15/06/2012 - Peugeot lança estúdio de design global voltado aos clientes externos da Marca



Com uma riqueza de conhecimento por seus 200 anos de patrimônio industrial e 120 anos de criação do automóvel, a Peugeot lança em Paris o Peugeot Design Lab, um estúdio de design aberto a clientes fora da indústria automobilística.

O Peugeot Design Lab é um estúdio de design global da Marca, cujo objetivo é desenvolver estratégias de marca fortes e coerentes, de modo a reforçar os valores, os códigos e a identidade do cliente. Sua principal missão é a concepção de produtos, serviços e experiências para uma clientela externa de todos os setores do mercado.
Os recursos técnicos e humanos do Centro de Design Peugeot, onde está localizado o Laboratório de Design Peugeot, dá ao Peugeot Design Lab uma capacidade única nessa área, por meio de três continentes, nas cidades de Paris, Xangai e São Paulo.

Gênese

O Peugeot Design Lab nasceu a partir do impulso da nova identidade corporativa da Marca. Uma equipe dedicada à criação de produtos, que não sejam veículos Peugeot, foi criada com o objetivo de desenvolver essa área de atividade. Essa ambição tornou-se rapidamente uma realidade em função das solicitações que surgiram de empresas externas.
Foi assim que o desejo de disponibilizar todo o 'know-how' da Marca na criação de automóveis tornou-se o fio condutor dessa iniciativa inovadora.
Hoje, o automóvel é, em termos de design, um produto complexo, mas também um dos mais desafiadores. Como destaca Gilles Vidal, diretor de Estilo da Peugeot, “o desafio para os designers de automóveis é ambicioso: antecipar expectativas cada vez maiores de qualidade, segurança e conteúdo, enquanto se prepara para dar um passo à frente no projeto com um estilo que é inovador, atraente e diferente”.
Com sua rica história industrial e com o seu forte know-how em design de automóveis, a Peugeot é capaz de colocar a sua experiência à disposição dos clientes a partir de muitas fontes.

Especialização: Design de Marca Global

Brand Design Global é o próprio fundamento do Peugeot Design Lab. Brand Design Global é o controle de tudo percebido em uma marca, direta ou indiretamente, por meio dos seus produtos, a experiência que oferece aos seus clientes e sua publicidade.
Em um mundo cada vez mais global e competitivo, o Peugeot Design Lab define para seus

clientes uma identidade de marca única, forte e uniforme, absolutamente essencial para a identificação, o sucesso e a durabilidade de uma marca.
O Peugeot Design Lab vai atuar em diferentes domínios:
· Marca de imagem: análise e criação de uma estratégia de marca, pela definição de uma visão, uma filosofia de estilo e uma linguagem positiva;
· Criação: integração da identidade de uma marca com a criação de um ou mais produtos ou serviços. Mais do que produtos e serviços, esse trabalho também envolve os materiais e as cores usadas, os gráficos e os logotipos;
· Desenvolvimento: trabalho sobre a concepção de produtos em 2D e 3D, pesquisa criativa, combinando os requisitos dos procedimentos utilizados e a criatividade relacionadas ao projeto;
· Industrialização: a concepção de produtos ou serviços que tenham em conta as limitações técnica e industrial, modelagem e criação de protótipos;
· Comunicação: envolvimento com todos os materiais visuais e eventos relacionados para destacar o valor dos produtos ao nível da comunicação final.

Imagem da Marca
Cada marca é única. Cada uma possui seu próprio DNA, história, valores e ambições, que se combinam para criar um mundo que é específico para isso. O papel do Peugeot Design Lab é ajudar na definição, ilustrando a visão da marca, bem como o imaginário associado que irá realizar esta visão.
O Peugeot Design Lab, em seguida, transforma essa informação em uma assinatura poderosa, associada a um visual global. Para isso, o Peugeot Design Lab determina uma filosofia de estilo, associada a uma linguagem forte e distinta que, naturalmente, comunica os valores e a identidade da marca por meio de seus produtos. Essa filosofia também se aplica aos materiais, cores, gráficos e logotipos.

Criação
“Toda a imaginação e a criatividade dos designers, aliadas ao rigor e à exigência requeridos para a criação de um automóvel, serão aplicados para o desenvolvimento de produtos e serviços para clientes externos em todo o mundo”, declarou Vincent Rambaud, Diretor Mundial da Peugeot.
Localizado no Centro de Design Peugeot, o Peugeot Design Lab dispõe de uma equipe dedicada de especialistas, bem como acesso aos recursos e talentos dos vários centros de design localizados em Paris, Xangai e São Paulo.
O trabalho sobre a concepção de produtos faz parte da extensão da definição da identidade do design da marca. Esta etapa consiste em uma pesquisa livre e gráfica, criação pura, a fim de chegar a futuros conceitos inovadores, ideias e tratamentos estéticos que são os mais atraentes e pertinentes.

