Centre Porsche Lausanne

PORSCHE TIMES

02
22

DREAMERS CONNECTION: DEUX RÊVES, UN SENTIMENT
CE QUI MOTIVE SANDRA PINTO ET OLIVER RUST **PAGE 04**

UNE CONDUITE PLUS SPORTIVE, PLUS DYNAMIQUE, ÉQUIVALENTE À PLUS DE PLAISIR DE CONDUITE LE NOUVEAU MACAN T **PAGE 09**

Chères passionnées, chers passionnés,

Quel plaisir de vous retrouver pour ce nouvel éditorial, qui est le deuxième et dernier de cette année 2022.

Dans ce Porsche Times, «Driven by Dreams» a une nouvelle fois été mis en avant. Conduire de belles Porsche est un rêve et un plaisir que nous vivons tous les jours. Les nouveaux modèles Porsche se perfectionnent et nous avons la chance d'avoir de belles nouveautés dans tous les segments de la marque, augmentant ainsi le plaisir et la sécurité au volant.

Une attention est donnée à la possibilité de choisir une couleur unique pour votre nouvelle Porsche. Depuis peu, vous pouvez visualiser votre (futur) véhicule avec toutes les possibilités de couleurs exclusives (PTS) qui feront de votre Porsche, un véhicule unique, comme vous l'avez toujours rêvé.

Vous découvrirez aussi un reportage de trois de nos clientes qui ont accompli un rêve et roulent désormais une Porsche dans leur vie de tous les jours. Je les remercie pour le temps qu'elles nous ont accordé et de leur implication pour avoir mené à bien ce projet.

Je me réjouis de vous croiser prochainement lors d'un de nos événements ou lors d'un prochain passage dans votre Centre Porsche Lausanne.

Bonne lecture!

Aris Kellenberger

Dreamers Connection: l'entrepreneuse Sandra Pinto et le photographe Oliver Rust

page 4

Mentions légales
Centre Porsche Lausanne, Orchid Sports Cars SA, Boulevard de l'Arc-en-Ciel 8, Case postale 173, 1023 Crissier 1, tél. 021 552 39 11, info@porsche-lausanne.ch, www.porsche-lausanne.ch. Tirage: 2'520 ex. Aucune responsabilité n'est assumée pour les photos et les textes soumis spontanément. La responsabilité des contenus rédactionnels et des images de la présente édition incombe au Centre Porsche, excepté pour les pages officielles de Porsche Suisse SA. Sous réserve d'erreur et de modification.

MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C004807 www.fsc.org

myclimate neutral Drucksache myclimate.org/01-22-119039

printed in switzerland

Macan T – une conduite plus sportive page 9

20 ans de plaisir tout-terrain avec le Porsche Cayenne
page 12

Jodie Roth – Entrepreneure et fascinée par Porsche
page 10

04 DREAMERS CONNECTION
Nous avons un rêve

07 PORSCHE LIFESTYLE
Nouveaux sacs Sprayground

08 MODÈLES ACTUELS
La nouvelle 911 GT3 RS
et le Macan T

10 PORTRAIT
Jodie Roth: une cliente du
Centre Porsche Lausanne

12 ANNIVERSAIRE
20 ans de plaisir tout-terrain
avec le Porsche Cayenne

14 ANNIVERSAIRE
50 ans de Porsche
911 Carrera RS 2.7

15 SERVICE
Check-up d'hiver

16 PORTRAIT
Margaux Klein et
Sabina Kusuran

18 LEXIQUE TECHNOLOGIQUE
Quelle couleur désirez-vous?

NOUS AVONS UN RÊVE

Ils poursuivent leur rêve, vivent pour leur passion, se donnent toujours à fond et incarnent le sentiment que nous voulons exprimer chez Porsche Suisse avec le message «Be one of us»: Sandra Pinto, créatrice de contenu et entrepreneure avec sa propre marque de mode à Bâle, et Oliver Rust, photographe et réalisateur à Zurich. Ils partagent ici ce qui les motive, de quelle manière ils se ressourcent et quels sont leurs rêves.

