

ALPINE EST DE RETOUR SOUFFLE D’AIR PUR SUR LE SPORT-PREMIUM

Alpine révèle aujourd’hui le show-car Alpine Vision. Élégance, agilité, authenticité : ce coupé deux places à moteur central arrière est un concentré d’Alpine. Alpine Vision préfigure le style et les performances de la voiture de sport de série qui sera révélée avant la fin de l’année. Fabriquée à Dieppe, en France, celle-ci sera commercialisée à partir de 2017, en Europe puis progressivement dans le reste du monde.

Alpine choisit les routes du Rallye Monte-Carlo et les lacets du col de Turini, théâtre de ses plus beaux exploits sportifs, pour donner corps à sa renaissance.

Le « A fléché » revient pour occuper une place à part sur le marché sport-premium. Avec une promesse : offrir une expérience alternative aux esthètes comme aux passionnés.

« J’ai choisi le nom Alpine pour ma firme, car cet adjectif représente pour moi le plaisir de conduire sur les routes de montagne. C’est en sillonnant les Alpes avec ma 4CV à boîte 5 que je me suis le plus amusé. Cette conduite passionnante, il fallait que mes clients la retrouvent au volant de la voiture que je voulais construire. Alpine est un nom qui sonne bien, c’est également un symbole. »

Jean Rédélé, fondateur d’Alpine

Sommaire

01/

Alpine Vision, le show-car révélation

Les traits extérieurs d'une machine sensuelle

Performances ? 0 à 100 km/h en moins de 4,5 secondes

Un cockpit qui concentre le plaisir

02/

Alpine, la renaissance d'une légende

Légende vivante

Un fort potentiel de conquête pour une offre alternative

Alpine : l'agilité d'une start-up et la force du Groupe Renault

03/

Regards et émotions complémentaires

Chiffres de production d'Alpine de 1955 à 1995

Col de Turini, le haut lieu des exploits d'Alpine
« Paroles d'Alpinistes »

Alpine Vision, le show-car révélation

De retour dans son écrin : Alpine choisit les routes du Rallye de Monte-Carlo et des Alpes pour signer son retour. Ces montagnes, qui lui ont donné son nom, ont naturellement orienté l'interprétation contemporaine. Il suggère les sensations ressenties au volant d'une voiture de sport arborant le logo Alpine :

- **l'exaltation** associée au frisson que procure le pilotage d'une Alpine,
- **l'agilité** créée par la légèreté et l'élégance d'une conception allant à l'essentiel,
- **l'authenticité** d'une voiture de sport qui s'inscrit dans la continuité d'une histoire.

Alpine, c'est la promesse d'exacerber les sensations les plus simples et les plus fortes. Le futur modèle de série affirmera ces traits de caractère.

« Le show-car Alpine Vision pose avec modernité l'univers de référence d'une voiture de sport exclusive signée Alpine. S'y rencontrent la sportivité née de la compétition, le savoir-faire et la patte française valorisant chaque détail. L'Alpine Vision s'adresse aux passionnés et aux esthètes. Et le style de notre future voiture de série s'en rapproche à 80%. »

Antony Villain – Directeur du Design Alpine

Les traits extérieurs d'une machine sensuelle

L'Alpine Vision représente la voiture de sport performante, élégante et légère, dédiée au plaisir automobile le plus pur.

Silhouette basse et effilée, capot bombé accueillant deux paires de phares ronds, flancs creusés, ailes arrière marquées dont le resserré accompagne une poupe fuyante griffée de feux horizontaux : il s'agit bien d'une Alpine. Le « A fléché » signe les ailes avant et les flancs. Et les références plus subtiles à l'A110 et aux autres modèles emblématiques ne manquent pas.

L'Alpine Vision évoque la performance et la fluidité. À l'extérieur, comme à l'intérieur, les structures et la technologie sont magnifiées.

Les jantes diamantées évoquent la vitesse et l'élégance. La poupe épaulée incorpore des entrées d'air sur les custodes favorisant le refroidissement du moteur placé en position centrale arrière.

Les feux arrière étirés incorporent une signature lumineuse distinctive en « X ». Le dessin de la lunette arrière respecte la forme emblématique popularisée par l'A110 en son temps.

