

Dossier de presse

Faurecia Premium Attitude

Design, innovation et intégration : les trois piliers de l'offre « Premium » pour les constructeurs

Premium – « De qualité exceptionnelle... » [Dictionnaire Merriam-Webster]

Le nouveau concept car de Faurecia, Premium Attitude, révèle les toutes prochaines innovations intérieures dont pourront bénéficier les constructeurs automobiles. Bien loin d'un fantasme d'ingénieur, Premium Attitude illustre concrètement la capacité d'innovation du Groupe en matière de design mais aussi d'intégration de ces innovations dans un véhicule unique.

Faurecia est un spécialiste mondial de six lignes de produits majeures de l'automobile : sièges, portes, cockpits, modules acoustiques, blocs avant et systèmes d'échappement. Innovation et qualité exceptionnelle sont les priorités de Faurecia, qui offre aux constructeurs une extraordinaire liberté de conception grâce à sa compréhension du consommateur final, sa capacité d'intégration technologique et son savoir-faire industriel. Cette approche globale et inédite de la chaîne de valeur prend en compte la réalité économique du marché, où les coûts et les risques liés aux innovations doivent être gérés avec soin. Sur un marché où la qualité fait loi, Faurecia démontre que des produits premium sont accessibles pour tous les styles de véhicules.

La tendance « premium »

« Aujourd'hui, l'approche premium est la plus grande tendance de fond du marché automobile" explique Jacques Mauge, Directeur du Développement Client de Faurecia. « Et les constructeurs automobiles en sont bien conscients. Ils cherchent à différencier leurs véhicules au travers de la notion premium. Ce que les consommateurs attendent de leur véhicule, c'est bien plus que l'aspect utilitaire et fonctionnel. Ils recherchent également du plaisir et un certain statut. Ils ont envie d'émotions. »

Aux côtés de Audi, BMW, Mercedes-Benz ou Mini, marques emblématiques du haut de gamme, il existe de nombreuses versions premium de véhicules grand public. Citons par exemple la nouvelle Fiat 500 [1] ou certaines séries de véhicules aux finitions intérieures haut de gamme comme Titanium ou Ghia de Ford, Initiale de Renault, Premium de Peugeot ou encore Exclusive de Citroën en Europe. Dans le monde entier, la croissance du segment premium est l'une des plus fortes du marché automobile. En 2006, les ventes de véhicules premium ont atteint 2 millions de voitures en Amérique du Nord et plus de 2,5 millions en Europe de l'ouest. Selon les prévisions, les ventes devraient encore progresser sur ces deux marchés pour atteindre, respectivement, 3 millions et 3,5 millions de véhicules en 2019, avec une croissance forte en Asie et en Europe de l'Est.

La réponse de Faurecia : Premium Attitude

Faurecia intervient sur tous les segments de marché – luxe, haut-de-gamme, milieu de gamme, entrée de gamme et véhicules à bas coût – mais la qualité premium peut se retrouver d'un bout à l'autre d'une gamme automobile. La qualité premium séduit tout en restant abordable, et peut être produite en série, comme l'iPod d'Apple [2] par exemple. Un véhicule premium doit toujours illustrer le « bon goût ». Un véhicule Premium doit toujours être bien conçu, fabriqué avec des matériaux de haute qualité, un savoir-faire exceptionnel et un souci constant de la qualité perçue.

En outre, le premium peut s'avérer rentable : intelligence de conception, finesse d'exécution et obsession du détail ne sont pas nécessairement synonymes de coûts élevés. Fournisseur de premier rang, Faurecia offre non seulement aux constructeurs une extraordinaire liberté de conception à partir d'une nouvelle architecture, mais leur permet aussi faire de leurs conceptions premium une réalité industrielle. En effet, dès qu'un produit est industrialisé, Faurecia a la capacité de le produire en grande série en respectant un niveau de fiabilité aujourd'hui largement reconnu par les plus grands constructeurs mondiaux.

Dix innovations technologiques majeures sont illustrées dans le concept car Faurecia Premium Attitude, depuis les éléments pouvant être mis en production dès aujourd'hui jusqu'aux nouvelles solutions susceptibles d'être mises en œuvre dès demain. Le concept car Premium Attitude de Faurecia est une synthèse des innovations mises au point par le Groupe dans chacun de ses domaines d'expertise.