Porsche Times: Sandra Pinto, Oliver Rust, comment réussissez-vous à toujours commencer la journée avec joie?
Oliver Rust: C'est une question que ma partenaire m'a déjà posée des centaines de fois: «Comment fais-tu pour toujours te réveiller aussi bien le matin?» J'ai simplement envie d'affronter la journée. De produire. De créer. J'aime être actif. Cela est certainement dû au plaisir que me procure mon travail, à la diversité et aux personnes que je rencontre. Un défi demeure encore.
Sandra Pinto: À bien des égards, je ressens exactement la même chose qu'Oliver. Chaque jour est une surprise. Bien souvent, je dois donc être en mesure de réagir très rapidement, voilà ce qui me motive. Chaque jour est différent. J'aime la spontanéité, je n'aime pas être tout le temps soumise à des règles, même si cela signifie travailler un jour ou l'autre de 6 heures à 23 heures. J'essaie toujours de tout faire encore mieux et être ainsi un modèle de façon à motiver mon équipe.

À quoi ressemble concrètement votre quotidien?
SP: Je participe à tout: comptabilité, direction créative jusqu'à la conception des vêtements: je suis impliquée partout. J'essaie également de transmettre cette habitude à mes collaborateurs, afin de les aider à s'impliquer dans différents domaines.
OR: Depuis un an, nous vivons dans le Toggenburg, dans une ancienne ferme. Quand je suis ici, je monte des films, je traite des images, je crée des tableaux d'humeur, je m'attelle à l'organisation. À Zurich par contre, je m'adonne à la photographie et je prends part à des réunions personnelles. En effectuant des travaux divers, en prenant des photos et en tournant des films, mon quotidien est suffisamment diversifié et reste constamment passionnant. Je m'ennuierais beaucoup si je devais suivre une seule voie.

Quand avez-vous réalisé que vous ne vouliez plus travailler comme employés?
OR: J'ai déjà travaillé pour mon père. *(Rires.)*
SP: Ce n'était certainement pas une situation facile! Cela t'a-t-il mis la pression pour que tu deviennes photographe comme lui?
OR: Pas vraiment. Mon souhait n'était pas vraiment de gérer un magasin de photo

comme lui autrefois, mais plutôt un studio. Mais je voulais bien évidemment lui prouver mon talent. As-tu eu cette impression?
SP: Non. Mais mes parents sont arrivés en Suisse à l'âge de 18 ans. À l'époque ils ne parlaient pas l'allemand et ont toujours dû beaucoup travailler. Cela a eu un effet motivant sur moi.
OR: J'ai eu la chance de pouvoir me mettre à mon compte très jeune après mon apprentissage et quelques stages. Je profite d'une liberté qui en réalité est parfois une prétendue liberté. Cependant, j'apprécie énormément la flexibilité de pouvoir travailler de nuit, par exemple lorsqu'une obligation familiale m'attend le lendemain.
SP: C'est judicieux. Je pense que beaucoup plus d'entreprises devraient offrir cette possibilité de travail. Je ne contrôle jamais qui fait quoi et quand tant que le travail est fait. Parfois, je travaille également un peu le soir et je fais un peu de sport dans l'après-midi. Pendant mon stage, je me sentais souvent étouffée lorsque j'entendais dire: «C'est pour ça que tu as été engagée, et tu n'as rien à dire pour ce qui est du reste.» Je ne fonctionne pas de cette façon; au contraire, j'ai toujours plus d'idées. Oliver, comment les choses se passaient-elles de ton côté?
OR: Lorsque j'ai reçu un appareil photo à l'âge de 15 ans, j'ai eu l'envie de devenir photographe. À ce moment-là, j'imaginais exactement à quoi devait ressembler un studio et ce que ça ferait de prendre les gens en photo. J'ai poursuivi ce rêve et je l'ai atteint en relativement peu de temps en quittant un petit studio aménagé dans une cave pour un autre beaucoup plus grand, après mes débuts.

