



INTERVIEW
ADRIEN ACQUITTER
DESIGNER "INTER"
ALPINE



Depuis 2021 et le plan « Renaultion » où l'on apprend qu'Alpine devenait une marque à part entière, avec une gamme ambitieuse, l'équipe de design s'est renforcée. Parmi les designers, il en est un dont le pedigree nous a interpellé : Adrien Acquitter a quitté le design Ferrari pour rejoindre l'équipe d'Antony Villain. Nous l'avons rencontré pour en connaître un peu plus sur ce designer qui, à ses -rares- heures perdues, s'illustre avec d'exquises esquisses qu'il préfère aux dessins numériques...

Vous choisissez d'abord l'école de design à Nantes, pourquoi ?

« Quand je me suis dirigé vers le design, après mon bac, j'ai d'abord intégré l'école de design de Nantes. Elle m'intéressait parce que je voulais d'abord avoir cette première expérience pour conforter mon choix orienté vers le design auto. C'est une école réputée dans le design industriel en général. En principe, les premières années des écoles spécialisées comme celle-là ne sont pas axées d'emblée sur une spécialisation. Ces premières années permettent d'apprendre les bases. Alors je me suis dit que j'aurai toujours possibilité de changer d'école si jamais cela ne m'avait pas plu. »

Mais vous êtes quand même passé ensuite par Strate Collège en région parisienne !

« Oui, car j'ai voulu me spécialiser rapidement dans le Design Transport. J'ai eu plusieurs entretiens à Strate et à l'ISD notamment - aujourd'hui connue sous le nom de Rubika -. Strate me proposait d'entrer directement en deuxième année, ce qui n'était pas possible avec l'ISD à l'époque. Alors j'ai choisi Strate, mais ça aurait pu être l'une ou l'autre, je n'avais pas de préférence. »

A ce moment-là, vous ambitionnez de devenir designer inter ou exter ? Est-ce déjà le moment d'un tel choix ?

« Ce qui m'intéressait, c'était avant tout de devenir un designer automobile, mais je n'avais pas de préférence entre le design inter ou exter. Disons que les ¾ des étudiants se dirigent vers le design exter, mais je pense que c'est bien de rester ouvert et de ne pas se fermer des portes. »

Aujourd'hui, vous êtes spécialisé dans le design intérieur chez Alpine. Mais vous signez certaines esquisses du design extérieur du concept-car Alpenglow...

« Je suis au design inter, et pour l'Alpenglow, c'était spécifique parce que l'architecture de la chaîne de traction nécessitait une symbiose entre l'extérieur et l'intérieur, notamment avec les réservoirs d'hydrogène. »



Since 2021 and the 'Renaultion' plan, when we learned that Alpine was becoming a brand in its own right, with an ambitious range, the design team has been strengthened. One of the designers whose pedigree caught our eye was Adrien Acquitter, who left Ferrari design to join Antony Villain's team. We caught up with him to find out a little more about this designer who, in his -rare- spare time, illustrates himself with exquisite sketches that he prefers to digital drawings...

Why did you choose the design school in Nantes for your training?

"When I decided to go into design after my A-levels, I first went to the design school in Nantes. I was interested because I wanted to have this first experience to confirm my choice of car design. It's a school with a good reputation in industrial design in general. In principle, the first years of specialised schools like this one are not immediately focused on a specialisation. These first years are for learning the basics. So I said to myself that I could always change schools if I didn't like it."

But then you went to Strate Collège in the Paris region!

"Yes, because I wanted to specialise quickly in Transport Design. I had several interviews at Strate and ISD in particular - now known as Rubika. Strate offered me direct entry into the second year, which wasn't possible with ISD at the time. So I chose Strate, but it could have been either, I didn't have a preference."

At this point, do you want to become an interior or exterior designer? Was it already time to make that choice?

"What interested me most of all was becoming a car designer, but I didn't have a preference between inter or exter design. Let's just say that ¾ of students go into exterior design, but I think it's good to remain open-minded and not close any doors."

Today, you specialise in interior design at Alpine. But you signed some of the exterior design sketches for the Alpenglow concept car...

"I'm in interior design, and for the Alpenglow it was specific because the architecture of the powertrain required a symbiosis between the exterior and the interior, particularly with the hydrogen tanks."

During your studies and training, you did your first stint at Renault in 2014...

DOSSIER ALPINE
ALPINE FILE

●●● **Durant vos études et votre formation, vous faites un premier passage chez Renault en 2014...**

« On avait un partenariat avec Renault pour un échange d'environ six mois avec des designers. J'ai travaillé sur le projet de la Clio V. C'était très enrichissant car on travaillait autant sur l'intérieur que l'extérieur et même sur les couleurs et matières ! A l'époque, on avait présenté nos travaux à Laurens van den Acker au technocentre... »

En 2014, vous entendez déjà parler d'Alpine dans les couloirs du design ?

« Il y avait déjà le projet Gran Turismo et oui, on sentait un frémissement. J'imagine que c'était déjà le début de l'étude de l'A110 . »

La recherche de stage pendant les cinq années d'études semble compliquée aujourd'hui avec le nombre d'étudiants. Vous choisissez de faire le vôtre au sein de la société Kiska en Autriche. Étonnant ?

