



25.01.2023

## IL ÉTAIT UNE FOIS ESPACE: RETOUR SUR 40 ANS D'UN NOM ICONIQUE

Révolutionnaire puis visionnaire. Renault Espace a souvent été copié, sans être égalé. Son nom est devenu emblématique et suscite immédiatement des émotions. Les cinq générations qui se sont succédé en près de 40 ans ont toutes su évoluer pour être en accord avec leur temps, avec les attentes des clients et l'évolution de la société. Toutes ont innové pour rester la référence en termes d'habitabilité, de confort et de comportement routier. Grâce à elles, le nom Espace s'est ancré dans l'histoire. Près de 40 ans plus tard, entre la marque, le modèle et le nom Espace, l'alchimie est toujours là. Sylvia dos Santos, Responsable naming pour la marque Renault, explique les secrets de cette longévité.

Urdorf, le 25 janvier 2023 – En 1983, Renault dévoile ce qui peut être considéré comme la première voiture à vivre. Elle porte un nouveau nom emblématique, désormais ancré dans l'histoire des noms Renault : Espace. Quarante ans après, la sixième génération à venir de ce modèle incarne toujours le même concept qui a pour principaux piliers le confort, la générosité et un équipement haut de gamme. Voyager à bord d'Espace a toujours été une expérience à part, sans équivalent. Pourquoi ? Parce qu'à chaque génération, le véhicule a su s'adapter à son temps sans renier son ADN de grand voyageur.

*«Espace est un nom largement connu en France et à l'international. C'est presque devenu un terme générique aujourd'hui.»* **Sylvia dos Santos, Responsable naming, Renault**

### 1983: ESPACE I, «LA ROUTE DE L'INNOVATION»

En 1983, Renault bouleverse le paysage automobile européen avec la révélation du premier grand monospace familial. Pour nommer cet «ORNI» (objet roulant non identifié), Renault marque une rupture avec sa stratégie de noms alphanumériques utilisée à l'époque. Le nom «Espace» est choisi. *«D'un point de vue sémantique, Espace est un mot très intéressant car sa traduction est proche dans plusieurs langues, ce qui le rend facile à comprendre par le plus grand nombre»* explique Sylvia dos Santos. *«Sa sonorité est douce, sa phonétique est harmonieuse et il évoque immédiatement le confort, la vie à bord enrichie et les technologies»* précise-t-elle.

Le slogan publicitaire de l'époque, *«Renault Espace, la route de l'innovation»* se réfère à son inédite forme monocorps qui n'est pas sans rappeler celle du premier TGV, né un peu avant lui. Commercialisé en 1984, Renault Espace est un véhicule comme nul autre.

La modularité est extraordinaire: les sièges sont interchangeable, amovibles. Les deux sièges avant se retournent pour «faire salon», les cinq sièges arrière sont retirables pour offrir une grande capacité de chargement... Du jamais vu!

Grâce à une grande surface vitrée, la luminosité intérieure rend l'habitacle encore plus spacieux et confortable. Doté d'un comportement routier comparable à celui d'une berline et des motorisations les plus puissantes de Renault, Espace se positionne comme le grand voyageur familial haut de gamme.

Toutes ces caractéristiques innovantes allaient devenir l'ADN de Renault Espace à travers les générations. Novatrices et source de succès, elles contribuent à la puissance du nom Espace à travers le monde.

### 1991: ESPACE II, «ON N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI BIEN SUR TERRE QUE DANS L'ESPACE»

Renault Espace devient un phénomène automobile de société. L'engouement pour ce concept automobile est exponentiel. Le nom gagne en notoriété tandis que cette deuxième génération gagne en maturité.

#### RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication  
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication  
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



A l'extérieur, les formes plus rondes et les rétroviseurs dessinés dans la lignée du haut du capot soignent l'aérodynamisme. L'habitacle est valorisé par une présentation et une finition raffinées. De nouveaux rangements intérieurs font leur apparition.

Renault Espace se hisse en haut de la gamme Renault avec l'apparition de la version à transmission intégrale (visco-drive) «Quadra» et d'une motorisation V6 (moteur V6 PRV 2.8 l de 153 chevaux) sous le capot. Les évocations immédiates de confort et de sérénité du mot Espace sont parfaites pour valoriser les qualités de vie à bord enrichie de Renault Espace. Cette cohérence est la source d'inspiration du slogan publicitaire de l'époque «on n'a jamais été aussi bien sur Terre que dans l'Espace».

