



Une maxime riche d'histoire : Audi fête les 50 ans du "Vorsprung durch Technik"

- **Le progrès est dans la culture Audi : une rétrospective sur les événements marquants des cinq dernières décennies**
- **Oliver Hoffmann, membre du conseil d'administration pour le développement technique : "Notre objectif a toujours été d'encourager le changement"**
- **Hildegard Wortmann, membre du Comité de direction en charge des ventes et du marketing : "Nous redéfinissons notre avance technologique et mettons l'accent sur la durabilité, la digitalisation et l'électrification"**

Ingolstadt, le 8 juillet 2021 - Le slogan d'Audi "Vorsprung durch Technik" (L'avance par la technologie) fête cette année ses 50 ans. Un demi-siècle après sa création, la maxime mondialement connue des quatre anneaux n'a rien perdu de sa superbe. Et chaque année, l'histoire s'enrichit un peu plus. À l'occasion de cet événement marquant, Audi revient sur une pléthore d'innovations réalisées au cours de cinq décennies, qui démontrent pourquoi le "Vorsprung durch Technik" représente bien plus qu'un slogan pour Audi - c'est aussi l'expression réelle de l'avenir pour le constructeur d'Ingolstadt.

La naissance du slogan

En 1969, Auto Union GmbH, dont le siège est à Ingolstadt, et Neckarsulmer NSU Motorenwerke fusionnent pour former Audi NSU Auto Union AG sur le site de Neckarsulm. La gamme de la nouvelle société s'étendait des moteurs refroidis par air de la NSU Prinz à propulsion arrière et moteurs quatre cylindres refroidis par eau des Audi 60 et Audi 100 à traction avant, au moteur rotatif de la NSU Ro 80 à l'allure futuriste. L'idée de communiquer cette diversité technologique comme un avantage concurrentiel est venue en 1970 de Hans Bauer. L'employé du département de publicité d'Audi NSU a conçu la signature que les gens du monde entier allaient reconnaître : « Vorsprung durch Technik ».

La signature a fait sa première apparition dans une publicité grand format en Janvier 1971. Très vite, les clients ont également pu l'apercevoir dans les brochures Audi NSU. Audi 100, Audi 100 Coupé S, Audi 80 ou Audi 50 - elles représentaient désormais toutes le "Vorsprung durch Technik". Le slogan a été adapté au fil des années de nombreuses façons, notamment "Audi. A nice bit of technology." (Audi. Un joli brin de technologie) ou "Audi. Relaxed driving with perfect technology." (Audi. Une conduite détendue avec une technologie parfaite), mais la société est rapidement revenue à l'accroche originale. Avec l'introduction de l'Audi quattro en 1980, le slogan a été utilisé plus fréquemment dans la publicité. La plus grande enseigne lumineuse d'Europe à l'époque était installée sur une tour le long de l'autoroute A9 à la sortie d'Ingolstadt-Nord : l'ovale brun rougeâtre d'Audi avec le slogan "Vorsprung durch Technik". Le slogan est devenu une partie



intégrante de l'identité visuelle d'Audi en Octobre 1986, lorsqu'il a été utilisé dans les brochures de vente de l'Audi 80. Aujourd'hui, cinquante ans plus tard, il est synonyme de l'entreprise.

Une technologie évolutive

Dans une nouvelle exposition spéciale intitulée "Living Progress - 50 Years of Vorsprung durch Technik" qui débutera en Décembre, Audi montrera aux visiteurs de l'Audi Forum Neckarsulm sa passion pour la technologie au fil des ans.

Mais quelles sont les étapes qui ont permis de faire en sorte que le slogan "Vorsprung durch Technik" continue de représenter la volonté d'innovation chez Audi et que ce slogan soit toujours utilisé dans l'intégralité des publicités Audi ? Oliver Hoffmann, membre du conseil d'administration d'AUDI AG pour le développement technique : "L'étape la plus importante pour moi est la technologie quattro. Non seulement elle a été la base de nos succès en rallye, mais elle représente également le transfert de notre expérience de la course à la production en série. Depuis lors, quattro et Audi sont indissociables. Tout aussi importante est la première Audi A8 dotée de la technologie Audi Space Frame en 1994, qui nous aide à asseoir définitivement notre positionnement dans le segment haut de gamme."

