

# 1. Du nouveau de la Porsche AG

Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft mbH & Co. KG (Porsche Design Group)

## Une voie unique pour la présentation de la marque Porsche en dehors du domaine automobile



C'est sous la coordination de la société Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft (Porsche Design Group) que la Porsche AG et le Groupe Porsche Design ont décidé, en 2003, une ligne de conduite unique pour leurs marques d'accessoires.

S'il existait jusqu'ici des accessoires signés de la marque « Porsche Design », « Design by F.A. Porsche » ainsi que des produits de la section « Selection » de la Porsche AG, il ne sera plus question à l'avenir que d'une seule marque-maître: Porsche Design. Au-delà de Porsche Design, la sous-marque « Porsche Design Driver's Selection » fut créée. Sous ce nom ont été rassemblés tous les anciens produits de la gamme Selection. Les produits spécifiques aux véhicules apposés du monogramme ou du logo Porsche, destinés aux propriétaires et admirateurs de la marque, continuent à être distribués par les Centres Porsche et via Internet ([www.porsche.de/shop](http://www.porsche.de/shop)). Le Porsche Design Group a développé à cet effet un nouveau concept d'espace-boutique.

D'autre part, Porsche Design a l'intention de s'agrandir d'ici les prochaines années pour devenir un des leaders

des marques de luxe sur le segment des accessoires de grande valeur. L'offre comprend bien entendu les accessoires classiques pour hommes, comme les montres, lunettes, couteaux, parures d'écriture, sacs de voyage, articles de maroquinerie, accessoires à tabac et chaussures. Cette panoplie de produits sera élargie en temps voulu pour accueillir une ligne de mode et de parfums, d'équipements de sport ainsi que des appareils électroniques. Par rapport aux produits offerts par la collection Porsche Design Driver's Selection, le prix, et par conséquent, la valeur des articles, seront tirés vers le haut et l'affectation superflue à un véhicule spécifique disparaîtra. Les produits Porsche Design seront donc distribués par des voies de commercialisation propres et non dans les Centres Porsche.

Le premier magasin Porsche Design Store de cette nouvelle génération fut officiellement inauguré le 19 janvier 2005 à Berlin. D'autres boutiques ouvriront leurs portes dans le monde entier au cours des prochaines années.

« Ce n'est pas seulement aux vitrines avec leur agencement habituel mais

à la boutique elle-même de refléter l'image des produits. C'est mission accomplie avec cette Gate to the future, une porte vers l'avenir », à Matteo Thun (le designer des boutiques Porsche Design Stores) de commenter sur ce concept commercial particulier. Cette porte virtuelle se compose de trois écrans à plasma, situés sur le mur gauche, central et droit du magasin, ainsi que d'une Scantable, un bloc carré d'ardoise posé au milieu de l'espace et dans lequel scanner et moniteur sont intégrés. Dès qu'un client pose un article sur cette Scantable, apparaissent sur les trois écrans à plasma, des animations visuelles accompagnées d'images et d'informations relatives au produit. C'est ainsi qu'est obtenue une impression virtuelle de porte s'ouvrant vers le futur.

Une autre nouveauté fait son apparition dans la structure architecturale de la boutique : le night-shopping : le client peut maintenant, de nuit, feuilleter de manière interactive toute la gamme de produits par le biais de flèches apposées à la vitrine. Cette commande à effleurement permet de consulter tous les articles en vitrine ainsi que les informations correspondantes.

Les boutiques comme celle de Berlin étaleront l'ensemble de la palette de produits de Porsche Design, soulignant ainsi le concept et la philosophie de la marque. D'autres voies de distribution sont également en cours d'élaboration, tels les magasins de franchise, les systèmes d'espace-boutique des grands magasins ou encore les magasins spécialisés de luxe.

La Rédaction des Porsche Club News

## Une présentation sportive pour le nouveau Boxster Porsche



C'est selon la devise « Pure Driving – Where Sport begins » que s'est tenue, du 25 octobre au 4 novembre 2004 sur la Costa del Sol ibérique, la présentation du nouveau Boxster par les concessionnaires Porsche. La firme Porsche avait concocté un programme des plus particuliers. Depuis la piste de l'aéroport, c'est sans transit que le nouveau véhicule fit son apparition dans l'enceinte du Terminal Porsche, spécialement édifié pour l'occasion. Cette ancienne partie de l'aéroport de Malaga fut remise en service puis équipée exclusivement pour l'événement Porsche.