« Non, car la société est assez tournée vers l'automobile au final. Il faut savoir qu'en 4e année on a un stage obligatoire à faire à l'étranger, ou un échange avec une autre école. Je voulais être au cœur d'une entreprise, entouré de professionnels, afin de progresser plus vite. J'ai choisi Kiska. Ils ont une section Design Transport et travaillent avec les motos Husqvarna et KTM. Ils travaillent également avec des constructeurs automobiles comme Audi, Opel et d'autres grandes marques. Allez là-bas, ce n'était pas me fermer les portes, au contraire. J'ai travaillé sur tous types de véhicules, c'était très enrichissant au sein d'une petite structure où j'étais entouré de nombreux designers de nationalités différentes. »

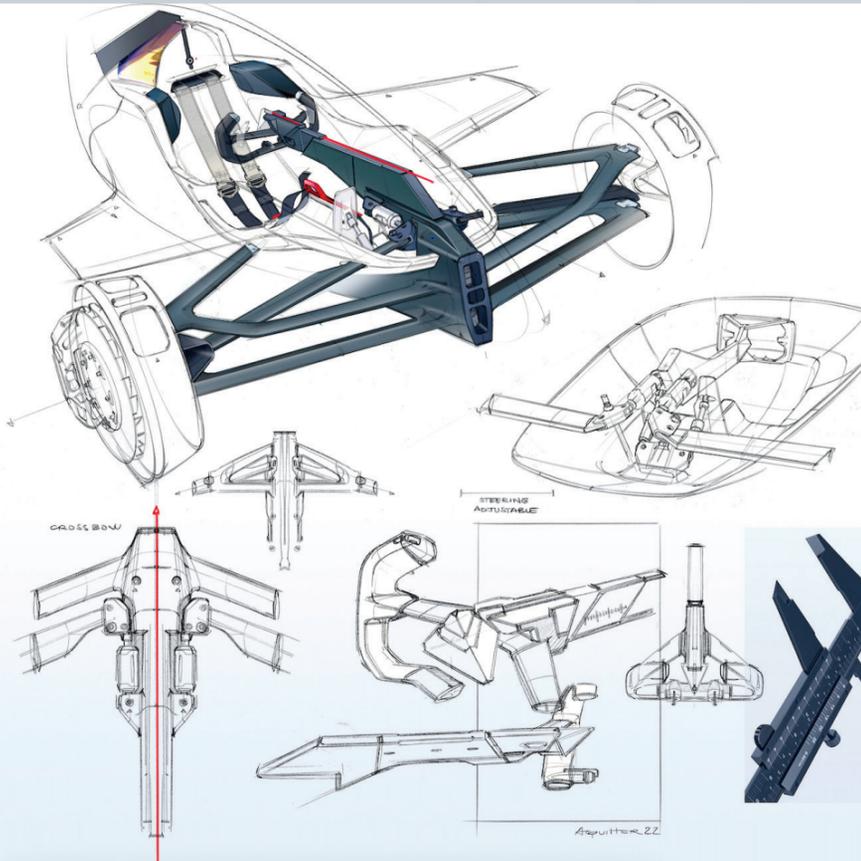
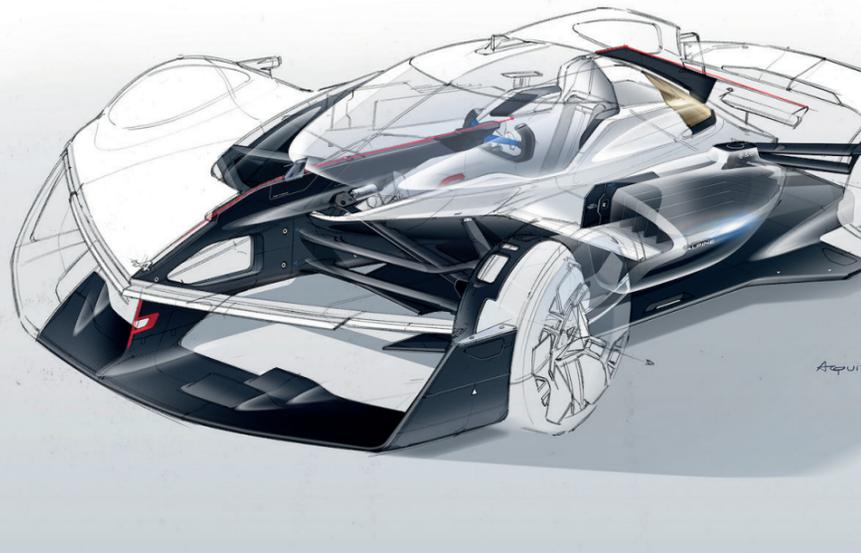
Et puis, vous arrivez dans une entreprise mythique : Ferrari !

« J'ai effectué un travail pour eux durant mon année de diplôme, et j'ai passé un entretien à Maranello où j'ai rencontré le responsable du design. Il m'a proposé un stage de fin d'études que je n'ai pas refusé ! Après mon stage, ils m'ont tout simplement proposé une embauche et je suis resté à Maranello plus de six ans. »

C'est quand même quelque chose de travailler à Maranello !

« Loger et travailler ici quand on est passionné de sport automobile, oui, c'est assez incroyable. Pouvoir aller à l'usine, rencontrer les responsables, c'était

ILLUSTRATIONS : ADRIEN ACQUITTER



- "We had a partnership with Renault for an exchange of about six months with designers. I worked on the Clio V project. It was very rewarding because we worked on the interior as well as the exterior, and even on the colours and materials! At the time, we presented our work to Laurens van den Acker at the Technocentre."

In 2014, were you already hearing talk of Alpine in the design corridors?

