

## « Comme un costume sur mesure » : Qu'est-ce qui rend le camouflage du prototype Audi Q6 e-tron unique ?

- Des accents particuliers pour la sculpture du véhicule : design et savoir-faire pour la première Audi entièrement électrique d'Ingolstadt.
- L'objectif est de refléter abstraitement et de renforcer visuellement le caractère du modèle au moyen de stickers.
- Le designer Marco dos Santos : « Les stickers servent à transformer la technologie en un langage visuel captivant qui provoque des discussions engageantes. »

Ingolstadt, 26 Juillet 2023 - Chaque design est unique : depuis qu'elle a dévoilé l'Audi e-tron en 2018, la marque aux quatre anneaux a équipé des prototypes et des modèles uniques de camouflages individuels, ce que l'on appelle le « livery design » d'Audi - plus récemment la S1 Hoonitron et le showcar de Formule 1. La marque aux quatre anneaux a déjà présenté plus de 20 véhicules dotés de cet extérieur spécial, tous conçus par Marco dos Santos, Responsable du Design de Marque chez Audi. Sa dernière vision décore désormais le prototype Audi Q6 e-tron. Marco dos Santos utilise ses derniers stickers pour expliquer la philosophie qui sous-tend ce design expressif, l'importance des costumes masculins et ce qui rend même un designer nerveux.

« Le langage de conception d'Audi passe à l'étape suivante avec l'Audi Q6 e-tron, et nous voulions que cela soit clair dans le camouflage », explique dos Santos. « L'architecture et le caractère d'un véhicule sont toujours uniques, tout comme la conception de chaque autocollant. Il s'agit toujours de décider quels éléments du véhicule vous voulez mettre en valeur. » Bien que le nouveau projet s'inspire également d'éléments de conception antérieurs – comme la couleur rouge néon également utilisée sur l'Audi Q6 e-tron, largement familière au camouflage mémorable de l'Audi e-tron 2018 – chaque nouveau modèle ouvre également un nouveau chapitre. « Chez Audi, la technologie et le design sont inextricablement liés et forment une seule entité. À mesure que nos technologies deviennent plus puissantes et plus précises, cela est également visible dans notre conception, notre choix de matériaux et notre narration », explique dos Santos.

Selon dos Santos, les camouflages traduisent les éléments techniques du véhicule dans un langage visuel mémorable. « Essentiellement, nous voulons entamer une conversation avec les camouflages. » Ce qui rend le langage de conception unique, c'est que cette conversation peut avoir lieu à l'échelle mondiale. « Certaines choses sont perçues différemment selon les pays, mais au bout du compte, le design fonctionne partout – ou nulle part. »

## Les formes ont une interface lisse pour mettre l'accent sur les éléments clés

Dans le cas de l'Audi Q6 e-tron, de grands graphiques identifient le véhicule comme un prototype au premier coup d'œil, qui, selon dos Santos, sont « toujours dans un champ de tension très particulier ». « Lorsqu'il s'agit d'un prototype, les stickers nous donnent l'occasion de discuter de la conception, qui est encore en grande partie sous camouflage. Cela nous permet de rester vague, tout en cernant déjà certains aspects. »

Lignes nettes et contraste élevé : les graphiques radiaux à grande échelle dans Gloss Fierce Fuchsia répondent à une maille géométrique détaillée et des graphiques à rayures en argent. Les formes s'enchaînent en douceur, mettant l'accent sur les éléments clés de l'architecture du véhicule. Le bas de caisse se détache de la carrosserie en blanc, accentuant la philosophie e-tron d'Audi, qui place la conduite sans émission au cœur du design. Les jantes dynamiques à cinq bras et la calandre Singleframe qui définit le look d'Audi sont également entièrement blancs. Les incrustations rouges au néon, appelées « rayures électriques » (E-tron Powerstripes), soulignent la partie supérieure du bas de caisse. En tant que siège de la batterie, c'est le cœur battant du véhicule entièrement électrifié.

