MOLSHEIM
14/07/2022

BUGATTI ET « LA VIE EN BLEU »



À l'occasion de la Fête Nationale Française, Bugatti explore son lien intime avec la couleur « French Racing Blue », de ses origines dans le sport automobile à son évolution pour les hypersportives exclusives. A l'aube d'une nouvelle ère pour Bugatti, ce bleu se réinvente.

Depuis les premiers succès en sport automobile de la Bugatti Type 35 jusqu'à la révélation de la Chiron[1] qui a marqué son époque, le « French Racing Blue » a toujours été au cœur de l'identité et du mode de vie selon Bugatti : « La Vie en Bleu ». Au fil du temps, il est devenu le symbole des performances extraordinaires et de la suprématie de Bugatti dans le sport automobile mondial et représente depuis lors le meilleur de l'ingénierie, de l'innovation et du design français. Alors que Bugatti entre aujourd'hui dans une toute nouvelle ère, la marque repense le « French Racing Blue ».
Achim Anscheidt, Directeur du Design chez Bugatti, a déclaré : « Le bleu représentatif de la course automobile française ou « French Racing Blue » est synonyme de passion, de succès

2026 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

dans le domaine du sport automobile et de patriotisme. Les premières voitures de course françaises, y compris de nombreux modèles Bugatti — comme l'hégémonique Type 35 — étaient parées d'un bleu vibrant immédiatement reconnaissable par les spectateurs, alors même que ces bolides vrombissaient à plus de 160 km/h devant leurs yeux. »

Cette couleur emblématique a été amenée à évoluer au fil des années, au même titre que les véhicules Bugatti. La légende raconte que la femme d'Ettore Bugatti, Barbara, aimait fumer des cigarettes « Gauloises », et que leur emballage bleu clair aurait inspiré la première teinte de « French Racing Blue ».

« Les Bugatti d'avant-guerre du début des années 1920 arboraient une nuance de bleu légèrement turquoise, très claire, qui s'est ensuite transformée en un bleu foncé plus saturé au milieu des années 1920 — celle que les « Bugattistes » et les passionnés de la marque associent, aujourd'hui encore, avec les voitures de course de Molsheim. Plus tard, dans les années 1930 — à l'époque de Jean Bugatti — l'application de deux teintes est devenue très populaire sur les voitures de tourisme comme sur les véhicules de course, faisant de l'association du bleu vibrant et du bleu turquoise clair la marque de fabrique des Type 57 Tank, victorieuses au Mans. C'est à cette période que l'identité de la marque basée sur l'utilisation de deux teintes pour la carrosserie, encore au cœur de l'ADN du design Bugatti aujourd'hui, est née. « Les voitures Bugatti et le bleu dans toutes ses nuances étaient si étroitement liés qu'au fil du temps, le bleu de course français ou « French Racing Blue » est peu à peu devenu le « Bleu Bugatti ». » explique Anscheidt.

Quand Bugatti s'est réinventé avec l'arrivée de la Veyron au début des années 2000, l'équipe de designers s'est mise en quête d'un nouveau « Bleu Bugatti » pour marquer cette toute nouvelle ère pour la marque. En 2007, après avoir analysé avec soin les nombreuses nuances de bleu utilisées depuis la fondation de l'entreprise en 1909, Bugatti a dévoilé ses nouvelles interprétations de cette couleur pour célébrer la renaissance de la marque sous l'égide du groupe Volkswagen. Un bleu plus chaud, un bleu plus froid, un bleu neutre et — très important pour ce nouveau tournant marqué par l'utilisation de la fibre de carbone — un carbone bleu, ont été définis.

Le processus de création de cette couleur est le résultat de centaines d'heures de recherche, puisant dans l'héritage de Bugatti. Grâce à des modèles authentiques des premières voitures Bugatti, pionnières de la marque, présentés lors de Concours d'Elégance comme celui de Pebble Beach ou de Villa d'Este, il a été possible de mettre la main sur des échantillons de peintures d'origine soigneusement conservés. Il a fallu ensuite retravailler ces teintes pour les faire correspondre aux normes de qualité actuelles et aux goûts modernes.

Anscheidt explique: « Les premières peintures étaient souvent fabriquées à partir de ce que les ouvriers avaient sous la main. Elles ne correspondent plus aux normes actuelles et nous ne pourrions tout simplement plus utiliser ces peintures d'origine de nos jours. Aujourd'hui, nous devons créer quelque chose d'intemporel, qui reflète les lignes et le style des Bugatti classiques et modernes. »

Dans les véhicules modernes de Bugatti, l'utilisation du « French Racing Blue » ne se limite pas qu'à la carrosserie. Des coutures complexes pleines de contrastes habillent les intérieurs en cuir et un processus particulièrement difficile d'anodisation de l'aluminium est utilisé pour les surfaces. La création d'un aluminium anodisé bleu, par exemple, est extrêmement complexe, particulièrement lorsque la nuance de bleu se doit d'être uniforme sur l'ensemble

des composants de la voiture. Chaque pièce d'aluminium réagira différemment au cours de ce processus.

Alors que Bugatti écrit aujourd'hui une nouvelle page de son histoire avec l'alliance Bugatti-Rimac, la dernière réinterprétation du célèbre « French Racing Blue » et la définition d'un nouveau « Bleu Bugatti » s'inscrivent déjà comme des éléments essentiels de la future identité de la marque. Cette nouvelle identité doit se doter d'une teinte intemporelle, reconnaissable au premier coup d'œil et rendant hommage au riche héritage de Bugatti. Ce nouveau « Bleu Bugatti » doit refléter « La Vie en Bleu », le style Bugatti, pour les propriétaires comme pour les fans et les passionnés, et ce en digital comme en physique. Mais évidemment, le plus important sera son utilisation pour la future gamme de véhicules Bugatti.

Anscheidt conclut : « Il est important pour nous aujourd'hui de revoir chaque aspect de nos phases de conception, d'ingénierie et de production. Bien sûr, nous travaillons selon les principes fondamentaux de Bugatti que sont la vitesse, le luxe, la beauté et l'innovation, mais nous faisons aussi plus que jamais attention à la durabilité. Et la création d'un nouveau « French Racing Blue » axé sur la durabilité est déjà en cours. Nous examinons l'ensemble de nos processus, du début à la fin, et nous réévaluons tous nos matériaux. Nous devons réfléchir à notre façon de récolter la laine ou de créer des textiles et à ce qui est aujourd'hui considéré comme un matériaux noble. Pour exemple, si nous nous replongeons dans le passé, nous nous apercevons que les chauffeurs étaient assis sur du cuir — cette matière n'étant pas considérée comme luxueuse à l'époque — tandis que les membres de la noblesse, eux, prenaient place sur de la soie et d'autres textiles précieux. C'est aujourd'hui quelque chose qui nous fait réfléchir à l'aube d'une nouvelle ère pour Bugatti. »

Contact pour la presse
Nicole Auger
Head of Marketing and Communications
communications@bugatti.com

---

[1] Chiron: WLTP consommation de carburant en l/100 km : basse 44,6 / moyenne 24,8 / élevée 21,3 / particulièrement élevée 21,6 / combinée 25,2 ; émissions de CO2 combinées, g/km : 572 ; classe d'efficacité énergétique : G