> «À 15 ans, j'imaginais ce que ça ferait de prendre les gens en photo.»
>
> OLIVER RUST

SP: Tu avais donc ta cave et moi ma chambre d'enfant. C'est dans cette chambre que j'ai emballé les premiers colis de ma marque de vêtements Lamarel.
OR: Tu as étudié l'économie et lancé en parallèle ta ligne de vêtements?
SP: Pas pendant mes études. À ce moment-là, j'ai créé et fait la promotion de mon blog baptisé Entredois. C'est plus tard que j'ai créé la ligne de vêtements. Le blog est toutefois resté mon second pilier.

Que faut-il faire pour pouvoir se donner à fond et avoir du succès?
SP: Je suis une aventurière, mais je ne me suis jamais jetée aveuglément dans une affaire. La chance a également joué un rôle important. Sans la pandémie, ma marque Lamarel n'aurait jamais pris autant d'ampleur – j'étais au bon endroit au bon moment. Pour le reste, il faut également avoir un côté un peu fou. Et cela exige une forte person-nalité et de l'endurance. Qu'en penses-tu, Oliver?

OR: C'est une question intéressante. Auparavant j'aurais également parlé de chance. Mais aujourd'hui j'y crois de moins en moins. L'éducation des parents et la façon dont on a grandi jouent un rôle important. Je pense que l'on peut créer beaucoup de choses. Sandra, tu as vu une opportunité et tu l'as saisie. Selon moi, cela n'a rien à voir avec la chance. Toute vie s'accompagne d'un certain nombre de défis. En fin de compte, il faut de la passion, de l'endurance et de l'assurance. Et en plus, un travail avec lequel l'on peut s'identifier.
SP: La chance n'est peut-être pas le mot exact. L'histoire est écrite dans une certaine mesure pour certaines personnes. Dans tous les cas, il faut avoir l'assurance nécessaire pour identifier et saisir les opportunités.
OR: Exactement! Il faut également du courage. Il faut saisir sa chance, même lorsqu'on manque d'audace. Quand j'ai voulu m'établir dans la photographie de mode, je me suis présenté avec mon portfolio auprès de la marque de vêtements Companys à Zurich. Quand on m'a demandé si je pensais pouvoir réaliser ce que j'avais présenté, j'ai crié intérieurement: «Noooon!» Mais de manière détendue, j'ai répondu: «Oui, bien sûr.» J'ai eu le poste, je me suis assis dans ma voiture et j'ai immédiatement appelé un photographe ami: «Andreas, j'ai besoin de ton aide!»

Qu'est-ce qui vous motive et vous inspire?
SP: Ma curiosité. Les études d'économie étaient trop axées sur les mathématiques, c'est pourquoi j'ai lancé un blog. Mon père a été un grand modèle.

> «Savoir qu'il y a des personnes qui veulent travailler pour moi me motive.»
>
> SANDRA PINTO

Le message a toujours été: «Fais ceci! Essaie cela!» Tellement de choses m'intéressent.
OR: La diversité m'oblige également à m'affirmer constamment.
SP: Je suis également motivée par le fait de savoir qu'il y a des personnes qui sont prêtes à se lever le matin pour travailler pour ma marque.
OR: Je me donne toujours à fond pour chaque client-e. C'est ce qui me caractérise. Je trouve cependant passionnant de toujours apporter quelque chose de nouveau et, ce faisant, de faire évoluer une marque d'elle-même. Je suis également motivé et inspiré par le fait de traiter avec toutes sortes de personnes et d'avoir affaire aux caractères les plus variés. Pour un client, je prends régulièrement des photos dans une maison de retraite. À chaque fois, ce sont de très beaux moments riches en émotions.

