



Au coeur du processus créatif d'un concept-car

## La conception de la première CUPRA, en trois étapes

- > Des centaines de croquis, la réalité virtuelle et plus de six mois de travail ont été nécessaires pour faire de la CUPRA Formentor une réalité
- > L'alliance de la technologie et d'une image sophistiquée, la priorité pour les designers
- > La réalité virtuelle permet de valider 75% d'un modèle avant de concevoir un concept grandeur nature

Martorell / Schinznach-Bad, le 20 mars 2019 – Des lignes droites ou des courbes ? Un écran flottant ou intégré au tableau de bord ? Le processus de création d'un concept-car - un exercice de design qui façonne les lignes des développements futurs - soulève des centaines de questions et nécessite des heures de travail pour dessiner des croquis, des centaines de rendus, des idées plus précises, et même de tout reprendre à zéro. Au total, ce sont six mois de travail qui peuvent se résumer en trois étapes avec la CUPRA Formentor dans le rôle principal :

**1 - Dessiner des idées : "une voiture qu'on a envie de caresser".** C'est avec cette image en tête qu'Alberto Torrecillas, designer extérieur de la CUPRA Formentor, a commencé à dessiner ses premières esquisses. **"Travailler sur le design d'un concept-car nous donne plus de liberté créative. Tout d'abord, nous jetons nos idées sur le papier. Certains designers aiment dessiner sur des tablettes graphiques, mais je préfère de loin les croquis à main levée avec un crayon et du papier, afin de réaliser des propositions différentes".** Les idées fusent sous forme de croquis et de dizaines de dessins qui révèlent les volumes naturels, et qui donnent une impression de mouvement même quand la voiture est à l'arrêt.

Ce processus s'applique aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur du véhicule. La conception de l'intérieur a connu un changement radical ces dernières années. **"Aujourd'hui, nous commençons par positionner l'écran et décidons du contenu de l'affichage, puis nous nous occupons du reste"**, explique Jaume Sala, responsable du Design intérieur chez SEAT.

Afin de s'adapter à ce changement, SEAT peut s'appuyer sur le Design Digital Lab où sont conçues les expériences d'interactions numériques. Sa priorité est de simplifier l'expérience utilisateur, et de rendre le maximum d'informations disponibles en un minimum d'étapes. Dans le cas de la CUPRA Formentor, deux ans de tests en simulateur et plus de 3 000 icônes ont été nécessaires pour définir le tableau de bord numérique qui s'affiche sur un écran 10 pouces.

**CUPRA**



2 - **La CUPRA, dans les rues de Barcelone, sans même être construite** : Une fois que le design a été défini, il est temps de lui donner vie, et c'est là que la technologie entre en jeu. Les designers spécialisés en CAO (Conception Assistée par Ordinateur) convertissent les dessins en objets graphiques 3D afin de commencer à modéliser les formes exactes de la voiture, et d'ajuster tous les éléments qui la composent. Au cours de cette étape, des vérifications sont également effectuées pour s'assurer que toutes les exigences techniques nécessaires à la fabrication du véhicule sont respectées.

Grâce à la réalité virtuelle, la voiture apparaît comme par magie au milieu de l'Avenida Diagonal de Barcelone, comme si elle était bien réelle. **"Nous pouvons valider 75% du design en deux dimensions, alors qu'en 3D, nous atteignons jusqu'à 100%"**, explique Manel Garcés, responsable du département Visualisation.

3- **Une maquette en argile** : l'équipe de modélistes utilise 700 kilos d'argile pour finalement passer du design de la CUPRA Formentor à un modèle physique grandeur nature qui peut être vu et touché, à l'intérieur comme à l'extérieur. **"Pendant le processus de création d'un concept-car, les designers apportent continuellement des changements au modèle, et nous les accompagnons à chaque étape. L'argile est un matériau industriel synthétique qui nous permet d'effectuer immédiatement les changements. Et quand on voit le résultat final, personne n'ira affirmer qu'on dirait une sculpture"**, explique Carlos Arcos, responsable de la modélisation externe.

Pendant ce temps, l'équipe de Color & Trim porte toute son attention sur les sensations et les couleurs qui sont liées au toucher. C'est lors de cette étape que se marient la technologie la plus récente et l'artisanat. Les tissus et les matériaux doivent être choisis, et les couleurs intérieures et extérieures doivent être conçues. Un concept **"sportif et chic"** a été choisi pour ce modèle tel que le décrit Amanda Gómez, designer au sein de l'équipe Color & Trim : **"Le cuir, les surpiqûres visibles, les textures en aluminium et la couleur le bleu pétrole, que nous avons créée spécialement pour ce concept, tous ces éléments rappellent le garage d'un passionné d'automobile"**.



### Les chiffres derrière un concept-car

- 500 croquis
- 100 rendus
- 700 kilos d'argile pour chaque modèle
- 1,800 icônes à l'écran et 1 300 sur le tableau de bord
- 1 kilomètre de fil
- Plus de 50 tests de couleur

### Pour toute information complémentaire:

Karin Huber, PR-Manager  
AMAG Import AG  
Aarauerstrasse 20  
5116 Schinznach-Bad  
Téléphone: +41 56 463 98 08  
E-mail: [karin.huber@amag.ch](mailto:karin.huber@amag.ch)  
[www.cupraofficial.ch](http://www.cupraofficial.ch)

CUPRA est une marque exclusive pour un public unique, conçue pour captiver la clientèle et répondre aux attentes de tous les amateurs d'automobile à la recherche de modèles à part, à la fois sophistiqués et performants. Au cours de sa première année d'activité, les ventes de CUPRA ont augmenté de 40% en 2018 par rapport à l'année précédente, pour atteindre 14'400 unités. En plus du lancement de nouveaux modèles, CUPRA aura à coeur de préserver l'esprit de la compétition et de la course automobile en participant à la TCR Series. La planète CUPRA est prête à conquérir tous les passionnés via son réseau de plus de 280 magasins et corners dédiés dans le monde entier