"There was already the Gran Turismo project and yes, we could feel a tremor. I imagine it was already the start of the A110 study."

Looking for a work placement during your five years of study seems complicated these days, given the number of students. You chose to do yours at Kiska in Austria. Is that surprising?

"No, because the company is very much geared towards the automotive industry. You should know that in 4th year you have a compulsory placement abroad, or an exchange with another school. I wanted to be at the heart of a company, surrounded by professionals, so that I could progress more quickly. I chose Kiska. They have a Transport Design department and work with Husqvarna and KTM motorbikes. They also work with car manufacturers such as Audi, Opel and other major brands. Going there didn't mean closing the doors on me - quite the opposite. I worked on all kinds of vehicles, and it was very rewarding in a small structure where I was surrounded by many designers of different nationalities."

And then you arrive at a legendary company: Ferrari!

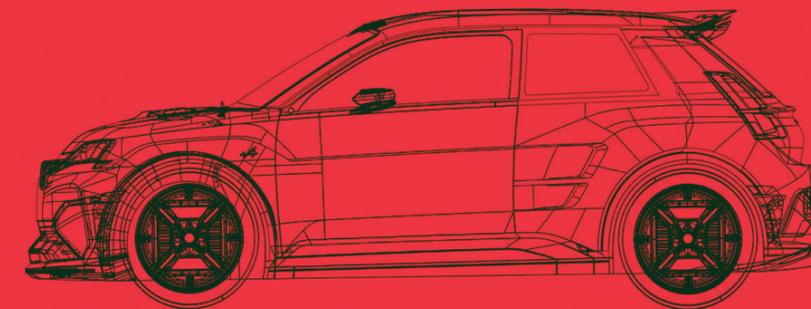
"I did some work for them during my degree year, and went for an interview at Maranello, where I met the head of design. He offered me a work placement, which I didn't turn down! After my internship, they simply offered me a job and I stayed at Maranello for over six years."

It's quite something to work in Maranello!

"To live and work here when you're passionate about motor sport is pretty incredible. Being able to go into the factory and meet the people in charge was pretty crazy, and it's still a period that I wouldn't regret for the world!"

Where is this design centre located?

"It's right in the heart of the factory. It's a new building dedicated to design and customisation for certain customers. Being at the heart of the factory was important for design, to show that everything starts here."



ILLUSTRATIONS : ADRIEN ACQUITTER





assez fou et ça reste une période que je ne regrette pour rien au monde ! »

Où est implanté ce centre de design ?

« Il est implanté en plein cœur de l'usine . C'est un bâtiment récent dédié au design et aux personnalisations pour certains clients. Être au cœur de l'usine, c'était important pour le design, afin de montrer que tout commence ici. »

Pininfarina est encore consultant à l'époque ?

« Quand je suis arrivé, il y avait encore quelques relations sur des projets. Mais les véhicules qui sortent aujourd'hui sont exclusivement dessinés par le design Ferrari. Personnellement, j'ai commencé mon travail par la Pista, le face lift de la 488 et il y a eu l'incroyable SF-90. J'ai œuvré sur ce projet pendant trois ans au moins. Mais j'ai suivi aussi la Monza, qui a bénéficié d'une gestation assez courte, et le projet du crossover Purosangue. »

Vous quittez ensuite Ferrari. Vous en aviez assez des pasta ?

« Avant de partir vers l'Italie, je m'étais dit que j'allais là-bas pour cinq ans, pour au moins suivre un projet de A à Z. Je suis resté plus de six ans et j'ai eu envie de changer. Non pas parce que j'avais l'impression d'avoir fait le tour, car j'aurais pu rester 20 ans chez Ferrari. Chaque projet qui arrivait était incroyable, et on avait envie de travailler sur chacun de ces programmes, mais j'avais envie de faire autre chose. »

Et vous appelez Antony Villain pour le rejoindre ?

« Pas directement. J'ai d'abord contacté Laurent Negrone, designer Alpine, qui était intervenant quand j'étais étudiant à Strate. Je l'ai appelé pour savoir s'il recherchait des designers, et tout s'est fait vite. Antony Villain m'a rappelé et expliqué le futur de la marque et les projets en cours. J'ai été immédiatement séduit car c'était un sacré challenge et une nouvelle expérience de participer à l'expansion de la gamme. C'est ce que je voulais : retrouver une autre équipe et d'autres projets. »

LIGNES/auto a récemment interviewé Frédéric Duvernier, responsable du style extérieur de Lancia. Il évoquait une sorte d'équipe commando. C'est la même chose au design Alpine ?

« Notre équipe est une petite équipe comparée par exemple à celle de Gilles Vidal (design Renault). Nous sommes cinq designers au style intérieur, plus



Was Pininfarina still a consultant at the time?

"When I arrived, there were still a few relationships on projects. But the cars coming out today are exclusively designed by Ferrari. Personally, I started my work with the Pista, the face lift of the 488 and then there was the incredible SF-90. I worked on that project for at least three years. But I also followed the Monza, which had a relatively short gestation period, and the Purosangue crossover project."

Then you left Ferrari. Had you had enough of pasta?

"Before I left for Italy, I said to myself that I was going to be there for five years, to at least follow a project from A to Z. I stayed for more than six years and then I felt like a change. I stayed for over six years and then I felt like making a change. Not because I felt I'd done it all, because I could have stayed at Ferrari for 20 years. Every project that came along was incredible, and we wanted to work on all of them, but I wanted to do something else."

And you called Antony Villain to join him?

