



12/10/2026

RENAULT E-SPACE CONCEPT LA VISION RÉINVENTÉE DES 'VOITURES À VIVRE'



- Révélé en première mondiale au Mondial de l'Auto de Paris 2026, Renault signe le retour en force des « voitures à vivre » avec le concept-car E-Space Concept et esquisse sa vision de l'automobile de demain.
- Héritier contemporain du Renault Espace originel de 1984, il réinterprète les codes fondateurs du monospace en le projetant dans une vision ultra moderne.
- Pensé d'abord comme un salon à vivre, il place l'humain au centre de sa conception, grâce à un habitacle innovant, lumineux, modulable, conçu pour favoriser le confort et la convivialité en famille.
- Véritable alternative au SUV et à la berline, E-Space Concept se distingue par son design épuré, sa silhouette monovolume et son architecture largement ouverte, baignée de lumière naturelle.
- Fidèle aux valeurs fortes incarnées par la marque depuis 128 ans, E-Space Concept incarne la vision réinventée par Renault du voyage et de la mobilité familiale à l'ère électrique.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



E-Space Concept illustre la manière dont notre héritage peut inspirer l'avenir. Lorsque Renault a créé Espace en 1984, la marque a inventé une nouvelle façon de concevoir l'automobile en plaçant les personnes et leurs modes de vie au cœur de la réflexion. Avec E-Space Concept, nous réinterprétons cet esprit pionnier pour l'ère électrique. Cette étude de design pousse encore plus loin la philosophie de la "voiture à vivre", en imaginant un véhicule 100 % électrique, polyvalent, généreux et conçu autour des besoins, des aspirations et des usages de demain.

Fabrice Cambolive, Renault Brand CEO & Renault Group Chief Growth Officer



Un terrain d'expression pour imaginer les « voitures à vivre » de demain

Monospace électrique, Renault E-Space Concept annonce les nouvelles valeurs de la marque. Objet parfaitement lisse et tech, il paraît naturellement efficient.

En décalage de la veine mainstream des SUV, Renault E-Space Concept reprend, en les modernisant, les codes d'origine du monospace dont Renault est l'initiateur avec l'Espace 1 lancé en 1984.

En situant l'histoire de la marque et par conséquent l'humain au centre de la démarche, il s'agit de concevoir en priorité l'espace de vie à l'intérieur du véhicule, avant de l'habiller d'une carrosserie qui fait la part belle à la surface vitrée latérale et zénithale pour faire entrer la lumière comme dans les plus belles créations et rénovations architecturales.

Voiture à vivre à forte charge émotionnelle, conçue pour et autour de l'humain avec une technologie réellement à son service, y compris la propulsion électrique, Renault E-Space Concept est totalement en phase avec les valeurs sur lesquelles la marque a décidé de construire et consolider son avenir. Ces valeurs reposent sur quatre dimensions fortes qui convergent dans une même vision de concevoir des « voitures à vivre » pour susciter l'émotion, pensée autour de l'humain, offrant des technologies utiles et portées par l'électrification.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



Dans la foulée du succès de nos icônes, nous avons voulu par ce concept-car rendre hommage à l'Espace de 1984, le père des monospaces, qui incarne toujours aussi justement les valeurs de la marque, celles des 'voitures à vivre'.

Derrière une silhouette que nous avons voulue d'une grande pureté, parfaitement lisible et identifiable entre toutes, le caractère iconique de l'Espace est parfaitement restitué. Associé à un traitement tech d'une grande modernité, nous l'avons projeté dans le futur.

À l'intérieur, on observe également un contraste fort entre les parties soft, comme les textiles de panneaux de porte, qui expriment le confort et le traitement très tech des écrans, de la console et de nombreux détails.

Dans le tourbillon du design automobile mondial dominé par les SUV, Renault E-Space Concept prouve que le Losange a tout pour se distinguer de manière intelligente et séduisante.

Alexandre Malval, Directeur du design Renault



RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



Un langage formel épuré et tech

Superbe éloge de la simplicité, le langage formel de Renault E-Space Concept fait la part belle aux volumes souples et épurés, structurés par des lignes de tensions subtiles. Un langage formel très lisible et parfaitement identifiable, en adéquation avec les valeurs de la marque.

Renault E-Space Concept présente une nouvelle signature lumineuse que l'on retrouve tant à l'avant qu'à l'arrière. Telle une ligne de lumière, un grand « U » enveloppe toute la calandre au centre de laquelle un logo lumineux semble flotter, comme suspendu à un jeu de pixels.