L'opération s'est traduite par de nombreux avantages pour les onze groupes de concessionnaires présents, soit environ une centaine de passagers : pas de file d'attente ni à la sortie, au contrôle douanier ou encore à l'arrivée des bagages. Bien au contraire, c'est une réception des plus agréables qui attendait nos hôtes, avec une mise en contact direct avec la star des 24 heures à venir, le nouveau Boxster Porsche.

Dans un premier temps pourtant, aucun signe de la vedette dans l'audi-

torium du Terminal Porsche. L'heure était venue pour un bref discours de bienvenue tenu par Hans Riedel, Directeur de la Distribution et du Marketing de la Porsche AG, qui fit ensuite place, sur le devant de la scène, au plus sportif parmi les modèles Roadster. La projection de films mit l'accent sur les ambitions sportives qui se dessinaient derrière le projet 987. Le Roadster fit ensuite son entrée au devant de l'estrade des hôtes : derrière deux immenses panneaux retentit un vrombissement. La mise en scène laissait légèrement deviner une silhouette, avant que le rideau ne soit finalement

levé pour faire plein-phare sur les nouveaux Boxster et Boxster S grâce à un captivant jeu de lumières.

Comme si cela n'avait pas suffi pour atteindre l'émerveillement du public, le rideau devant l'imposante paroi de verre du bâtiment se leva au même instant pour laisser libre cours au spectacle à l'extérieur. Une longue file de modèles Boxster était en exposition devant le Terminal Porsche. Le plaisir suscité pouvait se lire sur les visages des concessionnaires lorsque la présentatrice Eve Scheer leur annonça qu'ils feraient le trajet jusqu'à leur hôtel Puente Romano de Marbella au volant du nouveau Boxster afin d'en faire connaissance par une approche des plus sportives.

Une fois arrivés à bon port, les concessionnaires profitèrent de quelques moments de repos avant le message d'accueil du Président Directeur Dr. Wendelin Wiedeking. Ils assistèrent ensuite dans la Boxster Arena, à une réunion d'affaires qui associa à merveille un contenu informatif et distrayant, ayant pour principal objectif de transmettre toutes les données relati-





ves au nouveau véhicule et à sa commercialisation.

A l'extérieur de la Boxster Arena, les participants furent ensuite invités à contempler un spectacle passionnant de Flamenco. De la musique traditionnelle les accompagna jusqu'à l'heure de la manifestation nocturne organisée au restaurant de la plage de l'hôtel. Des spécialités culinaires espagnoles et un barbecue furent garants du bien-être gastronomique. Plus tard, un tirage au sort permit de désigner le gagnant du croquis du Boxster qui avait été dessiné auparavant en quelques secondes lors de la réunion d'affaires par le designer Porsche Grant Larson. Un feu d'artifice des plus spectaculaires sur le littoral fut un autre point culminant de la soirée qui se termina en toute convivialité.

Le programme du lendemain fut matinal, si matinal que les concessionnaires purent admirer le lever de soleil sur les routes des montagnes environnantes au volant du Boxster. C'est

un panorama sur le paysage exceptionnel qui s'ouvrit devant eux. Objectif de cette ballade : le circuit automobile « Ascari Race Resort », lové dans un environnement naturel unique, à proximité de Ronda.

Nulle part ailleurs on aurait pu mieux mettre en avant la puissance accrue de 12 CV (20 CV sur le Boxster S) du moteur six cylindres du roadster qui innove, en outre, en étant le premier au monde à assurer la protection des passagers grâce à un airbag de tête se déployant en cas de collision latérale. Les concessionnaires ont pu testé la boîte 5 vitesses optimisée par un raccourcissement des courses du levier, ou encore la boîte 6 vitesses du modèle S. Ils furent épatés par les nouvelles possibilités offertes par un châssis au train arrière élargi et par les roues de taille supérieure.

Pour finir, les invités purent une dernière fois profiter des routes magnifiques du sud espagnol avant de rejoindre le Terminal Porsche de l'aé-



roport de Malaga. Ils eurent chacun l'occasion, avant l'embarquement, de faire quelques achats avant l'embarquement au nouvel espace-boutique de la Porsche Design Drivers' Selection. Ce programme rempli de 24 heures riches en émotions prit fin dans une chaleureuse atmosphère, tout en laissant pour la plupart des impressions indélébiles. L'attraction principale reste un véhicule de sport qui ne peut que se réjouir de la future compétition sportive face à ses concurrents : le nouveau Porsche Boxster.

La Rédaction des Porsche Club News