Les innovations présentées dans ce concept car s'articulent autour de **trois grands axes** :

1. Intelligence produit et interaction utilisateur

- Planche de bord autoportante
- Coffre à plancher coulissant
- Accoudoir central arrière
- Siège conducteur asymétrique avec accoudoir central et panneau multicommandes intégrés

2. Enchantement et surprise permanents

- Coussin de siège à hauteur pilotée
- Accoudoir central arrière
- Fonction relax du siège arrière
- Accoudoir conducteur latéral synchronisé avec le réglage du siège
- « Vague magique » animant la planche de bord

3. Obsession du détail

- Boîte à gants façon coffret à bijoux
- Utilisation généreuse du bois
- Aérateurs innovants
- Concept d'éclairage modulable (éclairage d'ambiance ou direct)

Découvrez ces innovations en détail en **page 4**, à la rubrique : « Les dix innovations majeures de Premium Attitude ».

La vision de l'avenir de Faurecia

L'ensemble des innovations présentées reflète la capacité de Faurecia à associer tout son savoir-faire conceptuel et technique pour introduire de nouvelles valeurs « premium » que les constructeurs peuvent utiliser à leur tour lors de la création de nouveaux produits. Comme le souligne le Directeur du Design Industriel de Faurecia, Andreas Wlasak : « *C'est la première fois qu'un concept car rassemble l'intégralité des savoir-faire de Faurecia. Toutefois, il ne s'agit pas d'un simple catalogue de produits, mais d'une véritable démonstration de notre compréhension des attentes du marché, de notre capacité d'innovation et du développement de nos compétences dans un véhicule grandeur nature.* »

L'industrie automobile subit de fortes pressions pour maintenir des prix bas, tout en produisant des véhicules toujours plus novateurs et modernes. Dans ce cadre, Faurecia a mis en place une stratégie de plateformes de production des composants permettant de standardiser au maximum les pièces non visibles afin d'offrir toute latitude aux constructeurs pour concevoir leurs véhicules en toute liberté. À cet égard, ce prototype de taille réelle démontre de façon éclatante combien l'utilisateur pourra bénéficier de la capacité de Faurecia à intégrer des composants standardisés à l'architecture globale du véhicule, tout en ouvrant de nouveaux horizons aux constructeurs.

Par ailleurs, ce concept car illustre l'expertise conceptuelle et technologique de Faurecia, appliquée à ses six grandes lignes de produits et traduites dans un véhicule grandeur nature, un produit tel que l'utilisateur final pourrait l'apprécier. Chaque innovation est ainsi mise en situation, une concrétisation que ne pourrait pas égaler la présentation individuelle de chaque produit, par exemple les cockpits ou les systèmes de siège isolés du reste du véhicule.

Anticiper les besoins des utilisateurs et créer un dialogue constant avec les constructeurs

Avec Premium Attitude, Faurecia souhaite entamer un nouveau dialogue avec les équipes de direction, de conception et de production des constructeurs, et ce *avant même* le début du projet d'un nouveau véhicule. C'est notamment pour cette raison que la voiture choisie pour ce concept car est un modèle classique Tatra 603/2 [3] de 1972, plutôt qu'un véhicule moderne. Comme l'explique Philippe Aumont, Directeur du Plan Produits de Faurecia, « *La finalité de notre concept n'est pas de rivaliser avec nos clients, mais avant tout d'encourager le développement d'innovations en partenariat.* » La ligne classique de la berline Tatra a été retenue pour servir de base au Premium Attitude car son espace intérieur est très proche des actuelles Mercedes-Benz Classe E, BMW Série 5 ou Audi A6. Elle prouve que ce type de carrosserie peut encore – si la conception est intelligente – concurrencer les nouveaux monospaces par exemple, en termes de polyvalence et de sensation d'espace. En outre, Premium Attitude souligne le rôle croissant de l'aménagement intérieur des véhicules pour différencier les constructeurs, sur un marché automobile de plus en plus fragmenté.

Ce concept car est l'aboutissement d'un véritable projet international, associant les équipes françaises, américaines et allemandes de Faurecia et reposant sur l'expertise du Groupe en matière de design industriel, de plan produit, de recherche et développement, et d'ingénierie.

Découvrez les 10 innovations majeures Premium Attitude, présentées à Berlin

La capitale allemande, Berlin, est le lieu idéal pour la présentation européenne du concept car de Faurecia. En effet, l'Allemagne est bien connue comme le marché mondial du premium par excellence. Elle est reconnue depuis longtemps pour le prestige et la qualité de ses véhicules, pays où les marques premium les plus connues – Audi, BMW et Mercedes-Benz – sont chez elles. Faurecia est un important fournisseur de ces constructeurs et le Groupe a contribué à des véhicules tels que l'Audi Q7, la BMW X5, et la Mercedes-Benz Classe S, pour ne citer que quelques modèles, sur l'ensemble de ses lignes de produits.

