



Le concept Ford Evos dévoile le nouveau langage stylistique mondial des produits Ford de future génération

- Le concept Ford Evos révèle la première nouvelle orientation conceptuelle vraiment mondiale pour Ford alors que le programme 'One Ford' mondial de développement des produits Ford continue à prendre de l'ampleur
- Une évolution audacieuse de l'approche stylistique actuelle, le nouveau langage conceptuel annonce une profonde transformation de la marque Ford
- Une collaboration entre les membres de l'équipe mondiale de designers de Ford a permis de développer un nouveau vocabulaire esthétique
- Le nouveau langage conceptuel mondial fournit un cadre créatif pour la prochaine génération de voitures, de véhicules multi-activités (MAV) et de véhicules utilitaires multisegments (CUV) de Ford; la première voiture de série sera révélée en 2012

BERLIN, Allemagne, le 31 août 2011 – Le concept Ford Evos, qui sera révélé au Salon de l'Automobile de Francfort 2011, présente le nouveau langage conceptuel mondial pour la prochaine génération de voitures, de véhicules multi-activités (MAV) et de véhicules utilitaires multisegments (CUV) de Ford.

Le premier ADN stylistique vraiment mondial de Ford est un élément essentiel de la stratégie produit « One Ford », et annonce une profonde transformation de la marque Ford.

Développé à l'issue d'une collaboration au sein de l'équipe de designers mondiale de Ford, il fournit un cadre pour orienter la création de nouveaux produits destinés à la future gamme de modèles Ford dans le monde entier.

« Le programme de produit mondial Ford est passé à une vitesse supérieure, et ce nouveau code conceptuel fournit une orientation claire pour toute une nouvelle génération de modèles », déclare J. Mays, vice-président du groupe, Design and Chief Creative Officer.

« Le concept Ford Evos est une déclaration d'intention forte de la part de l'équipe de designers mondiale, et incarne la vision irrésistible que nous créons pour nos futurs produits. Nous pensons que partout dans le monde la nouvelle génération d'acheteurs est plus exigeante, s'attendant ainsi à trouver un langage stylistique haut de gamme dans tous les produits. Cette compréhension du consommateur joue un rôle important dans l'élaboration de cet ADN conceptuel novateur. »

Le langage conceptuel exploré dans le concept Ford Evos se caractérise par un certain nombre d'éléments clés qui font partie intégrante de la démarche stylistique pour les produits Ford de

prochaine génération. Selon J. Mays, il marque une évolution audacieuse du design cinétique figurant parmi les caractéristiques de la gamme Ford mondiale actuelle.

Martin Smith, directeur exécutif du Design chez Ford Europe et Asie-Pacifique se réjouit de cette évolution. D'après lui : « La réaction extrêmement positive à des voitures comme la Fiesta et la Focus a confirmé auprès de notre équipe de design le fait que notre approche originale du design cinétique répondait aux attentes des consommateurs du monde entier. Nous avons conservé le même caractère dynamique dans notre nouveau code conceptuel mondial, mais avec une exécution plus technique et un aspect nettement haut de gamme. »

Vocabulaire stylistique

Spécialement développé pour donner un aperçu du nouveau visage de Ford, le concept Evos révèle un nouveau vocabulaire stylistique extérieur et intérieur qui sera en fin de compte systématiquement appliqué aux futurs modèles Ford au niveau mondial :

Une silhouette innovante : le concept Evos se remarque immédiatement par sa silhouette innovante et spectaculaire, renforçant les caractéristiques de sportivité et de plaisir de conduire qui distinguent désormais les modèles Ford au niveau mondial. Ce design produit également un profil unique permettant à Ford de se démarquer de ses concurrents.

Une impression dynamique : le concept Evos a un profil de toit fastback qui suggère l'efficacité aérodynamique. Ceci est renforcé par une forme légèrement en goutte d'eau, évoquée par la façon dont les lignes s'étirent ensemble vers l'arrière de la voiture. D'étroits montants de toit soulignent la légèreté visuelle et confèrent à la voiture une impression d'ensemble d'agilité et de rapidité de mouvement.

Un langage linéaire affiné : alors que certains concurrents ont imité les lignes du design cinétique de Ford et en ont même rajoutées, J. Mays et son équipe passent à une approche épurée qui met l'accent sur le raffinement sans rien perdre toutefois en caractère. C'est ce que le concept Evos présente à bon escient, sous forme d'épaulements structurels musclés au-dessus des passages de roues avant et arrière et d'une longue ligne de ceinture dynamique qui reflète la lumière le long de la section inférieure de la carrosserie.

Des graphismes techniques : Pour communiquer l'importance de la technologie intelligente pour la marque Ford d'une façon très visuelle, le concept Evos se caractérise par des graphismes nets et précis, au niveau notamment des phares et des feux arrière discrets, ainsi que de l'échappement et du diffuseur à l'arrière intégrés.