Par l'agilité et la vivacité de son comportement, l'Alpine Vision se destine particulièrement aux routes sinueuses. Cette caractéristique se lit jusque dans son design.

Performances ? 0 à 100 km/h en moins de 4,5 secondes

Les lignes de l'Alpine Vision attisent l'envie de posséder et de piloter une voiture de caractère. Au volant, la précision, l'agilité et le tempérament joueur du châssis composent un cocktail enthousiasmant. Le plaisir est intense à toutes les vitesses.

Encore faut-il avoir les ressources pour que la performance pure puisse s'exprimer. Sur ce terrain, l'Alpine Vision ne laisse planer aucun doute. Avec un 0 à 100 km/h abattu en moins de 4,5 secondes, la capacité d'accélération se place au niveau attendu et à la cible visée pour le futur modèle de série.

Le moteur 4 cylindres turbo délivre sa puissance dans une sonorité évocatrice. Et parce que l'Alpine Vision cultive avant tout la légèreté, chaque kW et chaque Nm nourrissent directement les sensations. Les freins puissants et durables sont à l'unisson du plaisir et des performances.

Le show-car Alpine Vision tisse en permanence une relation d'intimité entre le conducteur, sa voiture et son environnement. De la proximité directe et intense entre ces trois éléments naît l'essence du plaisir Alpine.

Un cockpit qui concentre le plaisir

« Alpine Vision explore le registre de la sportivité avec tous les marqueurs associés à la voiture de sport "à la française". C'est un objet de séduction, de sensations. C'est une voiture qui procure un plaisir intense au pilotage, particulièrement sur route sinueuse. Un bolide aux lignes intemporelles et au caractère unique. Mais nous avons cherché à y incorporer un autre ingrédient essentiel : l'élégance. Le style, les matériaux, l'ambiance à bord et l'attention portée à chaque détail en témoignent. »

Laurent Negroni – Designer Intérieur du Show-car Alpine Vision

Dès l'ouverture de la portière, le ton est donné : le marchepied en aluminium, signé des noms des concepteurs du show-car, invite à prendre place à bord d'une création unique.

Les contrastes entre matières et couleurs rythment l'habitacle. Les détails travaillés jouxtent les pièces à l'allure brute de traitement. L'émotion visuelle s'accompagne d'une émotion tactile.

En faisant appel au cuir, aux microfibres, à l'aluminium et au carbone, l'habitacle joue la carte d'une atmosphère contemporaine. Les éléments high-tech marient les pièces évoquant la compétition et celles se référant à l'héritage Alpine. Ainsi, la commande d'ouverture de portière rétroéclairée contraste avec le garnissage de cuir noir damassé, souligné de surpiqures blanches, habillant les contreportes. Les sièges aussi interprètent ce jeu d'oppositions créateur de tensions. De style baquet, ils intègrent un harnais à boucle de fermeture en aluminium brossé inspiré de la compétition. Le cuir matelassé les habillant s'associe à un tissu microfibre sensuel et technique à la fois.

Face à lui, le pilote dispose d'un combiné d'instruments constitué d'un écran TFT (Thin Film Transistor) personnalisable, sous visière carbone. Les deux pédales, comme le repose-pied en aluminium, sont frappées de trois triangles évoquant les sommets alpins. Le volant à trois branches, lui aussi en aluminium, est doté d'une épaisse jante recouverte de cuir noir surpiqué. Encadré par les palettes de passages de vitesses, il loge un bouton « Sport » évocateur. Les principales commandes à basculeurs sont rehaussées d'un rétro-éclairage d'une tonalité « bleu Alpine » illuminant aussi le centre des aérateurs.

Au centre, la console repose sur une structure aluminium bien visible et revêtue de cuir. Aérienne, elle semble flotter dans l'habitacle. En son sein, la tablette tactile multimédia jouxte un chronomètre circulaire.

Immédiatement à portée de main, la commande « Start », protégée par une goupille, ne fera pas longtemps barrage à la tentation. L'explosion des sens est imminente.

Carte blanche à la passion

Si le bleu est la couleur emblématique d'Alpine, le blanc éclaire de nombreux moments heureux de son histoire.

