



COMMUNIQUE DE PRESSE – MAZDA AUTOMOBILE FRANCE

Le Mazda MX-30 vu par une nouvelle génération de designers produit

- Rachel Griffin et Wisse Trooster partagent leurs réflexions sur le premier véhicule électrique de Mazda
- Des concepts intemporels, directement portés par la philosophie de design Kodo, intègrent, comme jamais auparavant, la notion de durabilité

Leverkusen, 13 novembre 2020. À l'occasion du lancement de son tout premier véhicule électrique, Mazda invite des designers produit résolument avant-gardistes dans l'âme à analyser l'approche de design « human modern » du MX-30. La créatrice américaine d'articles de maison Rachel Griffin et le concepteur néerlandais de produits industriels Wisse Trooster braquent leur regard sur le premier véhicule électrique de Mazda – qui incarne à la perfection le savoir-faire et l'esprit minimaliste de la marque tout en intégrant une réelle dimension de durabilité, autant d'éléments emblématiques de la philosophie du design Kodo de Mazda.

Une vision avant-gardiste du design

Mazda a adopté l'esprit Kodo dans chacun des aspects de son approche stylistique depuis l'adoption de cette philosophie par la marque en 2010. Directement issue du savoir-faire et du minimalisme japonais qui s'inscrivent depuis toujours dans la plus pure tradition du pays du Soleil-Levant, la philosophie Kodo repose sur le principe de « la forme qui suit la fonction », d'où la priorité accordée par Mazda au raffinement, au dynamisme et à la notion de vitalité dans la conception de ses modèles. Pour Ikuo Maeda (directeur du design de Mazda au niveau mondial), cette approche confine même à l'obsession :

« Le style Kodo consiste à créer des véhicules qui incarnent la beauté dynamique de la vie – des véhicules qui suggèrent visuellement différentes expressions de cette énergie. Au Japon, nous pensons que les artisans insufflent littéralement de la vie dans leurs créations ; ainsi, les objets qui reçoivent tout l'amour et la bienveillance de ces artisans possèdent une force vitale ; une véritable âme. En tant que constructeur automobile japonais, nous sommes convaincus qu'une forme façonnée avec soin et sincérité par la main de l'homme possède une âme. »

Le MX-30 intègre la deuxième dimension de la philosophie Kodo : l'expression pure de l'utilité. Imaginée avec le plus grand soin et avec un réel souci d'élégance, cette approche stylistique résolument axée sur l'humain régit la forme et la fonction du premier véhicule électrique de Mazda ainsi que les sensations qui s'en dégagent. Les traditions du minimalisme et du savoir-faire japonais transparaissent tant au niveau de la mécanique du véhicule que de son esthétique.

L'une des principales caractéristiques du MX-30 en matière de durabilité réside notamment dans la compacité de sa batterie de 35,5 kWh qui joue un rôle clé dans la réduction de ses émissions de CO₂ sur l'ensemble de son cycle de vie. De par son poids réduit, elle contribue à garantir au MX-30 d'excellentes performances en termes de tenue de route, d'agilité et d'agrément de conduite notamment : le premier véhicule 100 % électrique de Mazda bat en brèche l'idée défendue par d'autres constructeurs de véhicules électriques, à savoir que « plus c'est grand, mieux c'est ». D'un point de vue écologique, ce n'est pas le cas. Par ailleurs, Mazda a cherché à éliminer tous les éléments superflus, voire inutilement « futuristes », que l'on retrouve sur d'autres véhicules électriques, et a préféré opter pour des



COMMUNIQUE DE PRESSE – MAZDA AUTOMOBILE FRANCE

technologies et matériaux durables tels que le PET recyclé et le liège. Le Mazda MX-30 se veut donc le véhicule électrique des conducteurs conscients des enjeux de demain.

Des designers résolument tournés vers l'avenir

Plutôt que d'inviter des experts automobiles à faire part de leur point de vue sur le MX-30, Mazda a fait appel à une nouvelle génération de designers produit. Dans leur domaine respectif, ces designers adoptent précisément cette approche consistant à allier savoir-faire et minimalisme, tout en gardant à l'esprit la notion de durabilité. La philosophie du design Kodo, et par extension du Mazda MX-30, se reflète dans leur travail.

La designer américaine basée à Rotterdam, Rachel Griffin, est la fondatrice de Earnest Studio. Dans son travail, elle explore les thématiques de la modularité et de la multiplicité, animée par une véritable fascination pour les structures épurées et flexibles tout en abordant la question des matériaux avec une approche directe. Elle qualifie son approche de « minimalisme soft ». Les concepts industriels de Wisse Trooster sont quant à eux axés sur la durabilité et l'évolutivité. Il cherche à insuffler une nouvelle vie à de vieux outils en les transformant en des produits fonctionnels et innovants. Rachel et Wisse braquent tous deux leur regard sur le Mazda MX-30.