### **1996: ESPACE III, «ET SI LE VRAI LUXE C'ÉTAIT L'ESPACE»**

Toujours leader du segment qu'il a créé, ultra populaire, Renault Espace devient presque un nom générique. Deux carrosseries sont disponibles : une version 5 places et une autre 7 places «Grand Espace» plus longue de 27 cm.

Réalisé en interne, le design tout en courbes douces de cette génération trouve son écho dans la présentation intérieure novatrice : le compteur migre en partie centrale et utilise la technologie LCD, les modules de chauffage / climatisation sont installés de chaque côté du véhicule. La planche de bord est totalement épurée.

En 1997, le slogan publicitaire «et si le vrai luxe c'était l'espace» s'appuie toujours sur les évocations du nom Espace pour illustrer le positionnement haut de gamme de Renault Espace dont la finition Initiale couvre l'intérieur de cuir et de matériaux nobles. De plus en plus fort, le nom Espace s'enrichit en sens et en émotions. 2002 : Espace IV, le dernier monospace

Voies élargies et dimensions extérieures augmentées... Sous un design extérieur aux lignes tranchées, la quatrième génération reste toujours le monospace de référence. Les deux versions, 5 et 7 places Grand Espace sont toujours disponibles. Le nom Espace correspond parfaitement à ce véhicule familial doté de la meilleure habitabilité du marché.

Dans sa finition la plus luxueuse «Initiale Paris», équipé d'un toit vitré de 2,16m<sup>2</sup>, Espace est un vrai «salon roulant» et un espace de convivialité au confort inégalable. Le nom Espace jouit de fortes références.

### **ESPACE V EN 2015: «LE TEMPS VOUS APPARTIENT»**

Dévoilé au Mondial de l'Auto 2014, cette nouvelle génération s'est adaptée à l'évolution du «vivre ensemble». Le slogan publicitaire «le temps vous appartient» accompagne la commercialisation de celui qui s'est mué en «crossover» statuaire 7 places. Chaque passager a son espace. L'équipement fait la part belle à la technologie: tablette tactile, réglages MULTI-SENSE, 4 roues directrices 4CONTROL.

Après 30 ans de carrière, Espace continue d'évoluer et d'innover. Fidèle à son ADN, à ses qualités historiques, à sa vocation de véhicule familial et aux évocations de son nom, il reste toujours Espace.

### **ESPACE VI, « LE NOUVEAU GRAND SUV À VIVRE »**

Bien dans son temps, Nouveau Renault Espace est un SUV familial et statuaire, à 5 et 7 places. Il ouvre un nouveau chapitre dans lequel il portera les gènes du renouveau de la marque Renault, tout en restant fidèle et dans la lignée des précédentes générations : confortable, innovant et haut de gamme. A son bord, les références évoquées par le nom Espace sont plus que jamais d'actualité. Nouvel Espace est toujours le véhicule parfait pour les grands voyages.

#### **RENAULT PRESSE**

Karin Kirchner, Directrice de la communication  
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication  
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



Dans la tradition des voitures familiales à vivre, Renault Espace a toujours eu une place à part. Celle du modèle familial jusqu'à 7 places dont le confort, l'habitabilité, l'équipement haut de gamme et les qualités routières ont toujours été une référence. Renault Espace démontre qu'innover à chaque génération, qu'évoluer de façon cohérente et pour le bénéfice concret des clients génère la longévité. Il porte tellement bien son nom que la saga Espace continue !

\* \* \*

## À PROPOS DE RENAULT

Marque historique de la mobilité, pionnier de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique «Renaulution», la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité - dans l'industrie automobile et au-delà.

Présente en Suisse depuis 1927, la marque Renault est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2022, 11'185 nouvelles automobiles et véhicules utilitaires légers de la marque Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec Twingo E-Tech Electric, Zoe E-Tech Electric, Megane E-Tech Electric, Kangoo Van E-Tech Electric et Master E-Tech Electric, et les véhicules full hybrides et plug-in Clio, Captur, Megane, Arkana et Austral, près d'un véhicule neuf sur deux de Renault est déjà électrifié. Le nouveau SUV compact Austral, le nouveau Kangoo E-Tech Electric VP ainsi que le nouveau Trafic E-Tech Electric devraient encore renforcer considérablement la position de Renault sur le marché des véhicules électrifiés en 2023. Le réseau de la marque Renault compte 188 partenaires qui proposent des voitures et des services sur 212 sites.

\* \* \*

Les communiqués de presse et les photos sont consultables et/ou téléchargeables sur le site médias Renault: [www.media.renault.ch](http://www.media.renault.ch)

## RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication  
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication  
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28