Desenvolvimento
Mesmo as melhores ideias por si só não garantem o sucesso de um projeto ou produto. A fase de desenvolvimento do design, que integra as várias exigências técnicas de fabricação, é então realizada por designers especialistas em 3D e engenheiros experientes.
A modelagem é totalmente integrada ao processo. É realizada por meio da interação entre a modelagem digital e o desenvolvimento físico, utilizando máquinas de usinagem e scanners 3D.

A fase de modelagem física é absolutamente necessária para apreciar o projeto. A concepção e criação de protótipos são possíveis, do mais simples ao mais realista.

Industrialização
A qualidade é um fator decisivo para uma imagem de marca forte. Os designers e engenheiros estão constantemente preocupados com a valorização e melhoria da imagem pelo design e um nível superior de qualidade percebida.
A qualidade percebida desempenha um papel importante na concepção durante as fases de industrialização. Essas duas fases são igualmente determinantes para o sucesso do produto, seja por meio de um trabalho rigoroso sobre a qualidade percebida, ou sobre o tratamento da montagem, assim como na escolha dos materiais. Os designers de materiais e cores, envolvidos desde o início de um projeto, determinam os materiais que melhor representam o estilo que transmite a imagem da marca.

Comunicação
Cada produto requer uma comunicação coerente e ao nível adequado. Uma comunicação eficaz destaca as características dos produtos e enriquece a imagem de uma marca.
Ela é, portanto, criada e adaptada para todos os clientes-alvo, e para todos os tipos de mídia, e para onde quer que uma marca esteja interagindo com seus clientes: eventos, stands, pontos de venda, internet, fotos, vídeos, modelos, catálogos, folhetos...
O trabalho do Laboratório de Design Peugeot nesta área pode variar de conselhos sobre a apresentação (recomendações sobre ângulos de visão, fotografias, locais, ambientes, modelos, apresentação de produtos) à direção artística. Ele também pode estender a aplicação por meio de uma equipe de especialistas internos.

Modelo de negócio
O Peugeot Design Lab oferece várias maneiras de trabalhar que podem ser adaptadas às diversas necessidades e modelos de negócios dos clientes e seus projetos.
As tarefas de aumentar o valor de uma marca e desenvolvimento de seus produtos representam projetos de longo prazo que são definidos como um investimento estratégico. A escolha para se comunicar, ou não, sobre esta colaboração é deixada ao cliente do Peugeot Lab Design.
A criação de novos produtos pode também dar origem a um co-investimento compartilhado entre o Peugeot Design Lab e da marca do parceiro. Dependendo do grau de envolvimento, isto pode variar de parceria para co-branding.
A Peugeot sempre demonstrou, ao longo de sua história, o forte compromisso social. O Peugeot Design Lab vai continuar com essa tradição, abrindo suas portas para certos projetos sem fins lucrativos.

Organização
O gerente de Design Peugeot Lab é Cathal Loughnane. De nacionalidade irlandesa, ele assume o controle do estúdio após 12 anos trabalhando no design das marcas do Grupo PSA (design de interiores e carros-conceito). Ele se reporta diretamente a Gilles Vidal, diretor de Estilo Peugeot.
Gilles Vidal - Diretor de Estilo Peugeot
Gilles Vidal, de 39 anos, graduado do Art Center College of Design em Vevey (Suíça), se

juntou ao grupo PSA Peugeot Citroën em 1996. Por 11 anos ele contribuiu para a renovação dos estilos do grupo, trabalhando com Jean-Pierre Ploué. É, desde 2010, diretor de Estilo Peugeot.
Trabalhou na definição da nova identidade da Marca, apresentada oficialmente em 2010, com o concept-car SR1, que inspirou, em especial, as linhas do 208, lançado em abril de 2012.
Cathal Loughnanne - Gerente do Peugeot Design Lab
Cathal Loughnane, de 34 anos, é designer de nacionalidade irlandesa, graduado como engenheiro no Instituto de Tecnologia de Dublin (Bolton ST). Juntou-se à PSA Peugeot Citroën em 1999, trabalhando no design de interiores de veículos e no desenho de carros-conceito, antes de ser nomeado o responsável do Peugeot Design Lab.