"Not directly. I first contacted Laurent Negrone, an Alpine designer who was involved when I was a student at Strate. I called him to find out if he was looking for designers, and it all happened very quickly. Antony Villain called me back and explained the brand's future and current projects. I was immediately attracted, because it was quite a challenge and a new experience to be involved in expanding the range. That's what I wanted: to be back with another team and other projects."

LIGNES/auto recently interviewed Frédéric Duvernier, Lancia's head of exterior styling. He spoke of a sort of commando team. Is it the same at Alpine design?

"Our team is small compared with Gilles Vidal's (Renault design) team, for example. There are five of us working on interior design, plus the person in charge. For exterior design, there are a few more, but yes, we're still a small team."

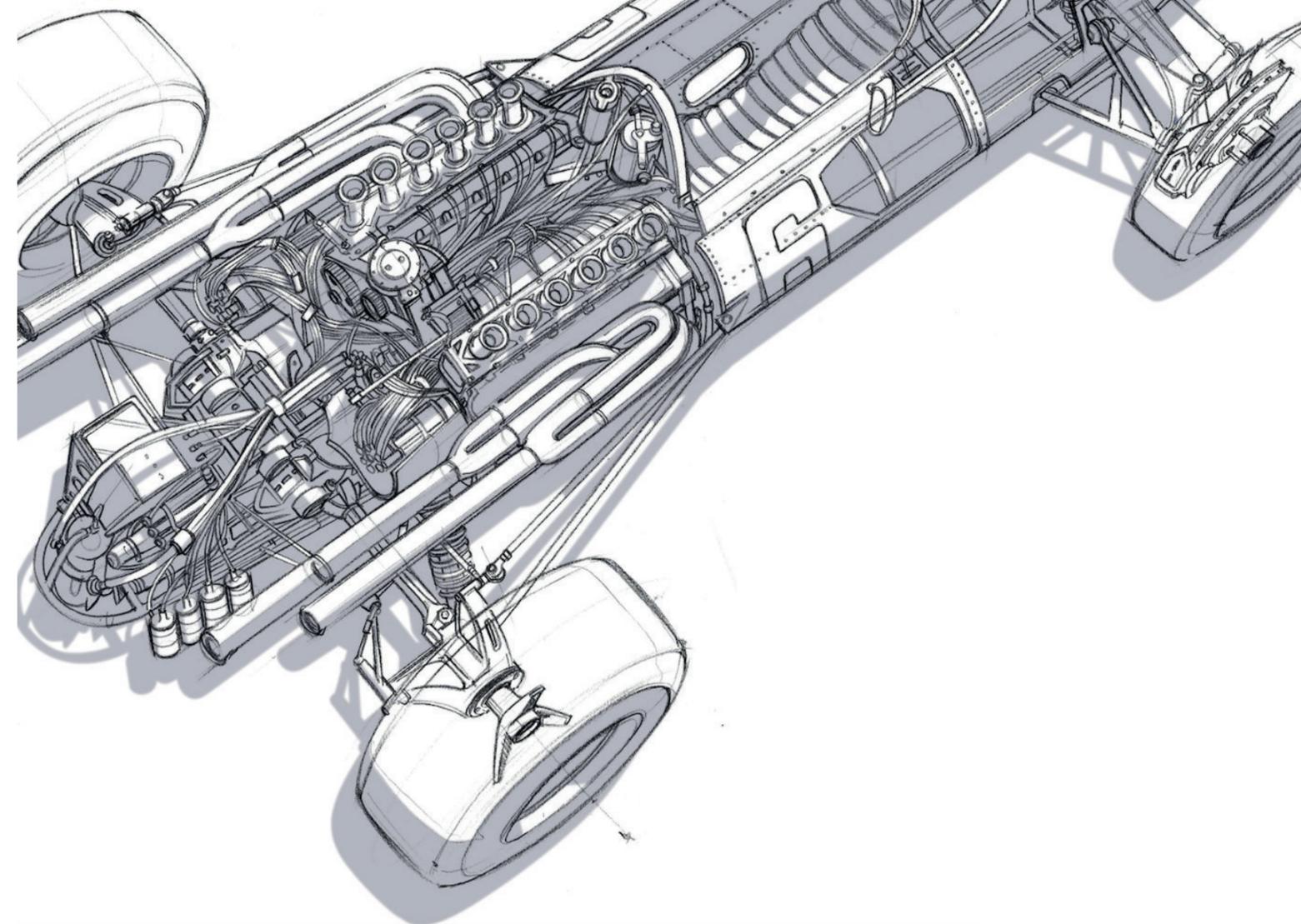
Are you dedicated to Alpine? If Gilles Vidal needs any help, could you swap places?

"We are dedicated exclusively to Alpine design and I think here we already have a lot of vehicles to develop!"

Given the ambitious product plan, perhaps there aren't enough of you?

"For the moment we're doing well. We'll see what happens next."