Quand faut-il freiner, ralentir?
OR: Bien évidemment avant un virage! *(Rires.)*
SP: Mon partenaire me fait savoir chaque fois quand je dois redescendre. Il m'est difficile de m'en rendre compte moi-même.
OR: Je souhaite avoir suffisamment d'énergie et de temps pour le travail, mais également pour la famille. Quand je suis épuisé, c'est tout le monde qui souffre. C'est pourquoi il est important pour moi d'être dans la nature. Une heure en forêt, une baignade dans la Thur suffisent pour me remettre sur pied.

Comment vous ressourcez-vous par ailleurs?
SP: Une baignade dans le Rhin m'aide à court terme. Sinon, je vais au Portugal, à la campagne, où je peux relâcher la pression.
OR: L'oxygène m'aide au quotidien. Quatre à cinq minutes de respiration profonde me permettent de m'ancrer. À part cela, je prends un peu de temps pour moi chaque matin. Une courte séance d'entraînement, des exercices de Qigong, un peu de méditation: cela m'évite d'arriver à un point où je m'épuise et où je ne suis plus créatif.
SP: Voilà quelle serait la réponse de mes rêves! Me déconnecter est actuellement le plus grand défi. Parfois je vais me promener avec mon chien ou j'écoute de la musique et j'active le mode avion sur mon téléphone portable.

Est-ce que vous avez également des rêves de Porsche?
SP: Oui. Si je me marie l'année prochaine comme prévu, alors je souhaite faire un road trip avec une 911 Oldtimer. Cette voiture est chargée d'histoire et si élégante.
OR: J'ai un tableau de vision comportant des choses que j'aimerais bien obtenir. Il s'agit entre autres d'une Porsche 912 verte incroyablement stylée, qui apparaît dans le film *Spy Game*. Un autre rêve a déjà été réalisé: pour l'un des premiers rencards avec mon épouse, j'avais loué une 911 Turbo.

BE ONE OF US
En savoir plus sur Sandra Pinto, Oliver Rust et d'autres personnalités inspirantes: drivenbydreams.ch

SÉRIE DE SACS LIMITÉE SPRAYGROUND
DES OBJETS CULTES DU POP ART POUR LES FANS DE PORSCHE

Porsche collabore avec Sprayground sur des accessoires expressifs pour ses derniers sacs. Les sacs à dos de la marque avec design de bande dessinée proviennent initialement de la scène graffiti où ils étaient utilisés pour les bombes de peinture et les carnets d'esquisses des artistes travaillant au vaporisateur. Aujourd'hui encore, les sacs à dos Sprayground n'ont rien perdu de leur charme créatif et urbain. Qu'il s'agisse du sac à dos ou du sac à bandoulière de la gamme de sacs Porsche, les chefs-d'œuvre pop art ont une touche extravagante.

SAC À DOS MULTICOL SPRAYGROUND

Sac à dos exclusif Porsche de la collection RS 2.7 avec design de bande dessinée de la marque Sprayground. Avec compartiment pour ordinateur portable et compartiment séparé pour les lunettes de soleil. Rembourrage ergonomique du dossier et harnais réglables. Avec Trolley-Link. Limité à 1'911 exemplaires.

WAP0350910PRSG CHF 143.–*

SAC À BANDOULIÈRE MULTICOL SPRAYGROUND

Sac à bandoulière exclusif de Porsche de la collection RS 2.7. Avec design coloré de bande dessinée de la marque Sprayground et harnais amovibles. Limité à 1'911 exemplaires.

WAP0350140PDBP CHF 167.–*

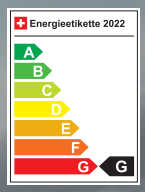
Les produits Sprayground ne sont disponibles qu'en quantité limitée et en vente exclusivement via des canaux en ligne ou dans certains Centres Porsche.

* Recommandation de prix à titre indicatif. Tous les prix s'entendent TVA de 7,7 % comprise.