Le nouveau visage de Ford : L'élément le plus important est le tout nouveau « visage de Ford ». Celui-ci a été obtenu en déplaçant vers le haut la calandre en forme de trapèze inversé typique de Ford et désormais fort connue. La transition vers ce nouveau « visage de Ford » a déjà été partiellement préfigurée dans la Ford Focus électrique et la nouvelle Focus ST.

Une impression visuelle de haute qualité : Tous les éléments de la nouvelle démarche conceptuelle incarnée dans le concept Evos sont réunis pour créer une impression visuelle évoquant le haut de gamme.

Le développement d'une vision mondiale commune

La vision capturée dans le concept Ford Evos est le résultat d'une collaboration sans précédent entre les équipes de design renommées de Ford depuis leurs ateliers aux quatre coins du monde.

« Le cheminement stylistique qui a créé le concept Ford Evos est le résultat du travail intense de l'équipe de design de Ford au niveau mondial dans le but d'affiner l'orientation future de la marque », ajoute J. Mays. « Notre équipe de direction – comprenant Martin Smith et Moray Callum – a encouragé un esprit de collaboration et de saine compétition qui permet à chaque atelier d'explorer des approches créatives pour de futurs produits. »

J. Mays estime que c'est l'alignement efficace de toutes les équipes de design chez Ford qui a joué un rôle prépondérant dans la création d'un langage conceptuel unifié. Selon lui, le nouvel ADN établira un cadre commun permettant de guider la création de nouveaux produits dans les activités de design de Ford dans le monde entier, dont huit ateliers de design employant 1 150 collaborateurs.

Conformément à l'approche alignée du programme produit « One Ford », les designers à travers le monde travaillant sur des véhicules de tailles et de types différents s'attachent désormais à créer une famille cohérente de nouveaux produits attrayants fondés sur le même langage conceptuel fondamental.

« Le nouvel ADN conceptuel mondial établit un cadre permettant à nos designers de créer la prochaine génération de produits très stylés, partageant tous un caractère distinctif de Ford », affirme Moray Callum, directeur exécutif du Design pour l'Amérique du Nord. « Toutefois, ce n'est pas parce qu'ils partagent un ADN commun que les produits seront identiques en apparence. Le langage conceptuel est suffisamment flexible pour des véhicules de tailles et de types différents. Les acheteurs du monde entier seront ainsi capables de l'identifier comme étant une nouvelle Ford. ».

Disponible plus tôt que prévu

La première voiture de série de la nouvelle génération Ford, développée sur la base du nouveau vocabulaire conceptuel, sera dévoilée en 2012.

« Nous voulions que le concept Ford Evos communique clairement la direction suivie par le design de Ford – cherchant à créer des véhicules que l'on a plaisir à conduire, qui séduisent par leurs qualités et, surtout, à la beauté incomparable », continue J. Mays. « Le premier résultat concret de cette vision sera prêt plus tôt qu'on ne pourrait l'imaginer, vous le découvrirez dans quatre mois environ, au lieu de quatre ans. Nous avons hâte de présenter à notre clientèle mondiale la première voiture de série incorporant ce nouveau design de Ford. »

#

About Ford Motor Company

Ford Motor Company, a global automotive industry leader based in Dearborn, Mich., manufactures or distributes automobiles across six continents. With about 166,000 employees and about 70 plants worldwide, the company's automotive brands include Ford and Lincoln. The company provides financial services through Ford Motor Credit Company. For more information regarding Ford's products, please visit www.fordmotorcompany.com.

***Ford of Europe** is responsible for producing, selling and servicing Ford brand vehicles in 51 individual markets and employs approximately 66,000 employees. In addition to Ford Motor Credit Company, Ford of Europe operations*

3

For news releases, photos and video, visit www.fordpress.be, www.fordmedia.eu or www.media.ford.com.
Follow www.facebook.com/fordofeurope, www.twitter.com/FordEu or www.youtube.com/fordofeurope

include Ford Customer Service Division and 22 manufacturing facilities, including joint ventures. The first Ford cars were shipped to Europe in 1903 – the same year Ford Motor Company was founded. European production started in 1911.

Ford in Belgium & Luxemburg

Ford Belgium distributes Ford vehicles in Belgium & Luxemburg.

Ford Genk is the lead plant for production of all large cars (Mondeo, S-MAX, Galaxy) for Ford in Europe.

Ford Lommel Proving Ground is the lead testing facility for validation of all Ford models in Europe.

Contact(s): Jo Declercq
+32 (2) 482 21 03
Jdecler2@ford.com

Arnaud Henckaerts
+32 (2) 482 21 05
Ahenckae@ford.com