ILLUSTRATION : ADRIEN ACQUITTER



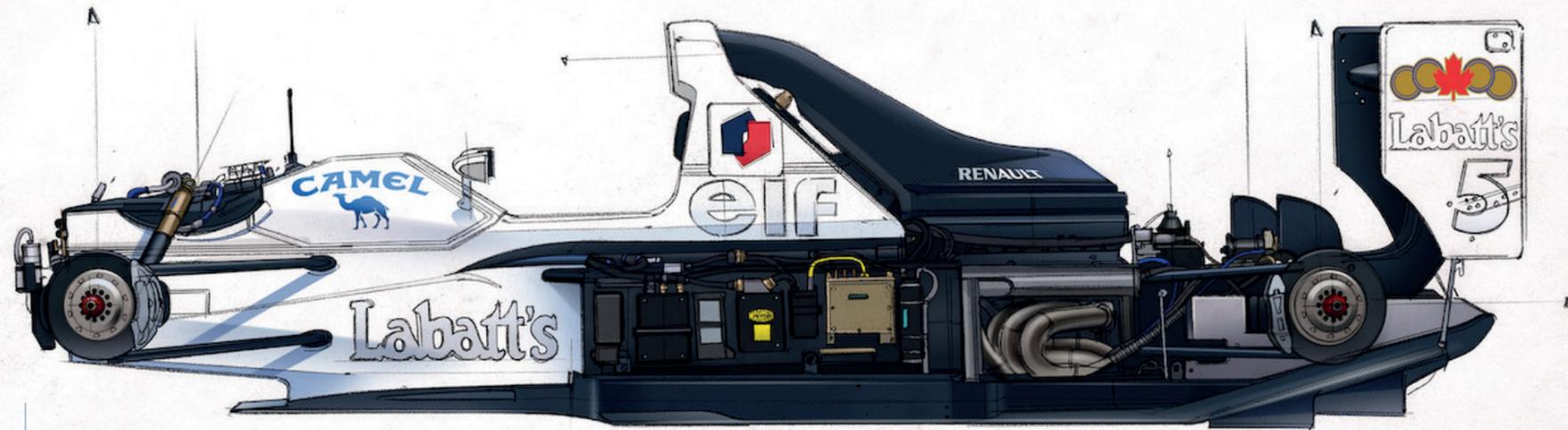
DOSSIER ALPINE

ALPINE FILE



STUDIO DESIGN FERRARI

ILLUSTRATION : ADRIEN ACQUITTER



ACQUITTER 20



●●● le responsable. Au design extérieur, ils sont un peu plus nombreux, mais, oui, on reste une petite équipe. »

Vous êtes dédiés à Alpine ? Si Gilles Vidal a besoin d'aide, vous pourriez faire des échanges ?

« Nous sommes dédiés exclusivement au design Alpine et je pense qu'ici nous avons déjà beaucoup de véhicules à développer ! »

Vu le plan produit ambitieux, vous n'êtes peut-être pas assez nombreux ?

« Si, pour l'instant on fonctionne bien comme ça. On verra pour la suite. »

Puisqu'on évoque le plan produit, étiez-vous au courant du Dream Garage et des trois premiers modèles Alpine lors de votre arrivée ?

« Oui, j'avais connaissance des trois véhicules annoncés (A290, Crossover C-XO GT et A110) mais pour la suite du programme, l'après Dream Garage, je l'ai appris en interne plus tard. Le plan produit est ambitieux, et j'aime relever les challenges. »

Alpine a désormais des visées internationales, et notamment Américaines avec les deux futurs D-XO GT et E-XO GT. On dessine différemment lorsqu'on s'adresse aux clients américains ?

« Alpine ne vise pas seulement le marché américain. Nous allons arriver dans d'autres pays. Mais côté design, je dirais que ce n'est pas fondamentalement différent. Il faut juste prendre en compte un peu plus de normes et de contraintes à absorber, mais notre dessin sera le même. On ne va pas changer notre design en fonction de la région. Les Alpine qui seront vendues hors Europe resteront des Alpine. Et je pense que c'est ça qui fait le succès de la marque à l'étranger : l'histoire d'Alpine, ce qu'elle transmet, et son design de sportive à la française.. »

Antony Villain vous a-t-il parlé des mots clés du design Alpine ? Que sont-ils ?

« Pour le design intérieur, c'est la légèreté qui va primer. Pas seulement visuelle, mais physique. Dès le premier coup de crayon, on va dessiner une pièce pour son utilisation et sa fonction, et donc la légèreté, un élément fort de l'ADN Alpine. »

C'est toujours compliqué d'entendre parler de légèreté avec les voitures électriques. Comme avec les 2,6 tonnes de la Lotus Eletre, marque qui privilégiait la légèreté...

« Alors, les problèmes de batteries, ce n'est pas mon domaine d'expertise !



●●● **Talking of the product plan, were you aware of the Dream Garage and the first three Alpine models when you arrived?**

"Yes, I was aware of the three vehicles announced (the A290, the C-XO GT crossover and the A110), but I learned about the rest of the programme, the post-Dream Garage, internally later. The product plan is ambitious, and I like a challenge."

Alpine now has its sights set on international markets, and in particular the USA with the two future D-XO GT and E-XO GT. Do you design differently when you're targeting American customers?

"Alpine is not just targeting the American market. We're going to arrive in other countries. But design-wise, I wouldn't say it's fundamentally different. We just have to take into account a few more standards and constraints to be absorbed, but our design will be the same. We're not going to change our design depending on the region. Alpines sold outside Europe will remain Alpines. And I think that's what makes the brand so successful abroad: Alpine's history, what it conveys and its French sports car design."

Did Antony Villain tell you about the key words in Alpine design? What are they?

"For the interior design, it's lightness that's going to come first. Not just visually, but physically. From the very first stroke of the pen, we're going to design a part for its use and its function, and therefore lightness, a strong element in the Alpine DNA".

It's always complicated to hear people talk about lightness when it comes to electric cars. As with the 2.6-tonne Lotus Eletre, a brand that favoured lightness...

