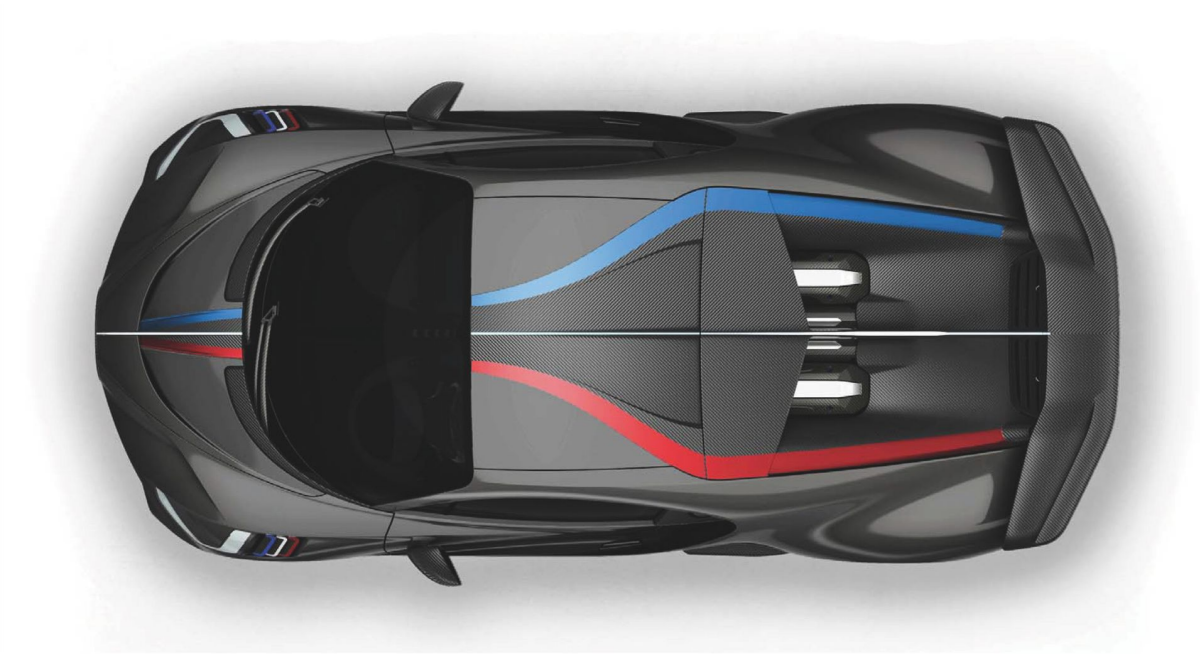
MOLSHEIM
07/05/2020

CONFIGURATION DE LA BUGATTI DIVO — FABRICATION SUR MESURE



La conception personnalisée fait de chaque Bugatti Divo une pièce unique.

Puissance extrême et exclusivité. Les hypersportives de Bugatti étaient toujours à la pointe de l'industrie automobile. Ces pièces uniques de qualité supérieure sont développées et réalisées de manière artisanale avec un grand amour du détail.
La Bugatti Divo[1] n'échappe pas à la règle : elle compte, sans aucun doute, parmi les hypersportives les plus extraordinaires au monde. Ce coupé en édition limitée de 40 véhicules seulement fait renaître la longue tradition de coach-building du constructeur de luxe français. Après deux années de travail conceptionnel, les premiers de ces véhicules vendus à cinq millions d'euros par pièce, minimum, vont bientôt être livrés à des amoureux de Bugatti qui attendent leur exemplaire avec impatience.

« Chaque Divo est une pièce absolument unique, ce qui constitue le luxe ultime. Cette hypersportive extrêmement performante, en édition limitée, présente un caractère très exclusif, explique Stephan Winkelmann, Président de Bugatti. La Divo offre une accélération latérale

2026 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

exceptionnelle, ainsi qu'une grande maniabilité. C'est une voiture qui doit figurer dans toute collection d'hypersportives Bugatti digne de ce nom. » Ce qui la distingue, c'est non seulement son poids plus faible, son design progressif et son aérodynamique sophistiquée, mais aussi la façon dont elle matérialise les idées de son propriétaire.

Un grand nombre de clients ayant commandé une Divo ont opté pour des finitions uniques, personnalisant les couleurs et les matériaux au niveau de la peinture, du cuir et des broderies Ils apportent leurs propres idées de design pour créer un véhicule qui leur ressemble. « La Divo est ainsi totalement réalisée sur mesure », explique Laure Beneteau, Sales and Operations Manager chez Bugatti. Cette française de 37 ans travaille pour la marque depuis 2006 et a, depuis, accompagné des clients pour la configuration de plus de 400 Veyron et 300 Chiron[2]. Depuis 2018, elle s'occupe également des acheteurs de la Divo. « Nous les aidons à choisir leur véhicule. Mais ce n'est pas tout : nous les faisons rêver. Nous exauçons presque tous les vœux pour faire de leur Bugatti un véhicule unique », précise la jeune femme. Le choix des coloris, par exemple, est théoriquement illimité. Trois collaborateurs prennent en charge les souhaits des clients Bugatti du monde entier et leur expliquent ce qui est faisable au niveau technique. L'équipe de personnalisation, qui porte le nom « Bugatti sur Mesure », compte, en tout, 15 personnes. « Au fil des années, nous avons développé d'étroites relations avec beaucoup de nos clients. Ils nous font confiance et font grand cas de notre opinion », affirme Laure Beneteau, non sans fierté.