Plusieurs Alpines importantes ont porté une robe blanche. Il y eut notamment les berlinettes A110 - dites « option Olympique » - qui arboraient une bande bleue ou rouge sur le blanc de leur carrosserie. Cette option disponible pour l'année 1968 célébrait le triplé du skieur français, Jean-Claude Killy, aux Jeux Olympiques d'hiver de Grenoble. Il y eut aussi l'A110 1300G présentée au Salon de Paris en 1970 et, en course, l'A110 1600S n°4 victorieuse au Rallye de San Remo (Italie) en 1971. Couleur des neiges éternelles et des sommets alpins, le blanc s'associe aujourd'hui au show-car Alpine Vision. Il devient symbole de renaissance, de pureté, de légèreté et d'élégance.

Alpine, la renaissance d'une légende

« Construire une descendance à la marque Alpine, lancée en 1955 par Jean Rédélé, représente une émotion et une responsabilité considérables. Pour toutes les équipes qui y participent, c'est une chance et une aventure incomparable. Alpine est l'incarnation de la performance et du plaisir de pilotage le plus pur. »

Bernard Ollivier, PDG de la Société des Automobiles Alpine

Légende vivante

L'histoire d'Alpine, c'est la vision de son fondateur Jean Rédélé. C'est l'union de la compétition, de l'ingéniosité technique, du style et du sens du commerce. C'est une véritable saga, émaillée de rencontres et d'échanges, qui vient tout juste de fêter ses 60 ans.

Après avoir remporté de nombreuses victoires au volant de sa 4CV Renault modifiée, Jean Rédélé perçoit très tôt le potentiel existant pour créer sa propre marque automobile. Il y a de la place pour une voiture de conception innovante, équipée d'une mécanique compétitive de grande diffusion, sous une carrosserie légère et attrayante. Voilà pour le principe technique qui présidera directement à la conception de l'A106 et à la naissance officielle d'Alpine en 1955.

Le second principe développé par Jean Rédélé est commercial. Il s'agit de conférer une dimension internationale à son activité par la cession de licences.

Entre 1955 et 1995, Alpine produit et vend 30 000 voitures de sport. Disparue commercialement depuis vingt ans, Alpine maintient pourtant sa respiration pendant cette parenthèse. L'activité des anciens de la marque, la ferveur des clubs de passionnés et l'engagement de pilotes privés dans des compétitions nombreuses et variées ne se démentent pas. Tous entretiennent la flamme Alpine jusqu'à cultiver l'espoir fou d'un retour. Un retour désormais programmé.

Un fort potentiel de conquête pour une offre alternative

Fin 2012, le Groupe Renault annonce son intention de relancer Alpine. Et si le rêve de revoir une Alpine sur la route devenait un jour réalité ? Encore faut-il confirmer l'intuition que la légende peut de nouveau occuper une place unique et pérenne sur le marché.

Trois ans plus tard, l'équipe Alpine est prête : intentions stylistiques, principes fondateurs, business model, ambitions internationales... Alpine revient avec Alpine Vision : le show-car préfigure à 80% la voiture de sport qui sera présentée d'ici la fin 2016 pour challenger dès 2017 le marché exigeant du sport-premium.

50% de croissance à l'horizon 2020 sur le marché sport-premium

Le segment sport-premium (coupés et roadsters sportifs) représente de l'ordre de 200 000 véhicules par an dans le monde. Il s'agit de véhicules qui se distinguent par leur niveau de performance, leur degré d'expressivité et l'attractivité de leur badge. Ces voitures dédiées au plaisir comptent beaucoup pour l'image et la rentabilité des constructeurs. Elles concentrent le savoir-faire automobile le plus pointu pour satisfaire une clientèle avertie.

Géographiquement, les ventes sport-premium se répartissent à hauteur de 40% en Amérique du Nord, 35% en Europe, 15% en Asie et 10% dans le reste du monde. En Europe, 30% des clients résident en Allemagne, 30%, au Royaume-Uni et 7% en France. Indépendamment des volumes, ce marché est particulièrement représenté en Suisse, en Belgique et en Autriche.