Une autre ligne rouge néon élégante court à l'arrière et met en évidence les cloques quattro – c'est-à-dire les contours du corps qui soutiennent les piliers en D plats. Les ampoules rappellent la version originale de l'Audi quattro et sont un élément central de l'ADN de conception d'Audi. « Rendre la technologie visible » est le nom de ce principe de design central de la marque avec les quatre anneaux. Une grille à mailles serrées longe le bord supérieur de la carrosserie, donnant au véhicule son profil technoïde. La serre est complètement dégagée du corps en noir, sauf les piliers D.

### « Le camouflage doit fonctionner à 360 degrés. »

Le processus de conception du camouflage est semblable pour chaque véhicule. À l'aide de rendus détaillés du design extérieur, l'équipe travaille ensemble pour décider quels éléments composent le modèle et sur quelles parties du corps se concentrer. L'objectif est de refléter de façon abstraite et de renforcer visuellement le caractère du modèle au moyen de stickers. « L'idée originale doit toujours demeurer le principe directeur. »

C'est alors que le processus de conception de dos Santos commence vraiment. Avec beaucoup de croquis dessinés à la main sur papier (« J'ai juste besoin de ce lien entre la tête, le crayon et la main »), la vision est finalement traduite dans le véhicule à l'aide d'images et de logiciels graphiques. La voiture est entièrement recouverte de stickers, un processus qui prend plusieurs jours en raison du haut niveau de minutie et de précision requise. « C'est le moment de vérité », explique dos Santos, « parce que les lignes qui regardaient droit devant n'apparaissent plus du tout droites sur le corps en raison de ses nombreux coins et bords ». Au cours de cette phase du travail, dos Santos dit, « beaucoup est jeté, repensé et redessiné ». Dans le processus, dos Santos doit toujours considérer comment les gens verront plus tard son design. « On ne sait jamais sous quel angle une personne verra l'Audi Q6 e-tron pour la première fois. Ce n'est pas comme dans un film avec une caméra, où on décide de se concentrer d'abord sur telle partie, puis sur telle autre. Le véhicule est une sculpture. Les stickers doivent fonctionner à 360 degrés,

tout autour de la voiture, tout le temps. »

En fin de compte, lorsque le design de la livrée a été parfaitement adapté aux différentes géométries de la voiture, dos Santos aura créé un costume personnalisé pour le modèle. « Il n'existe qu'une seule fois dans le monde, uniquement pour ce modèle précis. »

**À propos de Marco dos Santos :** Marco dos Santos est né à Munich en 1987 d'une mère allemande et d'un père brésilien. Après avoir obtenu son diplôme d'études secondaires, il a étudié le Design Interdisciplinaire dans sa ville natale. Il travaille pour Audi en Design Branding depuis 2014 avec un focus sur e-tron, l'IA et les sports mécaniques. Au-delà du monde de l'automobile, il travaille également en tant que designer pigiste : il crée des logos, des produits et des affiches, ainsi que des pochettes d'album pour des artistes de l'industrie de la musique ayant reçu l'or et le platine.

### **Magali JESSIAUME**

Responsable Presse Produit & Technologies

Téléphone : 06.42.57.94.16

E-Mail : [magali.jessiaume@audi.fr](mailto:magali.jessiaume@audi.fr)

[media.audifrance.fr](http://media.audifrance.fr)



---

Le groupe Audi est l'un des plus grands constructeurs d'automobiles et de motos dans le segment haut de gamme et de luxe. Les marques Audi, Bentley, Lamborghini et Ducati sont produites sur 22 sites dans 13 pays. Audi et ses partenaires sont présents sur plus de 100 marchés dans le monde.

En 2022, le groupe Audi a livré à ses clients 1,61 million de véhicules Audi, 15 174 véhicules Bentley, 9 233 véhicules Lamborghini et 61 562 motos Ducati. Au cours de l'année fiscale 2022, le Groupe AUDI a réalisé un chiffre d'affaires total de 61,8 milliards d'euros et un bénéfice d'exploitation de 7,6 milliards d'euros. Dans le monde, plus de 87 000 personnes ont travaillé pour le groupe Audi en 2022, dont plus de 54 000 chez AUDI AG en Allemagne. Avec ses marques attrayantes, ses nouveaux modèles, ses offres de mobilité innovantes et ses services révolutionnaires, le groupe poursuit systématiquement son chemin pour devenir un fournisseur de mobilité durable, individuelle et haut de gamme.

---