Épuré de tout ce qui peut brouiller le regard, le langage formel tend à la simplification jusqu'à ne garder que l'évidence, la clarté du thème, sans peur du vide, aucune.

Alexandre Malval, Directeur du design Renault



RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



Des proportions inspirées

Avec une longueur de 4,70 m pour une largeur de 2,02 m et une hauteur de 1,67 m, Renault E-Space Concept présente au-delà de la générosité de ses dimensions une élévation et un rapport longueur/largeur proches du premier Espace, tout en faisant étalage de sa modernité avec ses porte-à-faux réduits qui projettent ses roues de 23" aux quatre coins de la carrosserie.

Proche du sol avec une ligne de ceinture de caisse basse et une garde-au-sol contenue, Renault E-Space Concept annonce de nouveaux codes de la modernité et se démarque clairement de ceux des SUV. Le pare-brise inscrit dans le prolongement du capot renvoie à l'ADN du monospace et notamment au « profil TGV » du premier Renault Espace de 1984. Mobile, la lame du bouclier avant peut se rapprocher de la route pour optimiser l'aérodynamique à vitesse élevée. À l'autre extrémité de la carrosserie, la verticalité de la poupe induit espace et modularité. Tandis que le becquet perché à son sommet peut évoquer celui des Espace 2 et 3.

Afin d'alléger la masse sur la vue de profil, un skateboard noir vient suggérer la zone technique, dont la batterie et de nombreux appendices aérodynamiques, à l'égal de la base des pontons des monoplaces de F1. La puissante horizontale noire de cette « semelle » technique se prolonge sur le dessin des jantes lorsque celles-ci sont alignées. Ce traitement plus sombre de la partie basse de la carrosserie fait également écho aux larges protections latérales grises qui caractérisaient le premier Espace.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



// *Renault E-Space concept va chercher l'inspiration dans le domaine de l'aéronautique, avec des formes lisses, tout en offrant une surface vitrée généreuse pour les personnes à bord.*

Romain Gauvin, Responsable du design avancé & concept-cars Renault



Une véritable cabine vitrée

La lumière naturelle étant au centre du concept, les designers ont commencé par dessiner une véritable cabine intégralement vitrée inspirée de l'architecture du Bauhaus et tout particulièrement de celle de Ludwig Mies van der Rohe (Farnsworth House plano, 1951). Elle est constituée d'un toit en verre et des glaces latérales qui descendent bien au-delà de la ligne de ceinture de caisse pourtant très basse. L'idée étant de venir arrimer des éléments de carrosserie sur cette cabine de verre, sans établir de franche frontière visuelle entre la glace et la « tôle ». L'œil extérieur peut ainsi littéralement voir le vitrage qui descend derrière les panneaux de carrosserie, sous le niveau de la ceinture de caisse. Un éclairage spécifique a été conçu pour souligner cet espace épargné dans l'épaisseur entre vitre et carrosserie. Selon la même démarche, le montant de custode semble lui aussi flotter comme une pièce rapportée.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



// *Avec sa ligne de ceinture basse, l'œil pénètre déjà à l'intérieur de l'habitacle lorsqu'on se trouve à côté du véhicule. Et on peut à nouveau rouler le coude à la portière.*

Romain Gauvin, Responsable du design avancé & concept-cars Renault



// *Renault E-Space Concept repose sur un soubassement au langage formel technique et précis. L'habitacle est quant à lui enveloppé d'une véritable bulle de verre habillée de panneaux de carrosserie lisses, aux volumes souples.*

Romain Gauvin, Responsable du design avancé & concept-cars Renault



Un intérieur baigné de lumière

Les doubles portes antagonistes sans pied-milieu s'ouvrent largement sur un habitacle à la fois technique et chaleureux, très aéré, composé de six sièges individuels posés sur un plancher totalement plat. Le design de ceux-ci s'affranchit des codes de l'univers automobile et de ses traditionnels baquets pour embrasser ceux de l'habitat avec des coques laquées, dans la lignée des créations de Pierre Paulin. Visuellement très légers, particulièrement fins dans leur partie

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



haute, à l'image de ceux de l'Espace de 1984, ils semblent flotter dans l'habitacle. Plus techniquement, ils présentent une modularité raffinée. La modularité constitue avec l'espace et la luminosité, une composante essentielle de l'ADN des Renault Espace et plus encore des « voitures à vivre », signature emblématique et toujours aussi pertinente du Losange.