Portfólio
Para o seu lançamento, o Peugeot Design Lab desenvolveu um portfólio apresentando sua visão de vários produtos: um veleiro, uma lancha, um avião e um relógio. O estúdio também apresenta duas criações já colocadas a venda, as bicicletas DL121 e DL122.

Concept Yacht
Este conceito de um veleiro de 30 metros propõe uma arquitetura original, que integra perfeitamente o telhado às linhas do casco. A ampla superfície envidraçada proporciona um nível excepcional de luz natural em seu interior.
As áreas da cabine estão posicionadas no centro, cobertas de madeira. Assim, libera-se espaço, permitindo total liberdade de circulação e segurança no barco. Dispositivos automáticos enrolam e armazenam as cordas, e guinchos elétricos permitem um bom controle do barco.
Sua grande simplicidade no uso e controle proporciona grande prazer e segurança a bordo, sem sacrificar o desempenho ou estilo.

Concept Power Boat
Este é um conceito inédito de uma luxuosa lancha motorizada de dois lugares. Com suas proporções alongadas e perfil elegante, sugere potência e alto desempenho.
Seu casco reto, fino e alongado facilita o deslocamento por meio de ondas e oferece excepcional estabilidade e velocidade. O acabamento é exclusivo com a estrutura do casco em cinza, e a superfície superior em madeira. Uma escada perfeitamente integrada na parte traseira leva o ocupante até uma plataforma flutuante que facilita o acesso a um cais.
O tratamento interior lembra o mundo dos automóveis de luxo em todos os aspectos. Cada parte interna é trabalhada em um estilo distinto e uniforme com especial atenção aos detalhes de acabamento. A lancha está equipada com equipamentos de alta tecnologia, como, por exemplo, telas multifuncionais sensíveis ao toque.

Concept Jet
O conceito de jatos executivos foi inspirado no mundo do carro-conceito HX1. O avião oferece uma visão luxuosa, hi-tech e exclusiva para viagens de luxo. Ele tem uma identidade forte, em linha com todas as suas inovações.
Essa identidade é caracterizada por uma fuselagem perfeitamente perfilada, que integra seus motores a jato dentro de seu contorno, como um avião-caça. No mesmo espírito, a cauda tem duas aletas, um desenho inédito neste tipo de aeronave. Já as asas incluem uma iluminação

muito tecnológica em suas bordas.
A parte interna da aeronave recebeu um tratamento de luxo, eficiência ergonômica e leveza. De concepção modular, é possível acomodar entre 8 e 14 passageiros, por meio de um sistema de assentos escamoteáveis.

TP001 Sports Watch
TP001 é um relógio tecnológico destinado ao uso esportivo.
A caixa em titânio preto fosco é dimensionada de forma reduzida para abrigar o mecanismo do relógio e otimizar o peso. Os grandes botões laterais são reforçados para resistir a uma utilização severa.
Exclusivo e ergonômico, o relógio alia alto desempenho e estética.

DL121 Bike
A DL121 é um exercício de pesquisa de identidade gráfica, cores e materiais. Produzida em edição limitada, não apresenta nenhum compromisso estético relacionado com sua utilização: é situada na fronteira entre o mundo da bicicleta e da arte.
Esta bicicleta-conceito é o resultado de reflexões feitas a partir de contrastes:
· Contraste entre a função e o acabamento, ela associa o trabalho em cores e materiais refinados com um objeto básico;
· Contrastes na aparência, sobre o tema gráfico: a frente apresenta um aspecto de cobre rico e profundo, enquanto que a parte traseira é coberta por um branco fosco, puro e luminoso.
Entre outras coisas, a DL121 apresenta uma bolsa inovadora. Ela está integrada e engenhosamente montada no quadro da bicicleta. Um zíper duplo dá acesso ao espaço interior para a acomodação de objetos compactos, como um tablet, por exemplo.

DL122 Bicycle
O DL122 foi concebido para responder a novas questões de mobilidade urbana e desenvolvimento sustentável.
Nesta perspectiva, a bicicleta-conceito DL122 é ágil, leve, compacta e prática. Ela traz uma funcionalidade inigualável em seu segmento. A capacidade de armazenamento pode acomodar uma mochila de laptop, que fica protegida por um moderno dispositivo anti-furto. O desenho da bicicleta se mantém puro e dinâmico.
O tratamento de materiais apresenta um aspecto que é ao mesmo tempo elegante e descontraído.
Parte do quadro é feito em madeira, que confere uma imagem de modernidade. Os revestimentos do selim, manoplas e alças, bem como a bolsa criada especialmente para a bicicleta, são feitos inteiramente à mão, por artesãos que trabalham nos carros-conceito da Marca, e com a mesma exigência de qualidade e design.