"So, battery problems aren't my area of expertise! What I can tell you is that when it comes to the interior design of the Alpine, the sensation of lightness will be very much in evidence. But we'll also be focusing on the concept of driving, of course. The emphasis will be on the driver's area, what we call the 'driver's axis', which can be seen on the Alpenglow and the A290 concept car. Then, lightness is achieved through the treatment of small elements and details. When it comes to exterior design, there are always tricks that can be used to achieve this lightness, by playing on the colour scheme, the proportions and, more simply, the original design!"

When you're a brand with smaller volumes than the giants, are you subject to the same desire to use sustainable materials on board?

"Yes, of course, we have to work hard on this, just like our competitors. And



- Ce que je peux vous affirmer, c'est que pour le design intérieur des Alpine, la sensation de légèreté sera bien présente. Mais on s'appuiera aussi sur la notion de pilotage évidemment. On va mettre l'accent sur la partie conducteur, ce qu'on appelle « l'axe conducteur » qu'on devine sur l'Alpenglow et sur le concept-car A290. Ensuite, la légèreté passe par le traitement des petits éléments et des détails. Pour le design extérieur, il existe toujours des astuces pour procurer cette légèreté, en jouant sur le découpage de couleurs, sur les proportions et plus simplement, sur le dessin original ! »

Quand on est une marque avec de plus faibles volumes que ceux des géants, est-on soumis à la même volonté d'utiliser à bord des matériaux durables ?

« Oui, bien sûr, on réalise forcément un gros travail sur ce thème, comme nos concurrents. Et on y arrive. Ça fera même partie de notre communication sur les intérieurs. On essaye de maintenir l'identité de la marque, sans se fermer vers quelques chose de trop rétro, et en se projetant dans le futur de la gamme en créant nos nouveaux intérieurs. »

Côté écrans, serez-vous obligés de puiser sur les étagères de la banque d'organes du groupe Renault ou allez-vous avoir votre liberté d'action ?

« Pour l'IHM, c'est effectivement plus ou moins transversal dans le groupe. Pour les écrans, on a de grandes libertés et on est en train de développer notre propre vision, typée avec l'ADN Alpine, pour les projets en cours. Vous le verrez bientôt, mais c'est trop tôt pour en parler. »

Finalement, vous avez bien plus de boulot que chez Ferrari !

« Non, c'est à peu près identique, car il ne faut pas oublier que Ferrari a quand même une gamme riche, et beaucoup de voitures uniques ou en série limitée. »

A côté de votre métier, vous avez quelques respirations artistiques...

« J'ai certains hobbies qui touchent notamment l'illustration, la photo ou la vidéo. Ce qui est valorisant, c'est que je peux aussi les intégrer à mon domaine professionnel. C'est d'ailleurs un souhait de Laurens van de Acker de pousser les designers à s'exprimer en dehors de leur travail quotidien. »



- we're getting there. It will even be part of our communication on the interiors. We're trying to maintain the brand's identity, without closing ourselves off to something too retro, and projecting ourselves into the future of the range by creating our new interiors."

As far as screens are concerned, will you be obliged to draw on the shelves of the Renault group's organ bank or will you have your freedom of action?

"As far as the HMI is concerned, it's more or less the same throughout the group. As far as screens are concerned, we have a great deal of freedom and we are in the process of developing our own vision, typified by the Alpine DNA, for current projects. You'll see it soon, but it's too early to talk about it."

After all, you have a lot more work to do than at Ferrari!

"No, it's more or less the same, because you mustn't forget that Ferrari has a rich range, and a lot of unique or limited edition cars."

As well as your job, you have a few artistic hobbies...

"I have a number of hobbies, including illustration, photography and video. The good thing is that I can also integrate them into my professional life. In fact, it's one of Laurens van de Acker's wishes to encourage designers to express themselves outside their day-to-day work."



DOSSIER ALPINE

ALPINE FILE

LE POINT SUR LA GAMME ALPINE DU FUTUR



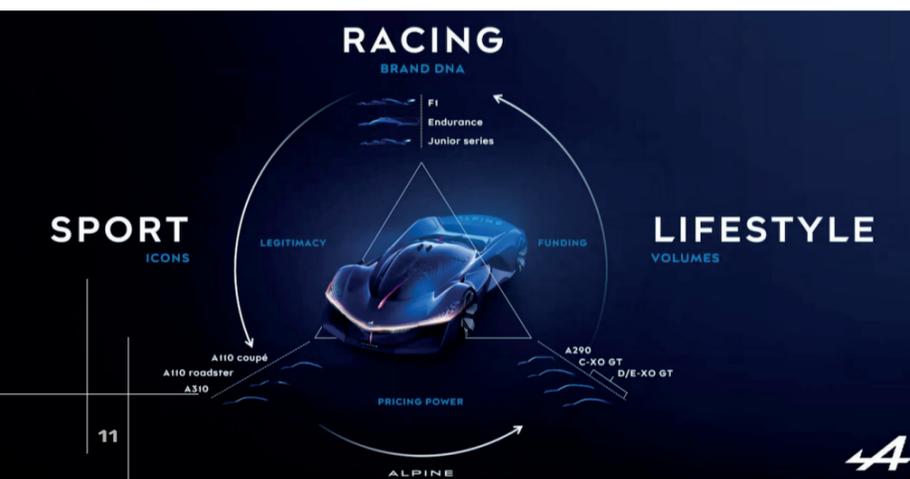
Lorsque la marque Alpine aura dévoilé l'intégralité de son plan produit, soit 7 modèles d'ici 2028, on s'apercevra que pratiquement la moitié d'entre eux seront des crossovers ! Le C-XO GT sur le segment des compacts, le D-XO GT sur le segment des routières et le E-XO GT sur le segment du haut de gamme, porteront à trois les modèles basés sur le concept des crossovers.