Les prévisions reconnaissent un potentiel d'expansion de l'ordre de 50% à l'horizon 2020 pour ce marché. D'abord parce que c'est un marché d'offre, sensible à l'effet nouveauté, y compris sur les marchés les plus matures. Ensuite parce que la demande va se renforcer sur la plupart des marchés émergents. Depuis une dizaine d'années, la demande conduit chaque marque à définir un positionnement de plus en plus fin.

L'alternative Alpine

« Avec Alpine, l'objectif est de satisfaire une clientèle recherchant des sensations de conduite de haut niveau dans un style valorisant et une ambiance élégante. La clientèle visée est particulièrement attentive à l'histoire et à la culture des marques. Alpine lui offrira une alternative unique et légitime en rapport avec ses désirs. »

Eric Reymann – Directeur Planning Produit Alpine

Sur ce marché, les modèles de marques ultraspécialisées côtoient ceux des labels de groupes généralistes. Alpine constituera une alternative sur les deux critères qui segmentent le marché : la performance et l'expressivité. Alpine vise une place spécifique en phase avec ses gènes et sa légende.

Alpine puise dans les valeurs de simplicité et de modernité impulsées par son fondateur visionnaire et dans ses gènes issus de la compétition.

- **Techniquement** : la légèreté et l'agilité sont préférées à la puissance pure.
- **Esthétiquement** : les voitures doivent être belles en plus d'être performantes. L'élégance, l'ingéniosité et même l'instinct s'allient en un mélange redoutablement efficace.
- **Humainement** : la confiance dans le talent des hommes vaut plus que tout. Alpine, c'est une famille : collaborateurs, ingénieurs, pilotes ou mécaniciens se dépensent sans compter pour des résultats au-delà des attentes.
- **Sportivement** : Alpine, c'est « David contre Goliath ». L'envie de se mesurer aux plus grands est moteur d'excellence.

**Renault Belgique Luxembourg
Direction de la Communication**

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

- **Commercialement** : Alpine a toujours représenté la France à l'étranger, notamment son image en sport automobile et son industrie. C'est à la fois la volonté de voir grand et de se développer hors des frontières et celle de garder un contact direct avec les clients.

Ces valeurs animent aujourd'hui la nouvelle équipe Alpine travaillant au développement de la future voiture de série. Une première Alpine qui affichera plusieurs ambitions : répondre à l'attente des esthètes et passionnés tenus en haleine, se créer une place sur un segment exigeant avec ses propres codes, et enfin, tracer sa route sur les cinq continents.

Alpine : l'agilité d'une start-up et la force du Groupe Renault

Pour faire renaître Alpine, créer son premier modèle emblématique et préparer un plan de conquête international, le Groupe Renault mobilise le meilleur de son expertise. Engagée depuis plusieurs mois dans une aventure inédite, Alpine vit et s'organise de manière agile et indépendante, capable de s'appuyer sur la puissance des métiers du Groupe Renault.

Alpine a naturellement accès au savoir-faire du groupe en matière de châssis, de moteurs et de mise au point. L'expertise des « sorciers » de Renault Sport et des équipes qui développent la F1 est bien mise à contribution pour concevoir une vraie Alpine. Il en va de même des fonctions supports du Groupe Renault.

Enfin, la fabrication de la voiture de série sera confiée à l'usine modernisée de Dieppe. Cette usine aux allures d'atelier « sur-mesure » pourra compter sur un panel de fournisseurs sélectionnés pour leur expertise high-tech ou premium.

« Au terme de l'année 2016, nous dévoilerons la voiture de sport de série signée du A fléché. La berlinette du 21^{ème} siècle débutera progressivement sa commercialisation au cours du deuxième trimestre 2017 pour aller sur les cinq continents. Nous avons hâte. »

Arnaud Delebecq – Directeur de Gamme Commerciale Alpine

03/

Regards et émotions complémentaires

Chiffres de production d'Alpine de 1955 à 1995

Voitures de route produites en France

A106	251	(1955-1960)
A108	236	(1960-1962)
GT4	112	(1963-1965)
A110	7 579	(1961-1977)
A310 4 cyl.	2 340	(1971-1976)
A310 V6	9 276	(1976-1984)
GTA	1 509	(1984-1989)
GTA Turbo	4 545	(1985-1990)
A610	818	(1990-1995)
Total	26 666	