La ville de Berlin incarne l'essence même des valeurs premium. C'est une ville de contrastes: un lieu où se rencontrent l'est et l'ouest, l'ancien et le moderne, l'histoire et l'avenir. C'est un lieu où les différentes cultures et générations se mélangent et où naissent de nouvelles idées. Il n'y a pas de lieu plus approprié que Berlin pour servir de décor au concept Faurecia Premium Attitude.

Faurecia dispose d'une longue histoire industrielle en Allemagne, le plus grand marché automobile européen, avec une importante présence industrielle et de R&D. Le Groupe s'est construit une activité substantielle dans le pays, où il génère 26% de son chiffre d'affaires et y emploie 15% de ses effectifs.

Les **dix innovations** mises en lumière dans le concept car Premium Attitude s'articulent autour de trois grands axes :

- ❖ Intelligence produit et interaction utilisateur ;
- ❖ Enchantement et surprise permanents ;
- ❖ Obsession du détail.

1. Conception durable : utilisation généreuse du bois

Le bois est un matériau traditionnel mis en œuvre ici de façon moderne. Bien qu'il soit présent depuis les débuts de l'industrie automobile, Faurecia l'utilise avec originalité. En outre, cette innovation esthétique est également durable : la technologie de fabrication des composants en bois très légers et très fins, mais de qualité supérieure, rend possible leur utilisation généreuse dans l'aménagement intérieur des véhicules.

Un placage de bois véritable stratifié (0,7 mm) est placé sur un panneau de fibres de bois pressées, une version allégée du panneau de fibres à densité moyenne (ou MDF) largement utilisé dans la fabrication de mobilier. Cette technologie propriétaire de Faurecia a déjà fait ses preuves en termes d'esthétique, de durabilité et de résistance aux chocs. Contrairement aux précédents éléments en bois, plus petits et plus chers, elle permet d'habiller de grandes surfaces du véhicule – comme l'arrière

des dossiers et les panneaux de porte – de finitions en bois véritable à moindre coût et, surtout, avec un impact minimal sur l'environnement.

Les clients premium sont de plus en plus attentifs aux performances environnementales des matériaux utilisés. Le chêne blanc, par exemple, présente l'avantage d'être un bois très largement répandu en Europe, constituant ainsi un matériau hautement durable et recyclable. Il est d'ailleurs certifié par le FSC (Forest Stewardship Council) et le PEFC (Pan-European Forest Certification).

Une autre originalité réside dans le traitement de ce bois : l'érable ondé utilisé dans le Premium Attitude a été teinté d'une nuance de gris et, selon l'angle de vue, ressemble à de la soie. La texture du bois est immédiatement reconnaissable au toucher, apportant une touche supplémentaire de surprise et de plaisir, à laquelle sera sensible une clientèle haut de gamme. L'utilisation d'autres types de bois a déjà été validée et différents types de placages bois permettront de répondre aux demandes spécifiques des constructeurs.

2. Espace Premium : la planche de bord autoportante

Créer davantage d'espace à l'intérieur des véhicules est un défi permanent pour les designers qui doivent y agencer une multiplicité croissante d'éléments, même si certains sont cachés. Faurecia leur propose une solution : sa planche de bord autoportante qui, suffisamment solide, permet de s'affranchir d'une poutre transversale. Elle peut de ce fait être beaucoup plus fine et étroite, libérant ainsi de l'espace pour les concepteurs qui peuvent repenser l'aménagement avant du véhicule et offrir davantage d'espace au passager avant ou augmenter la taille des rangements.

C'est grâce à une autre innovation de Faurecia, prête à être mise en production, que cette solution est désormais réalisable sans pour autant compromettre la sécurité. Les traditionnels couvercles d'airbags logés dans la planche de bord, en métal ou en plastique rigide (qui risquent de heurter violemment le pare-brise s'ils en sont trop proches), sont remplacés par des couvercles en mousse souple et en maille tissée moins dangereux pour les vitres et qui peuvent donc être placés plus près du pare-brise. Habituellement, la partie de la planche de bord face au passager comporte une boîte à gants surmontée d'un panneau inutilisé, car il accueille le logement de l'airbag. Dans le concept car Premium Attitude, le positionnement de l'airbag peut être repoussé et offrir les mêmes garanties de sécurité, tout en intégrant une nouvelle boîte à gants s'ouvrant vers le haut. Ces couvercles souples sont également plus légers, leur puissance d'ouverture est réduite de 50 % et l'énergie libérée de 30 %.

