

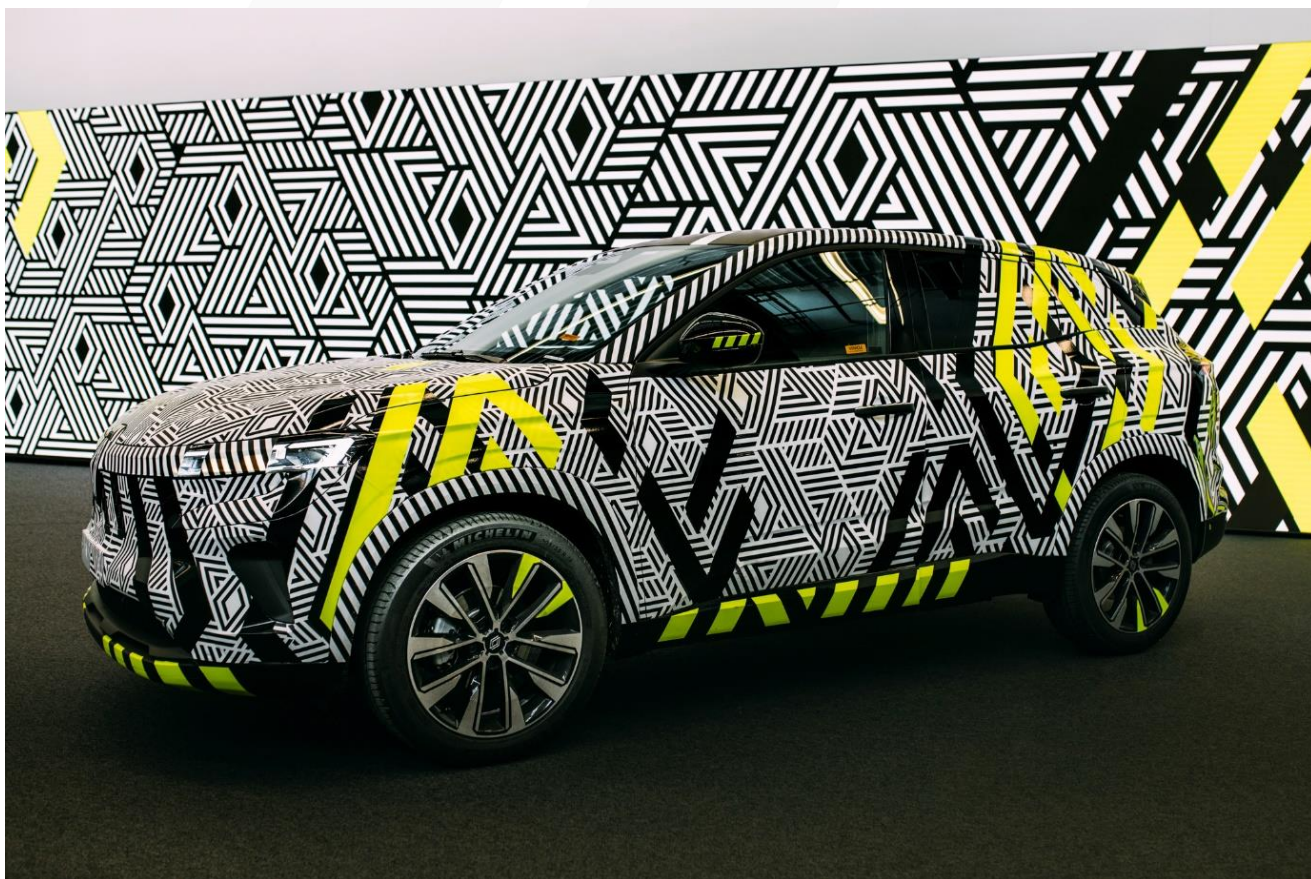


17.02.2022

STORY

NOUVEAU RENAULT AUSTRAL: CACHER LE STYLE AVEC STYLE

Avant sa présentation officielle, un nouveau modèle effectue ses premiers tests sur routes ouvertes vêtu d'un camouflage destiné à cacher ses lignes et ses secrets de style. Pourquoi ne pas transformer le camouflage des prototypes en véritable création artistique? C'est le défi relevé par François, designer au sein de la Direction Design de Renault Group. Il nous explique comment il a créé un stickage spécifique afin de dissimuler les lignes de Nouvel Austral.



Sur les réseaux sociaux, sur Internet ou dans les magazines spécialisés, la chasse aux « spyshots » (photos espionnes) de nouveaux modèles bat son plein tout au long de l'année. Les prises sont nombreuses, mais rarement nues. La plupart du temps, les prototypes immortalisés en flagrant délit de tests de roulage sur routes ouvertes sont soigneusement recouverts de stickers plus ou moins psychédéliques en noir et blanc. Le but est simple : protéger des regards indiscrets les futurs modèles afin que leur révélation officielle reste une grande surprise.

