



20 novembre 2019

Première Mondiale de l'ID. SPACE VIZZION à Los Angeles : Aérodynamique parfaite et grande habitabilité

- Septième concept-car de la famille ID. révélé la veille du Salon de Los Angeles
- L'ID. SPACE VIZZION définit un tout nouveau segment : aérodynamique d'un véhicule grand tourisme alliant l'espace d'un SUV
- Le flux d'air de la partie avant et du pavillon contribue à un aérodynamisme efficace, permettant un coefficient de traînée de 0,24
- L'ID. SPACE VIZZION offre un aperçu de la future production de série pour l'Europe et l'Amérique du Nord

La veille de l'ouverture du salon de Los Angeles, Volkswagen a présenté le septième concept-car de la famille ID. L'ID. SPACE VIZZION suit l'ID. ¹, l'ID. CROZZ¹, l'ID. BUZZ¹, l'ID. VIZZION¹, l'ID. BUGGY¹ et l'ID. ROOMZZ¹. Comme tous les modèles ID., l'ID. SPACE VIZZION sera entièrement électrique. Son design et sa forme incarnent une approche nouvelle. Une caractéristique particulièrement marquante réside dans la partie avant avec des ouvertures de circulation d'air, permettant un coefficient de traînée de 0,24. : l'ID. SPACE VIZZION combine l'aérodynamique d'un véhicule de grand tourisme à l'espace d'un SUV - définissant ainsi un tout nouveau segment.



« Le nouveau concept ID. SPACE VIZZION apporte une flexibilité inégalée, une qualité sans compromis et transpose le DESIGN ALLEMAND dans une nouvelle ère de mobilité », déclare Klaus Bischoff, Directeur du Design Volkswagen. Ce concept-car est basé sur la plateforme modulaire électrique MEB. La capacité de batterie brute de 82 kWh permet de parcourir des distances allant jusqu'à 590 kilomètres (WLTP) / 300 miles (EPA). Fort de sa puissance qui peut monter à 250 kW (4MOTION), l'ID. SPACE VIZZION atteint les 100 km/h en 5,4 secondes (5,0 secondes pour rouler à 60 mph).

Le design extérieur : de l'aérodynamique pure

Les véhicules électriques n'ont pas besoin de refroidisseur ni d'un grand espace pour le moteur. Cela offre de nouvelles possibilités. Dans le cas de l'ID. SPACE VIZZION, les designers et les constructeurs ont mis à profit cette marge de manœuvre pour développer une aérodynamique parfaite et ainsi augmenter l'autonomie. Des

Contact presse
Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Audrey Garousse
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Adrien Boutroue
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
adrien.boutroue@volkswagen.fr



<https://media.volkswagen.fr/>



ouvertures d'aération ont été intégrées dans la partie avant au design remarquable. Le vent relatif passe par une barrette transversale située entre les projecteurs, traverse le capot-moteur extrêmement bas, puis est intentionnellement dirigé vers l'arrière. Le pare-chocs avant est également ventilé au niveau des parties extérieures, l'air y est également redirigé intentionnellement vers l'arrière. Les ouvertures d'aération du pare-chocs et du capot-moteur de l'ID. SPACE VIZZION ont été conçues comme des caractéristiques fonctionnelles et jouent en même temps le rôle de signes distinctifs indéniables du design extérieur du concept-car.

L'intérieur: beaucoup d'espace pour une vie à bord

L'ID. SPACE VIZZION exploite pleinement les avantages offerts par la plateforme MEB. Grâce aux dimensions compactes de la motorisation électrique et à une batterie intégrée dans le plancher, l'espace intérieur rappelle davantage une berline haut de gamme à empattement long qu'un modèle intermédiaire. La dimension durable de l'ID. SPACE VIZZION ne se limite pas à l'entraînement électrique, mais s'étend aussi aux matériaux utilisés dans le véhicule. Ceux-ci sont systématiquement fabriqués à partir de matériaux durables tels que le nouveau AppleSkin™, un cuir artificiel contenant une quantité de matière résiduelle provenant de la production de jus de pomme. C'est pourquoi on ne trouve plus de chrome à l'intérieur de l'ID. SPACE VIZZION, cette matière est remplacée par une peinture à l'apparence chromée.

Volkswagen dévoile dans l'ID. SPACE VIZZION le poste de conduite entièrement numérique d'une nouvelle ère. Ce dernier rend l'utilisation du véhicule plus intuitif que jamais. Pour la première fois, toutes les informations relatives à la conduite sont projetées dans l'affichage tête haute RA parfaitement visible par le conducteur ; ce dernier remplace le poste de conduite classique. Toutes les fonctions d'information, de divertissement, de confort et en ligne, ainsi que les paramètres du véhicule sont regroupés dans l'écran tactile de 15,6 pouces disposé au centre. Le conducteur recueille d'autres informations importantes de manière automatique et intuitive via l'« ID. Light », une baguette lumineuse interactive entre les montants A.

Un concept-car à l'avenir prometteur

L'ID. SPACE VIZZION donne un aperçu de la future version de série qui sera présentée fin 2021, et sera lancée dans différentes versions en Europe, en Amérique du nord et en Chine.

La Première Mondiale à l'exposition „Building an Electric Future“

Le concept-car ID. SPACE VIZZION a été présenté au célèbre Petersen Automotive Museum à Los Angeles. La Première Mondiale coïncide avec l'inauguration de l'exposition permanente „Building an Electric Future“. Volkswagen est partenaire du musée et l'exposition présente un aperçu des véhicules de demain - du design aux prototypes, en passant par la production.

1. Concept-car



A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2018, Volkswagen a livré 6,2 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 195 878 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de plus de 10 000 distributeurs et 86 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
