



# CONCEPT-CARS PEUGEOT

## LABORATOIRES D'IDÉES



**Pour PEUGEOT, un concept-car n'est pas un exercice de style gratuit. Il s'inscrit dans une réelle stratégie de marque. C'est une vision exacerbée de son image, il nourrit et inspire à long terme sa vision stylistique et technologique. C'est l'équivalent de la haute couture versus le prêt-à-porter dans l'univers de la mode.**

**PEUGEOT développe toujours ses concept-cars afin qu'ils soient fonctionnels et roulants afin de proposer une expérience complète même en dynamique.**

**Depuis plusieurs années, les concept-cars PEUGEOT ont des dimensions réalistes (architecture & taille de roues) et sont dotés d'éléments imaginables en série.**



## HISTORIQUE

**Riche de 210 ans d'histoire, les concept-cars nourrissent l'ADN de PEUGEOT.**

Le premier vrai exercice de style assimilé à un concept-car est né en 1984 : le **PEUGEOT Quasar**. Véritable vitrine technologique, c'est la première fois que les ingénieurs et les stylistes ont carte blanche pour créer un objet fantasmagique hors de toute contrainte industrielle. On doit à **Gérard Welter**, alors encore designer, le dessin de la carrosserie sur la base d'un croquis d'Eric Berthet. Il sera l'un des piliers du style de la PEUGEOT 205 et deviendra directeur du design de la marque de 1998 à 2007. L'habitacle futuriste pour l'époque sera lui dessiné par Paul Bracq. La base du châssis est issue d'une mythique 205 Turbo 16, tout comme son moteur, poussé pour l'occasion à 600 chevaux. Les concept-cars suivants auront toujours un lien avec la compétition automobile chère à Gérard Welter. Présentée entre autres au « Festival of Speed » de Goodwood, la **PEUGEOT Proxima** sera motorisée par un moteur V6 bi-turbo de 680 ch. Avec une motorisation similaire, la **PEUGEOT Oxya** sera chronométrée à 350 km/h sur l'anneau de vitesse de Nardo en 1988.

En 2010, pivot annonciateur de la nouvelle direction du Style avec la nomination de Gilles Vidal, le concept **PEUGEOT SR1** inaugure une nouvelle ère du design PEUGEOT.

En 2012, le **PEUGEOT Onyx** sera le premier manifeste de Style de la marque avec l'exploration de matériaux bruts comme le cuivre ou la nouvelle position de l'emblème au centre de la calandre. La ligne « Onyx » sera également le premier manifeste de mobilité complète avec les concepts bike et scooter.

D'autres explorations stylistiques seront de réels manifestes de marque avec les concepts **308 R HYBRID** ou **508 PEUGEOT Sport Engineered** développés avec l'entité PEUGEOT Sport. Ce dernier donnera naissance à une voiture de série comme ce fut le cas pour le break de chasse 306 pour la Phase 2 en 1999, la 20♥ pour la 206 CC ou bien encore la PEUGEOT RCZ Concept pour le coupé du même nom.

## GENESE D'UN CONCEPT-CAR

**Pour créer son futur, il est primordial de s'intéresser à d'autres secteurs créatifs, le tout en conservant son ADN de marque.**

Au début de la recherche d'inspiration, les designers sont à la recherche des signaux faibles de tendances émergentes dans des domaines très variés comme l'architecture, la mode, les arts ou bien encore les nouvelles mobilités. Le but est de déceler de nouvelles attentes, de nouveaux besoins dans d'autres domaines, de sortir du monde de l'automobile, de déceler de nouveaux courants sociétaux, le tout pour en faire bénéficier nos futurs clients. Cela s'applique pour le design extérieur ou intérieur mais également pour les recherches en couleurs & matières ou en graphisme.