Identiques par leur taille et leur design, ils invitent en premier lieu les passagers à s'asseoir grâce à une légère rotation sur eux-mêmes. Les six sièges offrent par ailleurs des aménagements différents selon leur rang. Les deux sièges du rang 2 pivotent à 180° pour former un « carré TGV » avec le rang 3. En position normale tournée vers la route, les passagers du rang 2 bénéficient de tablettes « aviation » avec écran de 12,3 pouces fixés au dos des sièges du rang 1. En configuration quatre places, les deux sièges du rang 2 se replient complètement pour former une grande table au bénéfice des passagers du rang 3. Lesquels peuvent également dans cette configuration visionner les écrans fixés au dos des sièges du rang 1.

La composition de la table peut s'enrichir d'une console télécommandée qui coulisse tout du long de la colonne vertébrale de l'habitacle. Outre un purificateur d'air, cette console recèle un petit réfrigérateur et des manettes de jeux vidéo, mais aussi afin de favoriser la convivialité chère aux « voitures à vivre », un jeu traditionnel « Puissance 4 ».

Très purs et simples dans leur constitution, les panneaux de porte recouverts de textile matelassé apportent à l'habitacle un sentiment de cocon et de solidité. La ligne de ceinture de caisse surbaissée affranchit l'habitacle de la présence d'accoudoirs, les passagers pouvant poser leur coude directement « à la fenêtre ».

La ligne lumineuse qui ceinture le bas de l'habitacle fait écho à celle du design extérieur, au niveau de la ceinture de caisse. L'ambiance lumineuse est par ailleurs enrichie par différents éclairages plus diffus et par les veilleuses intégrées aux haut-parleurs, sans oublier les spots de lecture arrimés sur un rail longitudinal au centre du toit en verre.



Inspirés du mobilier plutôt que de l'univers automobile, les sièges ne saturent pas l'espace dans lequel ils peuvent pivoter pour faciliter l'accès ou former un salon convivial. Nous avons voulu créer à bord une atmosphère à la fois futuriste et accueillante, avec une pointe de nostalgie.

Stéphane Maiore, Responsable du design intérieur Renault



RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



Planche de bord high tech

La technologie s'invite à bord sous la forme d'un écran qui s'étend sur toute la largeur de l'habitacle (dimensions: 1130 x 110 mm). Baptisée OpenR Panorama, cette dalle incurvée « pilar to pilar » se retrouvera sur les prochains modèles de la gamme supérieure de Renault. Les futurs Rafale et Scénic seront les premiers à en bénéficier.

S'il apporte toutes les informations, OpenR Panorama, qui remplace matériellement la traditionnelle planche de bord, n'a pas vocation à être tactile. Placé au plus près de la route, il améliore l'ergonomie de conduite et la sécurité. En l'absence de planche de bord face au passager avant, ce vaste écran apparaît comme suspendu dans l'habitacle. Cette architecture originale offre un grand dégagement au rang 1, ainsi qu'un espace particulièrement aéré.

Le pilotage tactile des différentes fonctions de l'OpenR Panorama se réalise via deux écrans souples qui pivotent autour d'une base tubulaire sur laquelle repose le volant. Il est ainsi possible de maximiser ou réduire les informations selon son besoin. Cette configuration libère un maximum d'espace devant le passager avant. La partie basse du tablier sous la planche de bord gomme les codes automobiles au profit d'un meuble de rangement cintré qui prend toute la largeur de l'habitacle en intégrant à la fois la console coulissante et le pédalier dont le mécanisme est totalement masqué.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél.: +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél.: +41 (0) 44 777 02 28



Le design compact du volant libère la vue vers l'écran panoramique. D'une technologie Steer by wire, ce volant s'émancipe de toute liaison mécanique, ce qui permet notamment de piloter le degré de braquage en fonction de l'usage.



La technologie « Steer by wire » nous a autorisé à dessiner un volant libéré de toutes les contraintes de force habituellement liées à la manipulation d'un volant. Le modèle cylindrique de sa partie transversale fait écho à celui de la planche de bord. Equipé d'un moyeu fixe, le volant accueille également des interfaces tactiles sur le volant, qui permettent d'interagir avec l'écran multimédia OpenR Panorama.

Stéphane Maiore, Responsable du design intérieur Renault



Retour en force de la couleur

Célèbre pour l'éclat coloré de ses intérieurs « pop » des années 70, Renault entrevoit un retour en force de cette signature avec une carrosserie rutilante et des intérieurs baignés de couleur. Couleur au singulier, car il s'agit ici d'un camaïeu de rouges, tantôt écarlate, tantôt pourpre, voire grenat. L'épaisse moquette (3 cm) prend comme un coup de projecteur, corail éclatant en son

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



centre avant de s'assombrir progressivement en s'en éloignant, créant comme un effet de diffusion de l'intensité de la couleur.