L'alliance de la sérénité et de la durabilité

La philosophie de design Kodo de Mazda repose sur trois concepts japonais. *Ma*, la beauté de l'espace vide ; *Sori*, l'alliance de la force et de l'équilibre ; et *Utsuroi*, le jeu d'ombres et de lumières. Le MX-30 introduit la notion de « fonction pure » dans cette approche.

« La forme suit la fonction, et la fonction suit le contexte, explique Rachel Griffin. L'expérience d'utilisation du Mazda MX-30 est axée sur la familiarité des choses, faisant fi de tout élément superflu. Cette approche s'avère idéale, tant du point de vue de la commodité d'utilisation que de la durabilité : nous ne devons pas consommer plus que nécessaire. »

« Ce véhicule contient juste ce dont il a besoin, et s'avère dépourvu de toute source de distraction, déclare Wisse. Mazda a fait du MX-30 un véhicule 100 % électrique, en faisant appel à une batterie compacte dotée d'une autonomie de 200 kilomètres environ. Il y est parvenu sans que ce véhicule ne ressemble pour autant aux autres modèles électriques du marché. Le MX-30 se distingue par une silhouette empreinte de robustesse et par de superbes jantes. » Il s'affranchit de tout élément futuriste pour privilégier à dessein des concepts plus contemporains de préservation et de protection. Les véhicules électriques s'adressent clairement aux conducteurs d'aujourd'hui.

Et Rachel Griffin – qui s'efforce de concilier minimalisme, savoir-faire et durabilité dans chacune de ses créations – d'ajouter : « Les matériaux recyclés présents à l'intérieur du véhicule sont utilisés avec une extrême pertinence et un réel souci du détail, ce que j'apprécie au plus haut point. À l'extérieur, les portes antagonistes attirent irrésistiblement le regard, conférant au véhicule une facilité d'accès incomparable. Ce véhicule est conçu comme un véritable espace de vie. »

Rouler à l'électrique

« Les jeunes font preuve d'une grande adaptabilité aux nouvelles technologies durables, telles que les véhicules 100 % électriques, explique Wisse, un designer qui se préoccupe constamment des besoins des consommateurs finaux conscients des enjeux de leur époque. Il est clair que Mazda laisse percevoir cette adaptabilité dans le design de son MX-30. »



COMMUNIQUE DE PRESSE – MAZDA AUTOMOBILE FRANCE

« L'expérience utilisateur n'est jamais quelque chose que nous pouvons totalement maîtriser, dans la mesure où chaque individu trouvera inmanquablement sa manière à lui d'interagir avec le produit, poursuit Rachel. Mais les nouvelles générations de conducteurs sont de plus en plus conscientes de leur impact sur l'environnement. Grâce à son design judicieusement pensé, le MX-30 rend plus accessible l'idée d'une empreinte environnementale réduite. »

Le premier véhicule 100 % électrique de Mazda ouvre un plus large débat sur la manière dont nous faisons attention à notre style de vie. Il est certain que la nouvelle génération de conducteurs recherche plus que jamais de nouveaux moyens d'inscrire leurs expériences d'utilisation dans une approche plus responsable vis-à-vis de l'avenir – que ce soit en privilégiant une mode durable, en réduisant leur temps passé devant les écrans ou en se connectant à la nature par le biais de l'alimentation et de la pratique d'une activité physique. « Le design a le pouvoir d'influencer nos sentiments », explique Rachel. Dans un monde où nous prenons de plus en plus soin de nos vies, chaque produit se doit de s'inscrire dans une perspective plus large associant la forme, la fonction et les sentiments.

###

David Barrière
Directeur des Relations Extérieures
01 61 01 65 95
david.barriere@mazda.fr

Julie Razurel
Responsable du département Presse et Événements
01 61 01 65 92
Julie.Razurel@mazda.fr

A propos de Mazda

Mazda Motor Corporation est un des principaux constructeurs automobiles japonais avec une production de 1.6 million de voitures par an. L'entreprise a été fondée en 1920 et son siège social se situe à Hiroshima au Japon où la marque dispose de 3 sites de production. La recherche et le développement occupent une place prépondérante chez Mazda avec 5 centres dédiés dans le monde. L'innovation est au cœur de la stratégie de l'entreprise, cela a permis à Mazda de remporter les 24 heures du Mans en 1991 avec une voiture à moteur rotatif ou, plus récemment, de développer les Technologies Skyactiv qui équipent dorénavant tous les nouveaux modèles Mazda. La marque est présente dans 130 pays et compte 38.117 employés. Mazda Automobiles France compte 50 collaborateurs et un réseau de 107 concessionnaires.