Cette technologie d'intégration des airbags est déjà proposée aux constructeurs, qui peuvent la mettre en œuvre dans leurs futurs programmes. Les concepteurs disposeront ainsi de nouvelles et importantes possibilités pour redessiner l'intérieur de leurs véhicules dans un esprit « premium ». Trois constructeurs ont déjà prévu de lancer des modèles intégrant cette technologie en 2008.

Par ailleurs, pour les designers devant répondre à une demande croissante de personnalisation des véhicules, cette solution sera une véritable aubaine :

l'architecture de base – l'investissement le plus important – ne doit pas être modifiée pour apporter des améliorations significatives à la planche de bord. Il suffit de déplacer la boîte à gants et de la remplacer, par exemple, par une patte où accrocher un sac à main pour créer un espace réellement inédit sans pour autant compromettre la sécurité.

Faurecia propose tous types de peaux pour les planches de bord, depuis la peau slush en PVC, le polyuréthane moulé, l'oléphine thermoplastique (ou TPO), jusqu'à une large gamme de cuirs – comme sur le modèle présenté ici – afin de répondre aux besoins de ses clients. Dans la catégorie Premium notamment, Faurecia dispose d'une grande expérience du marché, aux côtés de grands constructeurs du monde entier.

3. Hors des sentiers battus : le coffre à plancher coulissant

Pour imaginer son coffre à plancher coulissant, Faurecia s'est inspiré de la commode de votre chambre à coucher ou de votre boîte à outils et a adapté le concept tout simple du tiroir au coffre d'une automobile. Sur le concept car Premium Attitude, le plancher du coffre et le haut du pare-chocs coulissent vers l'extérieur du véhicule, facilitant ainsi l'accès aux parties les plus éloignées du compartiment à bagages. Au-delà de l'idée de départ, ce système coulissant a été développé grâce à un nouveau silencieux très astucieux : d'une épaisseur réduite à 80 mm, il est logé sous le tiroir. Seule la partie ornementale à l'extrémité du silencieux coulisse, ainsi qu'une partie du pare-chocs. Le tiroir ne peut être manipulé que lorsque le véhicule est à l'arrêt, ce qui évite tout problème de discontinuité du système d'échappement.

Thorsten Süß, Responsable du Studio de Design Industriel de Faurecia et chef de projet Premium Attitude, explique : *« Je pense que Faurecia est le seul équipementier au monde à disposer d'une telle expertise dans les systèmes d'échappement, les pare-chocs et l'intérieur véhicule. Nous avons associé ces trois domaines d'expertise pour mettre au point cette innovation. En général, les fournisseurs ne proposent que des silencieux standard et la liberté des designers est limitée pour concevoir l'espace qui les entoure. Ici, nous pouvons optimiser l'espace pour répondre à un besoin réel. »*

Faurecia démontre ainsi sa capacité à associer des produits légers uniques et une performance acoustique renforcée, le tout de manière économique et durable. Le plancher du coffre à double paroi est une structure en « Som mold », un matériau à base de polypropylène et de fibres de verre extrêmement rigide et permettant d'éliminer les bruits et les vibrations. Enfin, l'ensemble des moquettes et sur-tapis apporte une touche supplémentaire de qualité haut de gamme à l'intérieur du véhicule.

La technologie du silencieux plat est spécifique à Faurecia, qui a déjà passé le cap de la fabrication industrielle de cet élément innovant. Quant au tiroir lui-même, il peut d'ores et déjà être adopté pour les prochaines générations de véhicules. Ce coffre à plancher coulissant est une bonne illustration de l'aptitude de Faurecia à proposer un produit intégré issu d'une collaboration intensive entre ses équipes produit, conception et technique.

4. Le confort avant tout : le coussin de siège à hauteur pilotée

Observez les garnitures cuir sur le bord des sièges d'un véhicule neuf après quelques mois : du côté de la porte, vous constaterez sans doute une usure plus marquée que sur la partie proche de la console centrale. Pourtant, cette conséquence apparemment inévitable du frottement répété de l'utilisateur contre le siège à chaque entrée ou sortie du véhicule peut être évitée grâce à une nouvelle technologie Faurecia : le coussin de siège à hauteur pilotée.