La "decade of Audi" (décennie Audi) a été lancée au Mans au début des années 2000. Avec de nouvelles technologies telles que le FSI, le Turbo-FSI, l'éclairage laser, la technologie Ultra et hybride, les quatre anneaux ont dominé la célèbre course d'endurance avec une série de victoires inégalée. La compacte A2 1.2 TDI en aluminium a également fait ses débuts : c'était la première et, à ce jour, la seule voiture à quatre portes consommant moins de 3 litres.

L'entreprise a passé la vitesse supérieure en 2018 avec l'introduction de l'Audi e-tron, la première Audi entièrement électrique à entrer en production de série, doté d'une autonomie de plus de 400 kilomètres et ouvrant la voie à l'électromobilité premium. Trois ans plus tard, l'Audi e-tron GT, révolutionnaire par son design, a été lancée sur le marché, preuve que l'avenir de l'électromobilité sera passionnant. La nouvelle campagne de marque "Future is an Attitude" souligne l'approche orientée vers l'avenir d'Audi, qui remet sans cesse en question les précédentes conceptions de la mobilité.

À la fin des années 2010, la durabilité est devenue un objectif central de l'entreprise. "C'est pourquoi Audi s'engage continuellement en faveur de l'environnement, en rassemblant de nombreuses mesures pour utiliser efficacement les ressources et pour réduire son empreinte écologique dans son programme environnemental indépendant 'Mission Zero' ", explique Hildegard Wortmann, membre du conseil d'administration d'AUDI AG pour les ventes et le marketing. L'objectif : qu'Audi soit neutre en carbone d'ici 2050. "Nous nous développons en tant que fournisseur de mobilité premium durable et nous voulons être un leader dans ce domaine. C'est pourquoi nous concentrons nos efforts pour être un leader technologique en matière de conduite écologique. C'est dans cette optique qu'Audi ne lancera plus de nouveaux modèles à moteur à combustion dès 2026", explique Mme Wortmann. La poussée vers l'électrification se

poursuit : "Nous redéfinissons notre avance technologique et nous nous concentrons sur la durabilité, la digitalisation et l'électrification. Il s'agit d'apporter une contribution à un avenir viable avec une technologie cohérente."

Quant à savoir si l'engouement sociétal en faveur des nouvelles technologies encourage Audi à poursuivre cette avancée, Hoffmann déclare : "Nous avons toujours eu pour prérogative de ne pas être spectateur du changement mais d'être des acteurs du changement. À l'ère d'une mobilité réinventée, nous ne voyons pas seulement le progrès comme le plus grand art de l'ingénierie, un design de pointe et une expérience digitale. Nous pensons également au-delà de la voiture. À l'avenir, il s'agira davantage de solutions de mobilité complètes, ce qui inclut la question de l'infrastructure.

Avec « Audi Charging hub », nous avons développé un concept de recharge rapide flexible pour les futures pics de demande, qui peut être utilisé à différents endroits." Wortmann ajoute même : "Audi ne se reposera pas sur les avancées technologiques de ces dernières années. Audi est le constructeur haut de gamme la plus progressiste, car nous considérons toujours l'avenir comme une opportunité et nous le façonnons activement. 'Vorsprung' (l'avance) est un état d'esprit."

– Fin –

Communication Presse et Relations Publiques

Clément LEFEVRE

Téléphone : 03 23 73 56 94

E-Mail : clement.lefevre@audi.fr

media.audifrance.fr



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 19 sites implantés dans 12 pays. AUDI AG possède plusieurs filiales à 100 pour cent, 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 2020, le groupe Audi a livré à ses clients environ 1,693 million d'automobiles de la marque Audi, ainsi que 7 430 voitures de sport de la marque Lamborghini et environ 48 042 motos de la marque Ducati. AUDI AG a réalisé au cours de l'exercice 2020 un résultat d'exploitation de 2,7 milliards d'euros pour un bénéfice d'exploitation avant éléments exceptionnels de 50 milliards d'euros. L'entreprise emploie actuellement 87 000 personnes dans le monde entier, dont 60 000 en Allemagne. Avec ses nouveaux modèles, ses offres de mobilité innovante et ses autres services attractifs, Audi devient un fournisseur de mobilité premium durable.
