



DANS LES COULISSES DU DESIGN SONORE AVEC JEAN-MICHEL JARRE

LE DOCUMENTAIRE

Artiste, compositeur et auteur, pionnier de la musique électronique et passionné de technologie, Jean-Michel Jarre est investi auprès de Renault pour développer la meilleure expérience sonore possible à bord des nouveaux véhicules de la marque. L'un de ses premiers chantiers a été la mise au point, en collaboration avec l'Ircam et les équipes de design sonore du groupe, de deux types de sons pour les modèles électriques et hybrides de Renault : le VSP (Vehicle Sound for Pedestrians), son d'alerte extérieur à basse vitesse pour prévenir les piétons et le son de la séquence d'accueil, lorsqu'on pénètre dans le véhicule.

Le documentaire « Dans les coulisses du design sonore » revient sur les dessous du travail réalisé et montre l'apport de Jean-Michel Jarre en tant que créateur mais aussi en tant qu'ingénieur. Elle met en exergue une collaboration humaine exceptionnelle et explique les nombreux enjeux du design sonore, des premières réflexions jusqu'à la révélation de ces sons sur Scénic E-Tech electric à l'occasion du salon de Munich 2023.

Le son du moteur, celui des clignotants, des « bips » d'écran ou bien encore la restitution audio dans l'habitacle... Voilà plusieurs décennies que Renault a intégré les contraintes du design sonore pour mettre au point ses modèles. Logique pour une marque pour qui les innovations technologiques doivent être « à valeur humaine ajoutée ». Une approche au service des clients et de la société.

« Depuis plus de 30 ans, Renault s'attache à faire des « voitures à vivre ». C'est donc dans notre ADN de prendre soin de nos clients et de les bercer dans le meilleur environnement sonore possible. »

Fabrice Cambolive, CEO de la marque Renault

S'entourer des meilleurs

Le sujet du design sonore a trouvé un nouveau champ d'application avec l'arrivée des premiers véhicules électriques. En l'absence de bruit produit par le moteur, comment « inventer » ce son ? Ainsi, dès 2010 avec le concept DeZir, Renault a proposé un « son VSP » (Vehicle Sound for Pedestrians, son d'alerte extérieur à basse vitesse pour prévenir les piétons) qui allait bientôt se retrouver dans la rue avec ZOE.

La création d'un tel son, ainsi que de tous les autres comme celui de la séquence d'accueil à bord des véhicules, intègre des enjeux majeurs pour une marque comme Renault : mettre le design sonore au service de la sécurité et de l'écologie sonore, pour une vie en ville plus harmonieuse, mais aussi proposer une expérience à bord



chaleureuse et humaine, à l'image de la marque. La technologie pour humaniser la relation entre le conducteur et son véhicule.

Pour cela, les équipes de design sonore de Renault travaillent depuis longtemps avec des partenaires comme l'Ircam (Institut de recherche et coordination acoustique musique, Paris) et le compositeur Andrea Cera. Une liste à laquelle s'est récemment ajouté Jean-Michel Jarre.

Une expérience sonore immersive

L'objectif de ce dernier : aider Renault à développer la meilleure expérience sonore possible à bord de ses nouveaux véhicules, tous électriques ou hybrides. Une expérience immersive, multisensorielle et ultra qualitative, pour que l'on se sente dans sa voiture comme dans son salon. Par exemple en mettant au point les ambiances musicales proposées via le système multimédia, dont un inédit mode « podcast » dédié à ce type de sources. L'idée était aussi de créer à travers un nouveau son VSP et de nouveaux sons de séquence d'accueil une signature sonore empathique, qui exprime la mobilité plus que la vitesse et la puissance.

Cette rencontre entre le monde de la création sonore de Jean-Michel Jarre et le monde des véhicules électriques Renault était pour la marque une opportunité de se différencier et d'affirmer son identité sur un nouveau territoire d'expression jusqu'à présent très peu exploré et très peu exploité.