Dans l'habitacle, les différentes pièces et commandes sont essentiellement réalisées en métal avec un traitement très valorisant, du registre de la joaillerie plutôt que de la technologie. Toute aussi précieuse apparaît l'utilisation de la marqueterie, notamment pour les tablettes que l'on peut abaisser à l'arrière des sièges. Cette marqueterie est réalisée en paille plutôt qu'en bois pour ajouter une dimension d'artisanat d'art.



Pénétrer dans l'habitacle, c'est plonger dans la couleur ! Coloré à l'image de la planche de bord et des panneaux garnis de textile en camaïeu de rouge ou encore de son épaisse moquette corail en dégradé, l'habitacle propose une généreuse ambiance lumineuse qui structure et donne vie à l'espace intérieur.

Eléonore Lebec, Designer couleurs et matières Renault



DES MATÉRIAUX AU PLUS PRÈS DE LA NATURE

Au-delà des engagements remarquables de Renault sur le taux (30%) d'intégration de matériaux recyclés pour l'ensemble de la gamme, le concept-car E-Space se pose comme un

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



exercice prospectif sur l'utilisation de matériaux bio-sourcés. Ces matériaux d'origine biologique offrent des ressources renouvelables, un design attrayant et d'excellentes performances techniques.

L'exercice est d'autant plus remarquable sur E-Space Concept, qu'il fait abstraction des matériaux bio-sourcés traditionnels de l'univers automobile, à savoir le cuir et le bois, pour s'ouvrir un nouveau champ prospectif.

Les éléments décoratifs de l'habitacle sont réalisés à partir de pailles teintées, appliquées directement sur le support.

Le plancher est recouvert d'une moquette à poils longs, 100 % laine, tuftée.

Les peintures intérieures utilisent une résine d'origine biologique (18 %).

Le volant est recouvert en partie de tissu et en partie d'un matériau utilisé dans la plupart des modèles Renault, contenant 26 % d'huile de ricin et 25 % de coton biologique.

D'autres éléments, tels que les pneus, utilisent en moyenne 19 % de caoutchouc naturel issu de forêts d'hévéas gérées avec soin.

À PROPOS DE RENAULT

Renault est la première marque automobile française au niveau mondial. Forte de plus d'un siècle d'innovation, l'entreprise développe des « voitures à vivre » : des véhicules au design séduisant, dotés de technologies utiles axées sur l'humain (« People-First ») et de motorisations électrifiées qui ne font aucun compromis sur le plaisir de conduite. Conçus comme de véritables espaces de vie, les véhicules Renault sont faits pour le quotidien. Après une transformation en profondeur dans le cadre du plan « Renaulution », la marque entame désormais un nouveau cycle stratégique avec « futuREady » – un programme visant à renforcer sa compétitivité et à garantir une performance durable, tant en Europe qu'à l'international. Cette ambition repose sur des produits attractifs et un dynamisme international renforcé, ainsi que sur une approche pragmatique de l'électrification s'articulant autour de deux piliers – 100 % hybride et 100 % électrique – afin d'accompagner la transition énergétique, quel que soit le rythme de son évolution.

La marque Renault est présente en Suisse depuis 1927 ; elle est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2025, 13 400 voitures particulières et utilitaires légers neufs de la marque Renault ont été immatriculés en Suisse. Parmi les modèles E-Tech 100 % électriques, on trouve la Renault 5 (voiture de l'année 2025), la Renault 4, la Mégane, la Scénic (voiture de l'année 2024), Kangoo, Kangoo Van, Trafic et Master, ainsi que les véhicules E-Tech Full Hybrid et E-Tech Plug-in Hybrid Clio, Captur, Arkana, Symbioz, Austral, Espace et Rafale, plus de 82 % des voitures particulières Renault vendues en Suisse sont déjà électrifiées. Ces nombreuses nouveautés devraient encore renforcer considérablement la position de Renault sur le marché des véhicules électrifiés en 2026. Le réseau de concessionnaires de la marque Renault en Suisse compte 148 partenaires de vente et 52 partenaires de service, qui proposent des voitures et des prestations dans 200 points de vente.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur renault.ch ou suivez Renault sur Instagram, Facebook, YouTube, TikTok et LinkedIn.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, attaché de presse
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28