

# Changement d'air pour le design Renault

Publié le 03/06/2017 à 08:00



Carlos Ghosn, le PDG du groupe Renault, et Laurens van den Acker, le patron du design, mercredi au Technocentre, à Guyancourt *Crédits photo : RENAULT*

**INFO LE FIGARO - Le constructeur français nous a ouvert les portes de son bureau de style entièrement repensé du Technocentre de Guyancourt, à l'occasion de son inauguration officielle par Carlos Ghosn.**

«La voiture reste un objet d'émotion. Elle doit transmettre de la magie et du rêve», a déclaré Carlos Ghosn, le président-directeur général du groupe Renault, lors de l'inauguration officielle, cette semaine, des nouveaux locaux de la direction du design industriel, implantés au sein du Technocentre, le cœur de la créativité et de l'ingénierie de la firme au losange. Un message qui revêt des allures de feuille de route pour Laurens van den Acker (<http://www.lefigaro.fr/automobile/2012/08/31/03001-20120831ARTFIG00495-laurens-van-den-acker-le-designer-qui-reinvente-renault.php>), le patron du design, et ses équipes. Et le président de la firme de Boulogne-Billancourt d'enfoncer le clou pour donner une idée de la complexité de la mission. «Le monde automobile se transforme de façon accélérée. Le secteur connaîtra plus de changements dans les dix prochaines années que dans les cinquante dernières.»

La centaine d'invités privilégiés, dont les édiles de Guyancourt, retient son souffle.

L'électrification, la connectivité et les systèmes de conduite autonome vont modifier profondément le véhicule, son usage et son environnement. «La nouvelle génération de modèles en cours de gestation devra se placer à l'avant-garde de l'innovation», avise Carlos Ghosn. Relever les défis de la voiture de demain dans un environnement particulièrement concurrentiel imposait selon Laurens van den Acker de tourner une page. Tourner la page d'une manière de faire et de penser dépassée. Imaginé il y a plus de vingt ans, à une époque où l'on regardait Internet comme un ovni, où la téléphonie mobile effectuait ses premiers pas et où les réseaux sociaux n'étaient même pas en germe, le bureau de style n'était plus en phase avec les défis de notre monde moderne. Comme tous les constructeurs, Renault est à la croisée des chemins. Il se pose des questions. Demain, sera-t-il toujours un constructeur ou deviendra-t-il un fournisseur de solutions de mobilité? Durant la même période, Renault avait aussi changé de dimension, passant d'une stature hexagonale, au mieux européenne, à l'un des premiers acteurs mondiaux si l'on intègre l'Alliance. «En 1998, lorsque le Technocentre a ouvert, Renault ne comptait qu'une seule marque et gérait trois projets par an. Aujourd'hui, nous avons dix projets par an répartis sur quatre marques: Renault, Dacia, Alpine et Samsung Motors», déclare Laurens van den Acker. Sans compter les nombreuses coopérations ponctuelles qui ont été développées dans les domaines du véhicule particulier et de l'utilitaire léger. C'est ainsi que la Twingo est issue d'un partenariat avec Smart, un satellite de Daimler. Dans le même temps, les effectifs sont passés de 260 à 450 personnes, dont une centaine disséminée entre les cinq bureaux de style de Sao Paulo, Mumbai (Bombay), Chennai (Madras), Bucarest et Séoul.



*Tous les services du style ont désormais une vue sur l'atelier de modelage. Crédits photo : RENAULT*

Le déclic se produit au début de l'année 2014. Tous les éléments s'enchevêtrent. Pour des raisons évidentes de confidentialité, le centre de design s'apparente à une ZMS (zone militaire sensible) au sein du Technocentre. C'est un État dans l'État. Laurens van den Acker passe son temps à croiser des chefs de projets qui font l'aller-retour dans les couloirs pour emmener des collaborateurs en réunion. Un gaspillage de temps auquel s'ajoute une fatigue superflue. Dans le même temps, l'évolution du secteur et du design

impose de repenser les process et les outils de travail, d'intégrer les nouveaux métiers et de créer les conditions favorables à la stimulation de la créativité. Il faut casser les codes du centre de style. C'est ainsi que naît le programme «R-Génération» de refonte des espaces et des méthodes de travail. Pendant six mois, le cabinet d'architecte choisi observe le fonctionnement de chaque service, rencontre tous les personnels, analyse leurs besoins. De ce travail en immersion au sein du bureau de style sort un cahier des charges. Place à l'exécution. Sans beaucoup toucher à la structure du bâtiment, de nouvelles conditions de vie favorisant les échanges, le travail collaboratif et la créativité voient le jour. Quel que soit l'endroit où l'on se trouve, on est frappé par la clarté. Tous les espaces sont irradiés par la lumière du jour. En repensant les espaces et la circulation au sein du bureau de style, les surfaces ont pu être augmentées de 10% pour atteindre 30.000 mètres carrés.

### **«Nous avons recréé l'esprit d'un village»**

Le point essentiel du programme «R-Génération» est d'avoir réparti l'ensemble des services autour de l'atelier de modelage où les designers et les modeleurs travaillent sur les maquettes à l'échelle 1. «Nous avons recréé l'esprit d'un village», dit le patron du design. Le fait que chaque département soit disposé en mezzanine ajoute une dimension supplémentaire. Anthony Lo, directeur du design extérieur, souligne les atouts de cette nouvelle disposition. «Nous voyons les voitures sous une autre perspective», dit-il. Les cloisons qui structuraient l'atelier ont aussi été retirées. Cela représentait près de 2 km de murs. «On pourrait construire un autre bureau de style», avance Laurens van den Acker. Ces espaces épurés brillent aussi par le modernisme du mobilier et par des surfaces vitrées, qui ont perdu leur opacité. Résultat: presque tout le monde peut voir tout le monde.

L'amélioration de la créativité passe aussi par la refonte des espaces de convivialité. «Près de l'atelier, nous avons installé un espace restauration-café et créé une Design Academy. Cette pièce de détente dispose notamment d'une bibliothèque et d'une installation hi-fi vidéo.»

Enfin, l'autre axe des travaux a consisté à repenser les emplacements de chaque service en tenant compte de leur intervention dans la genèse d'un véhicule. «Les services amont où une totale confidentialité est exigée sont les plus éloignés de l'entrée du bureau de style. Vers celle-ci, nous avons installé les salles de réunion où nous accueillons des personnes extérieures au style. Pour y accéder, il n'est plus nécessaire de passer un sas de sécurité», dit Laurens van den Acker. Chacune des six salles porte le nom d'un artiste renommé et [expose quelques-unes de leurs œuvres \(https://group.renault.com/passion/art-et-lifestyle/la-collection-d-art/\)](https://group.renault.com/passion/art-et-lifestyle/la-collection-d-art/), propriété de la Fondation Renault: Vasarely, Dubuffet,

Calder, Arman, Tapies, Doisneau. Sans compter l'œuvre monumentale de Soto installée à l'entrée. Visionnaire, le constructeur a soutenu la création artistique dès le début des années 1960, accueillant dans ses usines peintres, sculpteurs et photographes. Ce n'est pas un hasard si la collection d'art de Renault est mise en avant dans ces lieux. Carlos Ghosn l'a rappelé. «L'art fait partie de l'histoire de Renault. L'art est une forme d'audace, de liberté, qui parle à nos sens et à nos émotions.» Chez Renault, l'art et l'industrie font décidément bon ménage.



Sylvain Reisser