Cette innovation permet de surélever électriquement le centre du siège lorsque la porte est ouverte. Le mouvement du coussin présente ainsi un triple avantage car il facilite l'entrée et la sortie du véhicule, il améliore le soutien latéral de l'assise pour les occupants et il limite l'usure inégale du siège. Détail surprenant et agréable : bien qu'invisible et totalement indétectable tant qu'il ne se déclenche pas, ce dispositif possède de nombreuses fonctionnalités. Une solution simple mais efficace qui pourra être mise en production pour équiper les véhicules de demain.

La fonction de ce système peut varier selon le type de conduite – en ville, sportif, ou sur route – mais, plus important, il permet de positionner les occupants de façon optimale pour leur éviter tout glissement sous la ceinture de sécurité en cas de choc.

5. Le confort d'un salon : la banquette arrière multifonctionnelle

La banquette arrière du concept car est un autre exemple de « l'esprit premium », source de surprise comme de plaisir. À première vue, rien ne la distingue d'une banquette trois places, intelligente mais classique, car elle cache bien son jeu. En effet, dès que le passager s'assied, le coussin du siège règle automatiquement la fermeté, la profondeur et l'angle d'assise, de la même manière qu'un système de soutien lombaire.

Si vous cherchez un accoudoir central rabattable traditionnel, vous n'en trouverez pas. En revanche, comme par magie, un accoudoir aux lignes fines se déploie depuis la base du siège, d'une simple pression sur un bouton. Sa forme suit la ligne naturelle de la console centrale, qui peut s'étirer vers l'arrière jusqu'à venir le toucher.

Lorsqu'ils sont inclinés ou repliés, le rouge vif qui apparaît sur la tranche des sièges contraste avec le gris des coussins. Andreas Wlasak, Directeur du Design Industriel de Faurecia, explique que « *la mode influence directement le design automobile et, dans ce cas précis, ces couleurs inhabituelles s'inspirent de la palette du créateur Paul Smith [4].* » Ces notes de couleur se retrouvent également derrière les accoudoirs, dans leur espace de rangement lorsqu'ils sont ouverts, dans l'éclairage d'ambiance de la boîte à gants et sur la tranche des appuis-tête. Ces derniers, grâce à un système électronique, se déploient dès qu'un passager prend place et se replient automatiquement lorsque le siège est inoccupé afin d'améliorer la visibilité arrière du conducteur.

Le sentiment de confort feutré est renforcé par la parfaite continuité de l'habillage qui court des sièges aux portes – aux charnières situées à l'arrière - et accoudoirs latéraux en une ligne toute en fluidité. Produisant déjà un habillage similaire pour les

portes et les sièges de la Rolls-Royce Phantom [5] dans le segment grand luxe, Faurecia possède une expérience concrète en la matière qui nourrit sa double expertise technologique et design. Une fois la porte refermée, tous les éléments prennent naturellement leur place, dans un design épuré comme l'ont rêvé les créatifs. Qui plus est, cette expérience réellement « premium » repose sur l'utilisation d'un logiciel peu onéreux. Avec au final, un design intérieur globalement cohérent jusqu'au moindre détail.

6. L'imagination au pouvoir : siège conducteur avec accoudoir intégré à la console centrale et sièges minces

Le siège conducteur asymétrique de Premium Attitude repose sur une idée simple : l'accoudoir mobile intégrant un boîtier de commandes (inspiré de la téléphonie mobile) doit avancer et reculer en même temps que le siège, afin d'assurer la meilleure ergonomie possible à l'ensemble. Parallèlement, l'accoudoir latéral s'adapte automatiquement en diagonale, vers l'avant et l'arrière, selon la position du conducteur.

L'esthétique du siège s'inspire du fauteuil Lama créé par Ludovica et Roberto Palomba pour Zanotta [6], mais ses fonctionnalités vont bien au-delà de cette magnifique (mais statique) sculpture domestique. La structure est bien plus fine que celle des sièges automobiles actuels et permet de dégager davantage d'espace. Vu de l'extérieur, le siège paraît encore plus fin grâce à l'emplacement des ceintures de sécurité intégrées et au renforcement de sa structure non du côté porte comme c'est le cas habituellement, mais à l'intérieur de l'habitacle.