Ils feront partie de la ligne "Lifestyle" d'Alpine. La petite A290 s'ajoute à cette lignée. En face, on trouve celle des sportives avec la future A110 (coupé et roadster), et la 2+2 places (A310). Si l'on ajoute que le roadster sera un dérivé de l'A110 et que la E-XO GT sera une version longue de la D-XO GT, on peut sans être dans l'erreur écrire que la moitié de la gamme Alpine - celle des volumes en tous les cas - sera basée sur le concept crossover.

dénommée "APP" pour "Alpine Performance Plateforme". Cette architecture est totalement modulable et accueillera les trois modèles : A110, A110 Roadster et A310. Cette dernière, ci-dessous, disposera d'un empattement et de voies augmentés ainsi qu'un second rang pour deux passagers. La plateforme APP ne sera en revanche pas retenue pour le crossover C-XO GT qui empruntera la sienne au Nissan Ariya. Les passionnés de la marque historique ne doivent donc pas se flageller devant l'arrivée des crossovers qui verront le jour à partir de 2025 pour le C-XO GT, et jusqu'en 2028 pour les deux crossovers à vocation (très) internationale. Car les silhouettes sportives seront bien présentes. Le profil de la future A110 dévoilé lors de la présentation du plan produit. Faut-il s'y fier ? Nous l'avons mis en parallèle avec celui de la Berlinette originelle. La future, 100% électrique, bénéficiera de la version courte de l'APP. On relève un pavillon très bulbeux...



Pourquoi la marque Alpine se tourne-t-elle vers ce type de silhouette ? La réponse est évidente. Si Alpine veut devenir et demeurer une marque rentable tout en restant dans le giron du groupe Renault (entendez par là, sans être vendue...) il lui faut acquérir un seuil de rentabilité qui impose nécessairement du volume. Et ce ne sont pas les futures A110 et A310 qui apporteront ce socle solide, mais bien les silhouettes crossovers, comme le très prochain C-XO GT !



SPORT LINE-UP

LIFESTYLE LINE-UP

FOCUS ON
THE RANGE
OF THE FUTURE

Model	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
A110	EU	→						
A110 Coupe/Roadster			USA	EU	→			
A310						USA	EU	→
A290	EU	→						
C-XO GT		EU	→					
D/E-XO GT						USA	EU	→

ALPINE



Once the Alpine brand has unveiled its entire product plan, i.e. 7 models between now and 2028, it will be clear that almost half of them will be crossovers! The C-XO GT in the compact segment, the D-XO GT in the road-going segment and the E-XO GT in the top-of-the-range segment will bring to three the number of models based on the crossover concept.

They will form part of Alpine's "Lifestyle" line. The small A290 will be added to this line-up. Opposite it is the sports car line, with the future A110 (coupé and roadster) and the 2+2-seater (A310). If we add that the roadster will be a derivative of the A110 and that the E-XO GT will be a long version of the D-XO GT, we can safely say that half of the Alpine range - in terms of volume at any rate - will be based on the crossover concept. You can see from the diagram on the bottom left that the 'sports' part of the range will be based on three brand-new models, all built on the new 'APP' platform, which stands for 'Alpine Performance Platform'. This architecture is totally modular and will accommodate three models: the A110, A110 Roadster and A310. The latter, shown be-

low, will have an increased wheelbase and track, as well as a second row for two passengers. However, the APP platform will not be used for the C-XO GT crossover, which will borrow its own from the Nissan Ariya. Fans of the historic brand should therefore not flagellate themselves at the arrival of the crossovers, which will see the light of day from 2025 for the C-XO GT, and until 2028 for the two crossovers with a (very) international vocation. The sporty silhouettes will certainly be there. On the right is the profile of the future A110 unveiled at the product plan presentation. Should we trust it? We've compared it with the profile of the original Berlinette (1961). The future 100% electric car will benefit from the short version of the APP. The roof is very bulbous... Why has the Alpine brand turned to this type of silhouette? The answer is obvious. If Alpine wants to become and remain a profitable brand while remaining part of the Renault group (by which I mean, without being sold...), it needs to reach a break-even point, which necessarily requires volume. And it's not the future A110 and A310 that will provide this solid base, but rather the crossover silhouettes, such as the very forthcoming Alpine C-XO GT!