Ces camouflages cachent ou déforment les lignes marquantes et les éléments de design caractéristiques d'un nouveau modèle. Cela concerne souvent la calandre, les arrêtes sur les ailes, le capot, les optiques de phare jusqu'au logo de la marque.

Fière de ses créations, la Direction du Design de Renault est néanmoins contrainte de les « enlaidir » pour conserver intacte la confidentialité de leur travail.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



«En travaillant son camouflage, nous souhaitions faire des dernières phases de test de Nouveau Renault Austral un nouveau moment fort dans le dispositif de révélation officielle en portant en même temps la nouvelle identité visuelle de la marque», François, Lead Designer, Direction Identité Groupe, Renault.

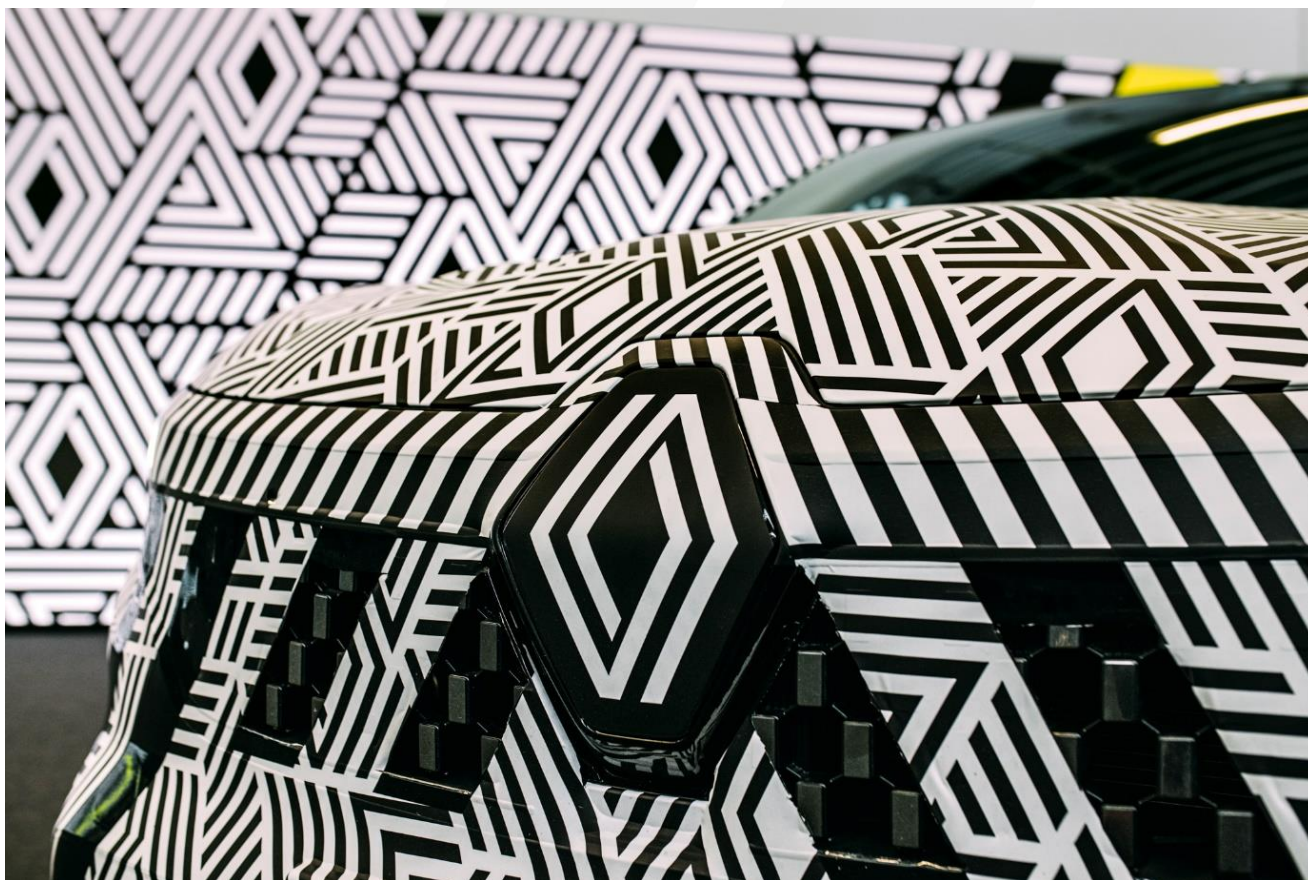
CACHER EN BEAUTÉ

Pour ses sorties en phase de «pré-reveal», Nouveau Renault Austral a été recouvert d'un stickage unique, imaginé et dessiné par François. Très inspiré, ce masquage ne dessert pas le style du véhicule, au contraire. Ultra graphique et déroutant, il assure bien sûr sa fonction première, celle de dissimuler. Mais il le fait avec panache !