Les glissières sur lequel se déplace le siège ont également été optimisées pour améliorer le confort et la visibilité du conducteur. Leur inclinaison de l'arrière vers l'avant est légèrement plus prononcée que dans un véhicule classique – et selon une très légère diagonale –, pour permettre un réglage optimal quelle que soit la taille de l'occupant. Comme le souligne Andreas Wlasak, Directeur du Design Industriel de Faurecia : *« Cette inclinaison plus importante permet à la plupart des gens d'être assis suffisamment bas. Quant aux personnes de plus petite taille, elles sont plus hautes lorsqu'elles avancent leur siège. Ce système se rapproche de la courbe naturelle du corps. À ma connaissance, cette solution est totalement inédite. Jusqu'alors, les systèmes traditionnels sont basés sur des cotes classiques, haut/bas et gauche/droite, comme au temps où les concepteurs travaillaient sur des planches à dessin. Mais ils vont à l'encontre du souci de perception du confort par l'utilisateur. »*

La finesse des structures, le siège conducteur asymétrique et l'accoudoir sont des innovations déjà validées. Le boîtier de commande intégré à l'accoudoir utilise la technologie Bluetooth pour transmettre les informations à l'écran embarqué, ce qui évite tout câblage. À l'avenir, une autre innovation présentée ci-dessous et dans laquelle Faurecia s'est investi, baptisée *Seamless Mobile Integration* (SMI), améliorera encore l'ensemble.

7. Information et divertissement à bord : Seamless Mobile Integration

Les dix dernières années ont vu se multiplier les outils de communication mobile, des téléphones mobiles et lecteurs MP3 aux systèmes GPS, nouveautés que les véhicules récents ont souvent du mal à interfacer de façon efficace. La technologie SMI (Seamless Mobile Integration) est une nouvelle interface générique développée par l'un des partenaires de Faurecia et dont la finalité est de surmonter ces difficultés en intégrant de façon transparente ces appareils à l'électronique de bord et aux autres dispositifs associés, grâce à la prochaine génération de technologie radio à ondes courtes de type Bluetooth.

Dans le concept car Premium Attitude, l'application SMI permet au conducteur d'utiliser tous les appareils mobiles embarqués via le boîtier de commande télescopique intégré à la console centrale (donc facilement accessible) et d'afficher les informations sur les écrans du tableau de bord.

Plutôt que devoir jongler entre différents systèmes, le conducteur a tout sous la main et sous les yeux. Il peut ainsi afficher les titres des musiques stockées dans son lecteur MP3 et les sélectionner par commande vocale ou grâce à une molette. Les informations du GPS s'affichent sur l'écran grand format du véhicule et les indications de direction sont diffusées de manière parfaitement intelligible par le système audio. Enfin, les coordonnées et rendez-vous contenus dans un smartphone peuvent être sélectionnés et affichés grâce à l'écran tactile principal du véhicule. Toutes ces opérations deviennent plus aisées, plus intuitives et, surtout, plus sûres, tout en permettant au conducteur de rester concentré sur la route.

Le système SMI a été conçu en pensant à l'avenir, pour pouvoir intégrer des appareils mobiles encore à inventer. Installé dans le Premium Attitude, il permet déjà de s'adapter, via les écrans à haute luminosité, aux trois principaux modes de conduite de ce véhicule : en ville, sportif et sur route.

8. Climatisation : des aérateurs innovants

Différentes solutions intelligentes de chauffage, ventilation et air conditionné sont mises en œuvre dans le Premium Attitude. La principale innovation est l'adoption d'une technologie d'écoulement de l'air issue de l'aviation. Le système « d'aérateur intelligent » de Faurecia repose sur une bouche d'aération en forme de bulbe qui assure une circulation optimale de l'air, connue sous le nom d'effet Coanda [7]. Ce système, adapté pour la première fois à l'intérieur d'un véhicule automobile, est par ailleurs moins bruyant. Mais Faurecia est encore allé plus loin en positionnant les commandes des deux aérateurs précisément là où sort l'air, plutôt qu'au milieu de la planche de bord. Une solution ingénieuse, intuitive et très logique.

Vous ne verrez aucun autre aérateur au centre de la planche de bord. Pourtant, les grilles d'aération orientables sont bien là – et peuvent être réglées manuellement – mais elles sont entièrement dissimulées derrière un panneau agrémenté d'un décor abstrait, rappelant celui d'une grille de haut-parleurs ou le dessin de la calandre (celle-ci étant d'ailleurs un autre domaine de spécialité de Faurecia). Au-delà des considérations esthétiques, ce panneau décoré présente d'autres avantages : les grilles d'aération apparentes, outre une certaine fragilité, détonnent dans un environnement haut de gamme. Les recouvrir est donc judicieux et, d'un point de vue

économique, il devient possible de standardiser ces pièces masquées tout en offrant des possibilités de différenciation aux constructeurs.