Voitures de route produites sous licence à l'étranger

BRESIL (INTERLAGOS)	822	(1962-1966)
ESPAGNE (FASA)	1 904	(1963-1978)
MEXIQUE (DINALPIN)	693	(1964-1972)
BULGARIE (BULGARALPINE)	35	(1967-1970)
Total	3 454	

Voitures de course

Sport Prototypes		Monoplaces	
Proto 4 cylindres en ligne	17	Formule Ecole	12
Proto 8 cylindres en V	8	Formule de Promotion (FF et FR)	19
Proto 6 cylindres en V	12	Formule 3	28
Total	37	Formule 2	9
		Formule 1	2
		Total	70

Palmarès sportif

Prototypes

- 1963** : CHAMPION DE FRANCE SPORT PROTOTYPE (J. ROSINSKI / M63)
- 1964** : CHAMPION DE FRANCE SPORT PROTOTYPE (R. DELAGENESTE / M64)
- 1974** : CHAMPION D'EUROPE DES MARQUES (A. SERPAGGI / A441)
- 1978** : VICTOIRE AUX 24 HEURES DU MANS (D. PIRONI - J.P JAUSSAUD / A442 B)

Monoplaces

- 1964** : CHAMPION DE FRANCE F3 (H. GRANDSIRE / P64)
- 1971** : CHAMPION DE FRANCE F3 (P. DEPAILLER / A360)
- 1971** : CHAMPION DE FRANCE FORMULE RENAULT (M. LECLÈRE / A361)
- 1972** : CHAMPION DE FRANCE F3 (M. LECLÈRE / A364)
- 1972** : CHAMPION D'EUROPE F3 (ÉQUIPE ALPINE / A364)
- 1972** : CHAMPION D'EUROPE DE FORMULE RENAULT (A. CUDINI / A366)

Rallycross

- 1977** : CHAMPION DE FRANCE (J. RAGNOTTI / A310 V6)
- 1977** : CHAMPION D'EUROPE (H. GRÜNSTEIDL / A310 V6)
- 1978** : CHAMPION DE FRANCE (B. SABY / A110)
- 1979** : CHAMPION DE FRANCE (J.P. BELTOISE / A310)

Rallyes

- 1967** : CHAMPION D'ESPAGNE (B. TRAMONT / A110)
- 1968** : CHAMPION DE FRANCE (J.C. ANDRUET / A110)
- 1968** : CHAMPION D'ESPAGNE (B. TRAMONT / A110)
- 1969** : CHAMPION DE FRANCE (J. VINATIER / A110)
- 1970** : CHAMPION D'EUROPE (J.C. ANDRUET / A110)
- 1970** : CHAMPION DE FRANCE (J.C. ANDRUET / A110)
- 1970** : CHAMPION DE BULGARIE (I. TCHUBRIKOV / A110)
- 1970** : CHAMPION DE ROUMANIE (G. PUIU / A110)
- 1971** : CHAMPION INTERNATIONAL DES RALLYES (ÉQUIPE ALPINE / A110)
- 1971** : CHAMPION DE FRANCE (J.P. NICOLAS / A110)
- 1971** : CHAMPION DE BULGARIE (I. TCHUBRIKOV / A110)
- 1972** : CHAMPION DE FRANCE (B. DARNICHE / A110)
- 1972** : CHAMPION DE TCHECOSLOVAQUIE (V. HUBACEK / A110)
- 1973** : CHAMPION DU MONDE (ÉQUIPE ALPINE / A110)
- 1973** : CHAMPION DE FRANCE (J.L. THÉRIER / A110)
- 1973** : CHAMPION DE TCHECOSLOVAQUIE (V. HUBACEK / A110)
- 1974** : CHAMPION DE FRANCE (J. HENRY / A110)
- 1974** : CHAMPION DE TCHECOSLOVAQUIE (V. HUBACEK / A110)
- 1974** : CHAMPION DE POLOGNE (B. KRUPA)
- 1975** : CHAMPION DE FRANCE (J. HENRY / A110)
- 1975** : CHAMPION DE TCHECOSLOVAQUIE (V. HUBACEK / A110)
- 1975** : CHAMPION DE HONGRIE (A. FERJANCZ)
- 1976** : CHAMPION DE TCHECOSLOVAQUIE (V. HUBACEK / A110)
- 1977** : CHAMPION DE FRANCE (G. FREQUELIN / A310)
- 1980** : CHAMPION DE FRANCE (J. RAGNOTTI / R5 ALPINE)
- 1995** : CHAMPION DE FRANCE VHC (J.C. RÉDÉLÉ / A110)

Et plus de mille victoires acquises par des pilotes amateurs dans les épreuves des championnats nationaux et régionaux en rallyes, courses de côte et slaloms.