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



Deux techniques de camouflage sont couramment utilisées par les constructeurs automobiles :

- le faux rembourrage ou les faux volumes pour dissimuler la « vraie » la forme
- le stickage ou «covering» pour recouvrir la carrosserie d'une seconde peau adhésive

Pour Nouvel Austral, François choisi le stickage en partant de deux interrogations : pourquoi cacher ce qui est beau par un masque laid ? Pourquoi ne pas cacher une création artistique par une autre création artistique ?

Lors de la première guerre mondiale, les navires de guerre anglo-saxons ont utilisé un camouflage appelé «dazzle» ou «razzle dazzle». Les vaisseaux étaient entièrement recouverts de formes très graphiques, uniquement en noir et blanc. Ce contraste fort avait pour objectif de casser la perspective, les reflets et la lumière.

A ce stade du développement de Nouvel Austral, il était indispensable de «piéger» au maximum ses lignes générales. Pour se faire, le travail de François s'est inspiré des principes de base du «dazzle» peint: le contraste fort du noir et blanc, source de vibrations optiques.

Sa volonté, dès le début du projet, était de travailler avec les nouveaux codes de marque et notamment l'emblème. Iconique, le losange est propice aux jeux de lignes avec son histoire et les thèmes graphiques inscrits dans ses gènes. François s'en est servi comme base d'inspiration. En jouant avec les variations d'échelle, il a créé un motif impactant et très identitaire.

L'originalité, l'esthétisme et la modernité de la nouvelle identité visuelle de Renault a donc été utilisée pour brouiller les formes caractéristiques de Nouvel Austral. L'occasion, avec ce clin d'œil artistique, de mettre en avant la marque et le modèle.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



METTRE EN LUMIÈRE

Pour le camouflage de Nouveau Renault Austral, François a misé sur le noir et blanc, sur les différentes échelles ainsi que sur les aspects pour accentuer le contraste. Le fluo ajoute une touche de peps qui renforce l'impact global sur la route.

Loin d'être un adhésif standard intégral, la seconde peau de Nouvel Austral a été réalisée sur mesure pour chacune des parties de la carrosserie.

Une maquette 3D de Nouveau Renault Austral a été utilisée pour ajuster parfaitement les motifs à la forme et au relief du support tels que le capot ou les ailes arrière.

Les motifs, plus petits sur l'avant, s'agrandissent sur la partie arrière pour y accentuer les perturbations. Les superpositions sont localisées majoritairement sur la zone de custode arrière, endroit où l'expression design de la voiture est très forte. La calandre et les signatures lumineuses, particulièrement à l'arrière, ont également été brouillées.

La superposition d'éléments brillants sur une première trame d'aspect mat amène de la sophistication à l'ensemble.

Le collage, morceaux par morceaux comme un puzzle, a exigé la plus grande des minuties afin de ne pas endommager la carrosserie, à la fois lors de la découpe puis de la pose du sticker. Tout se devait d'être parfait pour que cette création artistique mette en lumière Nouveau Renault Austral. Et inversement.

François a élaboré ce covering dans l'optique de créer l'événement autour de Renault Austral pour qu'on parle du produit et de la marque en même temps. Réaliser un camouflage fait pour être vu, quel étonnant paradoxe!

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



LE CAMOUFLAGE «DAZZLE» A DE L'AVENIR

François avait déjà créé le camouflage événementiel de Nouvelle Megane E-Tech révélée lors des Renault Eways. Le besoin de dissimulation des lignes de la voiture n'était pas aussi fort que pour Nouvel Austral. Le thème graphique n'avait pas la même échelle et jouait davantage sur le dégradé du noir au blanc vers l'arrière de la voiture.

Quoi qu'il en soit, les lignes, les motifs graphiques et anguleux sont très tendances. Pour François, ce camouflage peut se décliner à l'infini sur tous les futurs véhicules et prototypes.

Le Design de Renault a même reçu des demandes de clients pour une livrée de Nouvelle Mégane avec ce camouflage. Preuve qu'une création artistique réussie peut en «cacher» une autre.

* * *

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



À PROPOS DE RENAULT

Marque historique de la mobilité, pionnier de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique «Renaulution», la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité - dans l'industrie automobile et au-delà.

Présente en Suisse depuis 1927, la marque Renault est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2021, 13'362 nouvelles automobiles et véhicules utilitaires légers de la marque Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec ZOE E-Tech Electric, TWINGO E-Tech Electric, Kangoo E-Tech Electric et Master E-Tech Electric, ainsi que les versions hybrides d'Arkana, de Mégane, de Clio et de Captur, un véhicule neuf Renault sur trois est désormais électrifié. En 2022, Megane E-Tech Electric, le nouveau SUV Austral et le nouveau Kangoo Kangoo E-Tech Electric devraient encore renforcer considérablement la position de Renault sur le marché des véhicules électriques. Le réseau de distribution des trois marques évolue continuellement et compte désormais 195 partenaires qui proposent les produits et services du groupe dans 213 points de vente

* * *

Les communiqués de presse et les photos sont consultables et/ou téléchargeables sur le site médias Renault: media.renault.ch

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28