Une fois le cahier des charges rédigé (ou mood board dans le jargon), la direction du Design PEUGEOT lance un concours entre tous les designers. Certains travailleraient jour et nuit, week-ends compris, pour tenter de remporter le prestigieux concours... Lorsque la shortlist est établie, des modèles numériques sont réalisés et des maquettes à l'échelle 1 sont fraisées pour se rendre compte des volumes, de l'équilibre général de l'objet. Au terme de longues heures de délibération et de validation au plus haut niveau de la marque, le projet qui répond le plus au cahier des charges initial est retenu. S'en suit une phase de numérisation 3D et de CAO pour concevoir un modèle numérique très précis. Une nouvelle maquette échelle 1, plus détaillée, est alors fraisée. Cette maquette servira à peaufiner les détails, les ajustements, les surfaces et à définir jusqu'à la couleur finale du concept. Le processus est le même pour l'intérieur.

Le projet sera ensuite confié à des entreprises de pointe dans le modelage, le maquetage et la réalisation de pièces uniques. Les seules à pouvoir répondre au moindre souhait ou exigence d'un designer.

L'un des défis majeurs de la construction d'un concept-car est la contrainte temporelle. Il est très souvent conçu pour trôner sur un stand d'un grand événement tel qu'un salon et ne peut donc être livré en retard. En moins d'une année, il faut passer de sketches de style à un objet finalisé et fonctionnel. Si les nouveaux outils numériques que sont les casques de réalité virtuelle ou le C.A.V.E (Cave Automatic Virtual Environnement) facilitent aujourd'hui nettement la partie conception, le soin du détail et le raffinement ne sont possibles que sur des objets physiques.





Les concept-cars sont aussi l'opportunité de nouer des partenariats avec des PME ou des artisans les plus pointus dans leur domaine. Pour EXALT, une fragrance a été créée sur-mesure afin de parfaire l'expérience jusque dans l'odorat avec les parfumeurs EX-NIHILO. Pour e-LEGEND, les ébénisteries intérieures en essence de paldao ont été façonnées par l'ébéniste HERVET Manufacturier. Des partenariats sont également noués avec des majors internationales comme ce fut le cas avec SAMSUNG pour INSTINCT ou avec FOCAL pour le Foodtruck et FRACTAL.

## LABORATOIRE D'IDÉES

**Les concept-cars participe largement à la montée en gamme de PEUGEOT. Leur niveau technologique et leur sophistication nourrissent les véhicules produits en série.**

Les concept-cars sont des locomotives, des objets fédérateurs de toutes les forces vives de l'entreprise que ce soit les équipes de R&D ou Communication et marketing. Ils permettent d'explorer de futurs usages autour d'une vision commune. Ce sont de réels vecteurs d'innovation qui servent à différents métiers du Groupe PSA.

Si certaines études de style ont inspiré les carrosseries de certains produits, elles ont aussi largement contribué à l'évolution des habitacles des modèles de grande série. Au travers d'expérimentation sur des matériaux innovants ou des nouvelles interfaces digitales, le « phygital », mélange du physique et du numérique, simplifiera et transcendera l'expérience de conduite de chaque PEUGEOT.

Chaque concept-car est un réel laboratoire d'idées. Certains d'entre eux ont été conçus avec des innovations très en avance sur leur temps. Et même s'ils ne sont pas conçus pour être fabriqués en grande série, de nombreux éléments sont repris pour les produits de la gamme commerciale, en voici quelques exemples :

**TOUAREG** : en 1996, ce petit concept-car au look de buggy est propulsé par un moteur électrique alimenté par des batteries qui lui autorise une autonomie de 4 heures. Un petit moteur thermique peut en prolonger l'autonomie en faisant office de groupe électrogène : le « range extender » était né !

**MOONSTER & 4002** : ces 2 projets ne sont pas issus de l'imagination des designers de la Marque mais d'internautes, plutôt doués ! Novateur et précurseur, PEUGEOT a été le premier constructeur automobile à lancer 2 concours internationaux de design en 2000 et 2002. La récompense était la réalisation de son projet à l'échelle 1 et sa présentation sur le stand de la Marque lors de salons internationaux. Sous l'impulsion du directeur du design PEUGEOT, Gilles Vidal, la marque a lancé depuis 2018 les « Summer class ». Pendant un mois, 12 étudiants designers sont reçus et encadrés au sein de l'Automotive Design Network (ou ADN pour les initiés) de Vélizy Villacoublay. En immersion totale, ce vivier de jeunes créatifs peut vivre la conception de 4 projets sous l'égide de professionnels dans le domaine du design.