Autre originalité par rapport aux systèmes classiques de chauffage et de climatisation, et ce pour le plus grand confort des passagers : les « aérateurs intégrés dans le siège arrière », en haut des dossiers, là où les lignes chromées rejoignent les fins panneaux de bois.

Les technologies des aérateurs « invisibles » et de l'effet Coanda ont déjà été validées. Seul le principe d'intégration des aérateurs aux sièges doit encore faire l'objet d'études complémentaires.

9. Jouer l'inattendu : une « vague magique » qui anime le centre de la planche de bord

Ce dispositif présente un réel atout pour le conducteur, en lui permettant de masquer l'affichage d'informations au centre de la planche de bord et donc de renforcer sa concentration, d'éviter toute distraction et d'améliorer la sécurité. Il repose sur la même électronique que pour le déploiement de l'accoudoir central arrière. Ainsi, une « peau magique » – matériau recouvrant la planche de bord et dont les propriétés cinématiques gommant tout aspect mécanique du mouvement – s'élève lentement au centre de la planche de bord puis se déploie jusqu'à recouvrir totalement cette partie du tableau de bord, masquant ainsi les écrans d'information non nécessaires.

En mode sportif par exemple, le conducteur privilégiera les informations liées à la conduite, tel le compteur de vitesse, et la vague magique viendra recouvrir les autres affichages. En revanche, en ville, vous souhaitez peut-être interroger le GPS pour savoir où se trouve le restaurant italien le plus proche : dans ce cas, le couvercle restera baissé et tous les écrans seront visibles. Sur route, d'autres informations, telles les titres des morceaux de musique de votre MP3, s'afficheront en haut de l'écran.

Non seulement ce système original renforce la qualité perçue par l'utilisateur, mais il présente aussi l'avantage d'un affichage plus clair. Les écrans étant fixes, ils ne sont pas soumis aux vibrations, un problème récurrent de certains écrans mobiles. La technologie de la « vague magique » pourra être intégrée à la prochaine génération de véhicules.

10. L'obsession du détail : de multiples effets de lumière

Si des éclairages d'ambiance ont fait leur apparition depuis plusieurs années sur certains concept cars, leur production en série remonte à l'an dernier.

Le Premium Attitude propose de très nombreuses options d'éclairage, depuis un plafonnier pour la lumière d'ambiance jusqu'aux solutions d'éclairage direct de certains points. Ainsi, en ouvrant un compartiment de rangement, une douce diode blanche s'allume pour faciliter vos recherches. Et le contour de ce compartiment de rangement étant souligné de rouge, l'effet lumineux ainsi créé – une lumière rouge et chatoyante, au lieu du blanc habituel – vous invite encore davantage à en explorer tous les recoins.

Vous découvrirez peu à peu d'autres touches lumineuses élégamment dissimulées au premier regard : c'est le cas d'une plaque électroluminescente placée derrière le fond en polycarbonate de la boîte à gants. À peine perceptible en position assise, l'agréable rougeoiement provenant de cette plaque invite le passager à s'installer dans un espace confortable et chaleureux. Mais la découverte de la source de cette lumière provoque un effet saisissant, similaire à l'éclat rouge et inattendu des semelles des célèbres escarpins de Christian Louboutin [8]. Encore l'un de ces détails qui confirment à l'utilisateur que l'intérieur de ce véhicule est tout à fait unique... et véritablement « premium ».

Conclusion

Premium Attitude : la concrétisation des rêves de tous les designers.

Les dix innovations présentées dans ce dossier, ainsi que toutes celles que recèle Premium Attitude, sont l'aboutissement d'une ambition conceptuelle et technique majeure de Faurecia pour illustrer toute sa palette de compétences. Ce concept car démontre que l'expertise du Groupe n'est pas seulement de lancer de nouvelles pistes de réflexion mais bien de les concrétiser et de les intégrer dans un véhicule grandeur nature.

Premium Attitude est en l'état un support idéal qui permet à Faurecia de faire découvrir à ses clients potentiels ses capacités en termes de design et de technologie, de même que sa connaissance du marché. Faurecia sait comment travailler avec les constructeurs : d'abord pour définir le projet le mieux adapté à partir d'éléments standardisés ; ensuite pour dégager des voies de personnalisation grâce à une conception très qualitative ; et, enfin, pour faire de ces projets une réalité industrielle.

