

Communication Presse et Relations Publiques

Déborah Barbe

Tel.: 03 23 73 81 68

E-Mail: [deborah.barbe@audi.fr](mailto:deborah.barbe@audi.fr)

**Août 2017**

## **Audi lance la réalité virtuelle pour les partenaires de son réseau**

- Premiers déploiements de « l'Audi VR experience » chez les partenaires
- Le casque VR permet aux clients de visualiser leur Audi numériquement configurée
- Tutoriels technologiques et expériences virtuelles autour d'Audi

**Ingolstadt, le 31 août 2017 – Une première dans la vente automobile : l'Audi VR experience est la première application VR entièrement dédiée aux clients Audi. Les partenaires en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne seront les premiers à profiter de la technologie avant le déploiement aux autres pays. Avec la VR, les clients peuvent obtenir une représentation réaliste et précise de la configuration de leur futur véhicule. L'Audi VR experience explique intuitivement la technologie et offre aux clients la possibilité de plonger au cœur de l'écosystème Audi. Dans le cadre de l'initiative globale Audi pour l'innovation digitale en point de vente, l'expérience VR s'intègre parfaitement dans l'initiative IT du constructeur.**

Les technologies digitales comme le casque VR permettent aux partenaires de présenter l'ensemble de la gamme Audi ainsi que toutes les options d'équipements disponibles. Dans un premier temps lancé chez Audi City, le showroom numérique pour les centres-villes, Audi propose une large gamme de solutions digitales chez les partenaires du réseau. Plus de 400 « Customer Private Lounges » - un espace de vente haut de gamme et privé - sont déjà en place et de multiples autres en cours d'installations. La nouvelle expérience VR s'ajoute aux outils numériques déjà disponibles chez les partenaires.

Grâce au casque VR, les potentiels acheteurs peuvent configurer leur véhicule dans les moindres détails et la découvrir d'une façon très réaliste en sélectionnant parmi plus de cent millions de possibilités. L'application VR permet aux utilisateurs d'être entièrement immergés dans le véhicule, véritable introduction à l'achat. Le véhicule configuré est présenté à l'aide d'effets lumineux et sonores en 3 dimensions et à 360°. La possibilité d'intégrer le véhicule dans différents environnements et à différentes heures du jour contribuent également à la qualité de l'expérience VR.

L'intérieur de l'habitacle peut également être découvert dans les moindres détails, jusqu'aux inserts décoratifs visibles en fonction de la position de la source de lumière virtuelle.

La visualisation via l'Audi VR experience est basée sur les données de construction techniques des modèles Audi. Une vision « rayons-X » permet aux utilisateurs maîtrisant la technologie de visualiser le dessous de la carrosserie et la structure des composants techniques. Dans le futur, la mise à jour du logiciel VR offrira également la possibilité de mettre en avant les innovations Audi qui pourront être testées plus largement que lors d'essais classiques – par exemples pour le test de différentes technologies d'éclairage de nuit, ou dans des conditions de visibilité limitée.

En outre, le casque VR offre l'opportunité aux clients de vivre les grands moments d'Audi – une attente de plus en plus récurrente que les clients associent à l'achat d'un véhicule. Les fans de course peuvent, par exemple, être immergés dans l'atmosphère des 24 Heures du Mans via le rappel des victoires d'Audi dans cette course emblématique ou l'expérience des arrêts aux pit-stops aux côtés de l'équipe technique.

Sur la plupart des marchés, les partenaires auront accès à l'application VR via un casque Oculus Rift, un des principaux partenaires du projet. Afin de transformer un ensemble complexe de données en application VR, Audi a travaillé avec son partenaire de visualisation graphique Zerolight pour le développement d'un processeur graphique haute-performance. L'Audi VR experience a pour la première fois été introduite en version bêta en 2015 chez des partenaires au Brésil et en Allemagne. Les retours des clients et des partenaires ont enrichi le développement du système.

La réalité virtuelle est utilisée par Audi dans de nombreux domaines – de la vente au développement technique de la production. Audi utilise par exemple des casques VR pour former les employés logistiques à leurs missions au sein des sites de production Audi aux quatre coins du monde.

– Fin –

Le groupe Audi composé des marques Audi, Ducati et Lamborghini est l'un des constructeurs d'automobiles et de motocycles haut de gamme qui remportent le plus de succès. L'entreprise est présente sur plus de 100 marchés dans le monde entier et produit des véhicules sur 16 sites implantés dans 12 pays. AUDI AG possède plusieurs filiales à 100 %, dont les sociétés Audi Sport GmbH (Neckarsulm/Allemagne), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italie) et Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologne/Italie).

En 2016, le groupe Audi a livré à ses clients environ 1,868 million d'automobiles de la marque Audi ainsi que 3 457 voitures de sport de la marque Lamborghini et environ 55 451 motos de la marque Ducati. En



France, en 2016, Audi réalise une année record avec 64 671 immatriculations. AUDI AG a réalisé au cours de l'exercice 2016 un résultat d'exploitation de 3,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 59,3 milliards d'euros. L'entreprise emploie actuellement quelque 88 000 personnes dans le monde entier, dont plus de 60 000 en Allemagne. Audi se concentre sur des produits et des technologies durables pour l'avenir de la mobilité.