L'EXPÉRIENCE MOLSHEIM

Laure Beneteau ou un de ses collègues accompagne les admirateurs de Bugatti tout au long de l'expérience Molsheim qui fait découvrir aux clients le passé de la marque, le Château historique, les Remises Nord et Sud, ainsi que l'Atelier moderne, jusqu'à la configuration de leur automobile. Dans ce processus, qui prend presque cinq heures, les acheteurs sont également conseillés par un designer et un technicien qui leur présentent tous les détails techniques du véhicule. Il y a bien des manières de personnaliser une Bugatti. « Parfois, le client sait très précisément ce qu'il veut. Mais certains clients ont besoin de conseils détaillés et veulent que l'on travaille ensemble sur différentes suggestions », explique Anne Beynat, coordinatrice des ventes chez Bugatti depuis 2011. Cette jeune femme de 32 ans précise : « Souvent, les clients ont leurs propres idées : leurs armoiries de famille, le drapeau de leur pays, leur logo ou un code couleur spécifique. Dans ce cas, nous essayons de concrétiser leurs idées sur le plan technique en collaboration avec une équipe de designers et d'ingénieurs. D'autres veulent assortir le cuir ou le coloris à leur sac à main ou à leur paire de chaussures préférée. » Il n'y a presque pas de limites aux souhaits des clients. Seuls impératifs : ceux-ci ne doivent pas dans aucun cas nuire à la sécurité du véhicule, ni modifier le logo de marque Bugatti. Anne Beynat réalise fréquemment une sélection de configurations possible qu'elle présente aux clients pour en discuter avec eux. « La plupart d'entre eux possède déjà une Bugatti, et nous connaissons donc leurs préférences. Tous les acheteurs de Divo ont déjà au moins une Chiron », explique-t-elle. Ils choisissent ensemble le type de cuir et la couleur, envisagent les différentes options disponibles et définissent un coloris de peinture approchant la teinte idéale. La plupart des clients ont des souhaits très spéciaux.

DES IDÉES DE DESIGN SANS AUCUNE LIMITE

Il est non seulement possible de personnaliser la couleur de carrosserie, mais aussi de choisir des tons contrastés pour des parties décoratives, le toit, les caches moteur ou d'autres

composantes. De plus, il y a un choix immense de cuirs différents. Il est même possible d'avoir du cuir de la même couleur que la peinture.

Parmi les idées hors du commun qui ont été réalisées lors de la longue histoire d'individualisation chez Bugatti, on compte notamment l'intégration d'empreintes de pied en relief des enfants dans la paroi arrière d'une Veyron, le prénom du conjoint brodé sur les rangements des portières ou l'incrustation de cristaux dans le cockpit, mais aussi un design particulier de la grille ou des logos individuels sur la surface inférieure de l'aileron. « Le défi est non seulement d'ordre technique mais réside aussi dans les délais. La création d'une nouvelle couleur peut demander jusqu'à 4 mois, celle d'un nouveau cuir jusqu'à 9 mois, et la réalisation d'un nouvel intérieur en carbone va prendre jusqu'à un an. « Nous sommes tout aussi exigeants sur les matériaux et la fabrication des finitions personnalisées que sur la configuration de série. Notre objectif final est que les Divo et les Chiron conservent leur perfection esthétique et automobile pendant de très très nombreuses années », souligne Laure Beneteau. Pendant tout le processus de création de l'automobile, les clients reçoivent une documentation actualisée et illustrée tous les quinze jours ainsi qu'un modèle 1 : 8 dans la configuration originale.

Il y en a vraiment pour tous les goûts. Ces derniers diffèrent surtout selon les régions d'origine des clients. Pendant que les clients asiatiques aiment les coloris plutôt insolites et des peintures à effets, les Européens préfèrent davantage les teintes discrètes. Les clients américains ou du Moyen-Orient associent, quant à eux, volontiers des nuances voyantes et extravagantes. L'un des clients a sollicité l'équipe Bugatti pendant plus d'un an pour personnaliser sa Divo. Il leur aura fallu plusieurs rencontres à l'international, de nombreux échantillons et des heures d'entretien pour créer un véhicule totalement inédit. Aujourd'hui, cet amateur de Bugatti est très impatient de prendre livraison de sa Divo totalement personnalisée. Il n'y a pas d'exception : bien que les clients de Bugatti possèdent déjà presque tout, la remise des clés est généralement un moment chargé d'émotion.

---

[1] Divo: WLTP consommation de carburant en l/100 km : basse 43,3 / moyenne 22,2 / élevée 18,0 / particulièrement élevée 18,3 / combinée 22,3 ; émissions de CO2 combinées, g/km : 506 ; classe d'efficacité énergétique : G