Le mot de la fin revient à Andreas Wlasak, Directeur du Design Industriel de Faurecia, l'initiateur et le plus ardent défenseur de Premium Attitude. Même si ce concept car est, en partie, l'accomplissement d'un rêve personnel, sa réalisation est à 100 % le fruit d'une volonté d'entreprise :

« Tout ce que nous proposons avec Premium Attitude est absolument crédible et réalisable. Si un constructeur demande 'Est-ce que je peux avoir ce détail ?', nous lui répondrons 'Oui, mais nous allons le développer ensemble'. Nous possédons les compétences nécessaires et nous sommes conscients des défis à relever, à la fois sur le plan technologique et en termes économiques. Nous ne nous permettons pas d'imaginer des choses si nous ne sommes pas capables de les concrétiser. Si un constructeur s'intéresse à un élément de ce concept car, Faurecia est prêt à le fabriquer pour lui. »

Quelques références du design de Premium Attitude

[1] –Fiat 500 2007

La nouvelle Fiat 500 a été lancée en juillet 2007, 50 ans précisément après le légendaire modèle original. Avec cette voiture, Fiat souhaite illustrer les nouvelles exigences de qualité de la marque, qui a multiplié à l'extrême les possibilités de personnalisation. Le nombre d'options proposées est tel que, selon les prévisions, plus de 500 000 versions différentes seraient possibles.

[2] – iPod Apple

L'iPod est l'un des produits phares du 21^e siècle. Depuis son lancement en novembre 2001, ce baladeur numérique multimédia s'est vendu à plus de 100 millions d'exemplaires dans le monde, en grande partie grâce à son design attractif et intuitif. D'autres lecteurs MP3 ont été commercialisés auparavant mais, compte tenu de ce succès planétaire, iPod est devenu un nom générique pour ce type d'appareil, comme « Frigidaire » pour les réfrigérateurs.

[3] –Tatra 603/2 1972

Trois générations de Tatra 603 se sont succédé : la première a été fabriquée entre 1955 et 1962, la deuxième entre 1962 et 1968, et la troisième de 1968 à 1974. Le modèle de troisième génération choisi pour ce projet date de 1972, mais porte curieusement le nom de Tatra 603/2 ('2' pour deuxième génération). La Tatra 603 a été sélectionnée car son intérieur est très proche des véhicules haut de gamme du segment E, comme l'Audi A6 et la Mercedes-Benz Classe E. Les principaux changements – pour les besoins de l'exposition – ont consisté à supprimer le montant au milieu du pavillon, à reculer le montant arrière de 100 mm et à changer le sens d'ouverture des portes arrière. Enfin, sur le modèle d'origine, le moteur était placé à l'arrière, mais il a été retiré afin de pouvoir présenter le plancher de coffre coulissant.

[4] – Paul Smith

Couturier anglais dont la signature très personnelle ajoute un brin de folie à une élégance toute britannique, par exemple doublure flamboyante sur un costume sombre. Sa marque est présente dans 35 pays.

[5] – Rolls-Royce Phantom

Faurecia produit les sièges complets intégrant les panneaux des portes arrière de l'actuelle Rolls-Royce Phantom, emblème incontesté des véhicules de luxe. Rolls-Royce est la référence du luxe automobile mondial depuis 1906, année de la rencontre entre Charles Rolls et Henry Royce qui décidèrent de créer « la plus belle voiture du monde ».

[6] – Le fauteuil Lama

Dessiné par Ludovica et Roberto Palomba pour Zanotta et lancé en 2006, ce siège à mi-chemin entre chaise et chaise longue est doté d'accoudoirs de longueur et d'orientation différentes.

[7] – L'effet Coanda

L'effet Coanda a été découvert en 1930 par l'ingénieur en aéronautique roumain Henri-Marie Coanda (1885-1972). Il a observé que de l'air (ou un autre fluide) sortant

d'un récipient par un orifice ou un tuyau a tendance à épouser le contour extérieur du récipient, si la courbe ou l'angle de la surface du récipient ne sont pas très marqués par rapport à l'écoulement du fluide.

[8] – Christian Louboutin

Créateur français des chaussures que s'arrachent les stars du monde entier (Madonna en tête), ses escarpins grand luxe arborent une semelle rouge, marque de fabrique désormais reconnaissable entre toutes.

Contacts Journalistes

Groupe

Olivier Le Fric
Responsable Relations Presse
Tel + 33 (0)1 72 36 72 58
Mobile +33 (0)6 76 87 30 17
olivier.lefrie@faurecia.com

Tom Wright
Relations presse
Tel +33 (0)1 72 36 70 55
Mobile +33 (0)6 98 05 35 33
tom.wright@faurecia.com