ARCHIVES

LA BERLINETTE À MOTEUR AVANT



En 2002, Nissan présente son concept « Z » qui donne naissance un an plus tard au nouveau coupé japonais. Certains pensent chez Renault que c'est à cause de ce projet Nissan que le constructeur a retiré sa Berlinette Z11 du Salon de Genève 2001. Peu importe finalement, puisque c'est aussi grâce à Nissan que le programme W19 d'un coupé sportif est lancé en commun chez le constructeur japonais (il deviendra 370 Z en 2009) et chez Renault Sport (son style sera gelé en 2007). L'Alliance encore toute jeune - 1999 - aurait donc pu porter ses fruits dans un domaine où on ne le l'attendait pas forcément : la renaissance du mythe de la Berlinette ! Renault Sport et ses designers reprennent donc l'architecture technique Nissan, avec un moteur avant et les roues arrière motrices. Nissan envisage de développer avec Renault un nouveau moteur plus petit que celui de la 350 Z, jusqu'alors motorisée par un V6 de 3.5 l. Il s'agit d'un quatre cylindres inédit avec des investissements partagés entre les deux cousins de l'Alliance. L'idée, pour le constructeur français, est de proposer une Berlinette accessible et respectueuse de son ADN avec un moteur léger. Au Japon, Nissan quant à lui n'écarte pas la possibilité de commercialiser un coupé plus petit que le futur 370 Z de 2009 avec ce quatre cylindres. En France, le projet est sous la responsabilité de la petite cellule de design menée alors par Axel Breun. L'objectif est de réinterpréter la Berlinette et donc, de raccourcir physiquement et visuellement le capot avant qui abrite le potentiel nouveau moteur. Au Japon, c'est tout l'inverse : les designers veulent asseoir la voiture sur son train arrière en déportant au maximum la cellule habitacle vers



In 2002, Nissan presented its 'Z' concept, which a year later gave birth to the new Japanese coupé. Some at Renault believe that it was because of this Nissan project that the manufacturer withdrew its Z11 Berlinetta from the 2001 Geneva Motor Show. In the end, it didn't matter, because it was also thanks to Nissan that the W19 sports coupé programme was launched jointly by the Japanese manufacturer (it will become the 370 Z in 2009) and Renault Sport (its styling will be frozen in 2007). The Alliance, still in its infancy - 1999 - could therefore have borne fruit in an area where it was not necessarily expected to: the revival of the Berlinette myth! Renault Sport and its designers therefore adopted Nissan's technical architecture, with a front engine and rear-wheel drive. Nissan plans to work with Renault to develop a new engine, smaller than the one used in the 350 Z, which until now has been powered by a 3.5-litre V6. The idea is for a new four-cylinder engine, with investment shared between the two Alliance cousins. The idea, for the French manufacturer, is to offer a Berlinette that is accessible and respects its DNA, with a light engine. In Japan, Nissan is not ruling out the possibility of marketing a coupé smaller than the future 370 Z of 2009 with this four-cylinder engine. In France, the project was the responsibility of a small design team led by Axel Breun. The aim was to reinterpret the Berlinette and thus physically and visually shorten the front bonnet that housed the potential new engine. In Japan, the opposite was true: the designers wanted to position the car on its rear axle by moving the passenger compartment as far back as possible,

l'arrière tout en allongeant le capot moteur... Ce véritable challenge pour les équipes françaises est merveilleusement bien traité, d'autant que le style respecte les fondamentaux de la Berlinette avec ses optiques avant additionnelles, sa lunette arrière au dessin spécifique et ses petites prises d'air à l'extrémité des ailes arrière qui sont en fait une excroissance des feux. Patrick le Quément va suivre ce projet de près, même s'il n'est pas un adepte d'un style puisant ses sources dans le passé, lui qui pense que le futur n'a de sens que par la voie du progrès. Le Quément aime la révolution qui, pour lui, est une sorte de noblesse de l'art, alors que les Allemands ont par exemple toujours pensé que ce terme de « révolution » était synonyme en France de... « couper des têtes ! » Le problème pour ce projet W19 n'est pourtant pas lié à son style, mais plutôt à sa maternité : Renault Sport est alors dirigé par Remy Deconinck et, on a vu que depuis l'affaire du projet X73, Patrick le Quément et Rémi Deconinck ont des relations situées plutôt aux pôles qu'à l'équateur... Chez Renault Sport, il n'est en outre pas forcément bien perçu d'évoquer le nom d'Alpine à cette époque. A peine le design du projet W19 est gelé en 2007 que Patrick Pélata y met un coup d'arrêt brutal, loin des logiques de style ou d'héritage de la marque Alpine, mais pour des raisons économiques : la crise de 2008 pointe déjà, avec ses restrictions de tous bords. Une fois encore, la renaissance de la Berlinette échoue. On ne le sait pas encore, mais dix ans plus tard, sous la gouvernance de Carlos Ghosn et surtout de Carlos Tavares, la Berlinette va ENFIN renaître !

while at the same time lengthening the bonnet... This real challenge for the French teams was handled marvellously well, especially as the styling respected the fundamentals of the Berlinette, with its additional front lights, specially designed rear window and small air intakes at the end of the rear wings, which are in fact an extension of the lights. Patrick le Quément was to follow this project closely, even though he was not a fan of a style that drew its inspiration from the past, believing that the future only made sense through progress. Le Quément loves revolution, which for him is a kind of nobility of art, whereas the Germans, for example, have always thought that the term "revolution" was synonymous in France with... "cutting off heads! cutting off heads! The problem with the W19 project was not its style, however, but rather its motherhood: Renault Sport was then run by Remy Deconinck and, as we have seen since the X73 project affair, Patrick le Quément and Rémi Deconinck's relationship was more polar than equatorial... At Renault Sport, it was not necessarily well received to mention the Alpine name at that time. No sooner had the design of the W19 project been frozen in 2007 than Patrick Pélata brought it to an abrupt halt, far from the logic of style or heritage of the Alpine brand, but for economic reasons: the crisis of 2008 was already looming, with its restrictions on all sides. Once again, the rebirth of the Berlinette failed. We don't know it yet, but ten years later, under the leadership of Carlos Ghosn and above all Carlos Tavares, the Berlinette will FINALLY be reborn!