**SESAME** : architecture haute et portes latérales électriques coulissantes pour une accessibilité hors norme, c'est le prologue de 1007 !

**EX1** : l'année des 200 ans de la Marque, EX1, 100% électrique, bat 3 records mondiaux d'accélération et en inscrit 3 nouveaux sur le circuit mythique de Montlhéry, là même où la 404 Diesel avait battu plusieurs records d'endurance en 1965.

**SR1** : renouveau du style de la marque, les flancs de la PEUGEOT 208 Phase 1 en sont inspirés, c'est également le concept-car qui a présenté pour la première fois le PEUGEOT i-Cockpit®.

**ONYX** : carrosserie mêlant fibre de carbone et cuivre pur, laissé volontairement brut, l'intérieur est constitué d'un matériau innovant et écologique baptisé « Newspaper Wood ». Ce dernier est fabriqué à partir de journaux usagés, assemblés et compressés. Onyx est motorisé par un V8 HDi Hybrid4 de 600 ch (+ un boost électrique de 80 ch) fabriqué par PEUGEOT Sport et conçu pour la 908.

**EXALT** : sa silhouette et sa planche de bord ont guidé les designers pour dessiner la nouvelle PEUGEOT 508, la berline à silhouette dynamique. L'habillage en bois du coffre a été repris sur la SW en version limitée First Edition. Le tissu des sièges chiné à « rayures tennis » a inspiré les garnissages du dernier PEUGEOT 3008.

**QUARTZ** : la planche de bord de ce concept-car a été reprise sur le nouveau PEUGEOT 3008, son combiné d'instrumentation holographique est aujourd'hui en série sur la nouvelle PEUGEOT 208 tout comme sa calandre dite « à pampilles ».



**FRACTAL** : 80% de ses pièces issues de l'impression 3D et une expérience sonore inédite en 9.1.2 élaborée avec FOCAL.

**INSTINCT** : aérodynamisme intelligente et silhouette de « shooting brake » qui préfigure la nouvelle PEUGEOT 508 SW, Instinct bénéficie également d'un partenariat avec SAMSUNG. Pour la première fois dans l'histoire de PEUGEOT, Instinct n'a pas été présenté dans un salon international dédié à l'automobile mais au Mobile World Congress de Barcelone.

**e-LEGEND** : parce que l'ennui ne fait pas partie de l'ADN de la marque, parce qu'autonome ne rime pas avec monotone, parce que la transition énergétique n'effacera pas 120 ans d'histoire automobile, PEUGEOT présente e-LEGEND Concept au Mondial de Paris en 2018. Cette vision excitante de l'avenir du plaisir de conduire prend la forme d'un véhicule désirable et emblématique. En adoptant un gabarit réaliste et radicalement moderne, cette projection dans le futur de l'automobile magnifie les gènes et l'élégance de l'héritage de PEUGEOT. Ce concept-car a permis de moderniser la vision stratégique et éditoriale de la marque en diffusant à des heures de grande écoute sur des chaînes de télévision nationales un film publicitaire et en participant au prestigieux concours d'élégance de la Villa d'Este. Buzz garanti.

## PEUGEOT

Forte de son offensive technologique et de l'électrification de sa gamme, la marque PEUGEOT entre dans l'ère de la transition énergétique avec enthousiasme.

Une conduite stimulante et valorisante, un design racé, une qualité sans compromis constituent l'engagement de la marque auprès de ses clients et contribuent à l'émotion que procure chaque PEUGEOT.

Présente dans plus de 160 pays au travers de 10 000 points de vente, la marque a vendu près de 1 500 000 véhicules dans le monde en 2019. PEUGEOT allie partout Exigence, Allure et Emotion avec l'ambition d'être la marque généraliste haut-de-gamme à vocation mondiale

