre de quelle manière le constructeur intègre les nouvelles technologies dans le processus de développement de ses véhicules

Offenbach, 3 septembre 2019

Au fil du temps, les véhicules sont devenus bien plus qu'un simple moyen de transport. Ils deviennent de plus en plus le prolongement de nos espaces de vie, s'apparentant à un second chez-soi. Au centre de design européen de Hyundai (HDCE), les designers de la marque s'adaptent à ces changements en intégrant la réalité virtuelle dans leur processus de conception.

Jusqu'alors, le processus de conception d'un véhicule comprenait plusieurs étapes, parmi lesquelles la fabrication de nombreuses maquettes en argile. Il fallait beaucoup de temps pour transposer précisément différentes idées de concept sur ces maquettes. Par ailleurs, en cas de rejet d'un concept, les designers étaient obligés de repartir d'une feuille blanche. Par conséquent, une importante somme de travail était réalisée en vain, et à grands frais, avant que le produit ne puisse voir le jour.

Désormais, grâce à la réalité virtuelle, les designers de Hyundai peuvent commencer à comprendre, et même à percevoir l'extérieur et l'intérieur du produit avant qu'il n'existe physiquement. L'idée de créer un « Virtual Seat Buck » était à l'étude depuis une dizaine d'années. La technologie a accompli de tels progrès que le centre HDCE peut désormais l'exploiter de la manière qui répond le mieux à ses besoins, et ainsi réaliser des véhicules avec une plus grande efficacité.

« Notre « Virtual Seat Buck » illustre la manière dont Hyundai met en œuvre les toutes dernières innovations dans ses processus de travail, et vient compléter la maquette en argile finale du véhicule. Non seulement la réalité virtuelle accélérera et facilitera notre processus de conception mais elle nous permettra de mieux répondre aux attentes des clients de Hyundai. »

Thomas Bürkle, directeur du design au centre de design européen de Hyundai.

Le « Virtual Seat Buck » de Hyundai

Le « Virtual Seat Buck » offre de nombreux avantages. Tout d'abord, il permet de visualiser rapidement les données de conception, ainsi que les coloris et garnissages dès le début du processus de conception. Ces données sont partagées simultanément avec les ingénieurs, là encore à un stade précoce du processus, permettant ainsi un dialogue constant entre les deux départements. Le « Virtual Seat Buck » permet également de réaliser une rapide comparaison. Sachant que toutes les étapes du processus sont enregistrées dans le cloud, elles peuvent être constamment retravaillées et les différents départements peuvent y accéder en continu au niveau mondial.

L'intégration de la réalité virtuelle dans le processus de conception permet de simplifier le travail des designers de Hyundai en réduisant le temps nécessaire à la transposition de leurs idées en 3D. Cette technologie autorise l'utilisation d'une palette infinie de coloris et de matériaux tout en permettant une présentation dynamique des fonctionnalités (ex. : pièces mobiles).

À 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 plus de 4,5 millions de véhicules en 2018. 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 2018, Hyundai Motor a enregistré 543 292 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,9% par rapport à 2017, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la quatrième 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 35 542 immatriculations en 2018. 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. En France Hyundai est le partenaire majeur de l'Olympique Lyonnais pour la huitième saison consécutive.

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 a depuis amassé dix victoires et a terminé deuxième du championnat des constructeurs à trois reprises. 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.