Renault Belgique Luxembourg

Direction de la Communication

Avenue Mozart 20, 1620 Drogenbos

Tel.: + 32 (0)2 334 78 51 – Fax: + 32 (0)2 334 76 18

Site : www.renault.be et www.media.renault.be

Col de Turini, le haut lieu des exploits d'Alpine

Le Turini est probablement aux rallymen, ce que le Cap-Horn est aux marins. Ce passage dangereux et redouté oblige à la prudence et force à l'humilité. Ce col, associé pour toujours à l'étape la plus piègeuse du rallye Monte-Carlo, promet l'enfer pour peu que les conditions se déchaînent. Sur la portion de route de 32 kilomètres qui relie Sospel à La Bollène, le destin - parfois aidé de complices - donne rendez-vous avec la victoire ou la défaite.

En 1968, alors que la route est sèche, des spectateurs amassent de la neige et la déposent dans un virage dangereux. Gérard Larrousse se présente, son A110 glisse et heurte violemment un rocher. Alpine perd une victoire qui lui semblait promise.

En 1973, année du triomphe d'Alpine en championnat du monde des rallyes, Jean-Claude Andruet lutte pour la première place avec son coéquipier Andersson, lui aussi sur A110. Une crevaison dans un premier passage rétrograde le français à la troisième place. Quand le suédois subit la même mésaventure lors de la spéciale suivante, Andruet se rapproche alors à vingt secondes. Les deux hommes se déchainent lors de la dernière session chronométrée. C'est Andruet qui l'emporte avec seulement 26 secondes d'avance. Le Turini entretient sa sulfureuse réputation. Alpine signe un triplé au classement général du Monte-Carlo, posant un jalon solide vers sa couronne mondiale de 1973.

Les victoires d'Alpine au Turini

1968 : J. Vinatier - Alpine A110 1300

1969 : J. Vinatier - Alpine A110 1300

1971 : O. Andersson - Alpine A110 1600

1972 : B. Darniche (2 fois) - Alpine A110 1600

1973 : JF. Piot - Alpine A110 1800

1976 : JP. Nicolas - Alpine A310

« Paroles d'Alpinistes »

« Alpine c'est ma vie. Alors, voir Alpine revenir aujourd'hui me réjouit évidemment. Je pense que notre association des Anciens ainsi que les clubs Alpine du monde entier ont un peu leur part dans cette renaissance enthousiasmante. »

André Desaubry – Président de l'Association des Anciens d'Alpine

« Dans les Alpes, je me sens avec une Alpine comme dans un fauteuil dans mon jardin. Avec la Berlinette j'ai remporté la coupe d'Or des Alpes récompensant le pilote ayant obtenu trois coupes des Alpes consécutives, rejoignant dans cette rare distinction Iann Appleyard et Stirling Moss. Une Alpine, c'est le plaisir intense du pilotage et des succès réunis. »

Jean Vinatier – Ancien pilote Alpine

« La renaissance d'Alpine, c'est la promesse d'un choix renouvelé et excitant en matière de voitures de sport agiles et légères. L'année dernière, j'ai eu le privilège d'ouvrir le 23^{ème} Festival of Speed au volant de l'Alpine Célébration. Depuis, j'attends avec impatience de découvrir la voiture de série et bientôt de voir davantage d'Alpines gravir la côte de Goodwood. »

Charles Gordon-Lennox, Earl of March and Kinrara DL

« Plus jeune, les Alpines peuplaient mes rêves. En fait, c'est toujours le cas. Et aujourd'hui, le rêve n'a jamais été aussi proche, aussi tangible. »

**Kazunori Yamauchi – Président de Polyphony Digital
Créateur du jeu de simulation automobile Gran Turismo**