



Volkswagen

Information Presse

15 octobre 2018

Let it shine : le design des éclairages

- De nos jours, le design des éclairages est à la fois fonctionnel et émotionnel
 - En route vers demain : l'« extratérieur » – la création de son environnement
 - Comment les véhicules du futur utiliseront l'éclairage pour communiquer avec les gens
-

Halogène, xénon, LED, laser et OLED – en seulement deux décennies, la technologie de l'éclairage et son design pour les véhicules ont connu des changements révolutionnaires. En plus des aspects fonctionnels comme l'amélioration de la visibilité dans la circulation, les phares ont également désormais une composante émotionnelle. Le design de l'éclairage peut donner à un véhicule, comme pour une personne, un visage avec son expression et sa personnalité propres. Ce développement influencera considérablement le travail des designers de Volkswagen dans les années à venir.



Le futur sera clair comme le jour, intelligent et humain.

Tandis que les phares ronds caractérisent toujours l'éclairage de la Coccinelle et de la première génération de Golf, depuis longtemps, le design extérieur du véhicule n'a pas seulement déterminé la forme des phares, mais aussi l'expression de la voiture dans son ensemble. Le design distinctif de l'éclairage occupe de plus en plus une place centrale. « Les phares définissent notre perception d'un véhicule comme aucun autre élément de design. Ils attirent notre regard et

Contacts 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



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen

notre premier instinct est de regarder une voiture droit dans les yeux. Ils humanisent la voiture », a souligné Klaus Bischoff, Directeur exécutif de Volkswagen Design.

Grâce à la nature de l'éclairage, la voiture du futur devrait devenir encore plus « humaine ». Pour la génération future, les éclairages d'un véhicule ne serviront pas uniquement à renforcer la sécurité, mais également de moyen de communication et d'interaction.

Une nouvelle dimension : l'extratérieur

Dans un futur proche, les designs de l'intérieur et de l'extérieur seront réunis par un nouveau concept : l'extratérieur. Cela peut être compris comme la création de son environnement – et c'est un procédé qui insuffle de la vie au véhicule. En pratique, une application fait que la voiture, grâce à ses phares, peut « parler » à son environnement. Le nouvel I.D. VIZZION, par exemple, peut faire un « clin d'œil » grâce à un signal lumineux à son propriétaire, quand il s'approche du véhicule.

Un autre effet : en particulier dans un environnement routier complexe et bruyant, l'éclairage est le moyen de communication optimal. Les phares se chargent de maintenir le contact visuel avec les autres usagers de la route. Où la voiture veut-elle aller ? A-t-elle remarqué le piéton et restera-t-elle arrêtée ? Cela renforce naturellement la sécurité.

Les éléments d'éclairage peuvent aussi clairement indiquer si la voiture est en mode de conduite autonome ou si elle est en train de démarrer et de reculer. De plus, les propriétaires peuvent savoir grâce à un simple signal lumineux si le véhicule est encore en charge ou s'il est prêt à reprendre la route.

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 2017, Volkswagen a produit plus de 6 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 198 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement 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.