AMÈNE LA TOUTE DERNIÈRE TECHNOLOGIE DE COURSE AUTOMOBILE SUR LA ROUTE
LA 911 GT3 RS

911 GT3 RS

386 kW (525 PS) puissance
9'000 vitesse de rotation max (1/min)
465 Nm couple max
3,2 s 0 à 100 km/h
12,7 consommation en cycle mixte (l/100 km)
305 CO_2 en cycle mixte (g/km)
G catégorie de rendement



406 kg | ENTRAÎNEMENT TOTAL MAXIMUM À 200 KM/H ET DYNAMIC DOWNFORCE

Le cœur de notre développement de produits est le centre de développement de Weissach. Comme le savent les passionnés de sport automobile, toutes les voitures de course Porsche et les véhicules de route GT y sont développés et mis au point sur le terrain d'essai interne. Lors du développement, nos ingénieurs apportent leurs connaissances tirées du sport automobile: l'aérodynamisme, la construction légère, la performance, la maniabilité et la fiabilité sont toujours au premier plan des objectifs de développement.

La nouvelle 911 GT3 RS a été développée en se basant sur cette tradition. Sa nouvelle technologie dépasse les limites actuelles et amène la sensation de conduite à un niveau complètement inédit. La 911 GT3 RS est le résultat de décennies d'expérience et de succès en sport automobile. Elle amène la technologie de course automobile du 21e siècle sur la route.

2,5 g | JUSQU'À 2,5 G ACCÉLÉRATION TRANSVERSALE

La base de ce saut quantique est le concept aérodynamique, conçu pour un entraînement maximal et qui s'est trouvé au premier plan du processus de développement. Avec Porsche Active Aerodynamics ainsi que le Drag Reduction System, la nouvelle 911 GT3 RS dispose pour la première fois d'une aérodynamique active. C'est aussi la première voiture de série de Porsche à intégrer le Drag Reduction System.

Le châssis de circuit de la 911 GT3 RS dispose d'une précision de conduite exceptionnelle, offrant au conducteur la possibilité de procéder à de nombreux réglages sur le châssis et les systèmes de régulation, même pendant la conduite. Le moteur atmosphérique à concept de haut régime intervient dans son niveau de développement le plus élevé actuel, assurant une volonté d'aller de l'avant époustouflante. Il n'y a donc aucun doute sur le fait que la nouvelle 911 GT3 RS sera en tête des voitures de circuit du monde entier.

CONDUITE PLUS SPORTIVE, PLUS DE PLAISIR AU VOLANT, ENCORE PLUS DE DYNAMISME

LE NOUVEAU MACAN T

MACAN T

195 kW (265 PS)	puissance
6'800	vitesse de rotation max (1/min)
400 Nm	couple max
6,2 s	0 à 100 km/h
10,7 - 10,1	consommation en cycle mixte (l/100 km)
234 - 229	CO_2 en cycle mixte (g/km)
G	catégorie de rendement

15mm

SUSPENSION ACIER AVEC PASM, Y COMPRIS ABAISSEMENT DE 15 MM

Le nouveau Macan T est jeune, dynamique et urbain. Avec un équipement de série généreux et des caractéristiques de design spécifiques au modèle, il affiche des performances typiques de Porsche: le léger moteur turbo 4 cylindres 2,0 litres de 265 ch (400 Nm) du Macan est associé à un châssis à suspension en acier spécifiquement configuré avec PASM (Porsche Active Suspension Management) et un abaissement de 15 mm. Cette combinaison confère au Macan T un comportement dynamique qui transforme les virages en une véritable expérience.

20"

JANTES MACAN S PEINTES EN TITANE

À l'extérieur, des touches spécifiques, par exemple la calandre ou les rétroviseurs extérieurs peints en gris agate métallisé, soulignent le concept du véhicule. Sans oublier les jantes Macan S 20 pouces de série, peintes exclusivement en titane, les inscriptions «Macan T» en noir sur les sideblades et les sorties d'échappement sport en noir. À l'intérieur, le Macan T offre par ailleurs déjà des équipements sportifs de série avec le volant sport GT multifonction (chauffage du volant et pack Sport Chrono inclus).

Le nouveau Macan T est synonyme de plaisir au volant et de sportivité. Avec son équipement de série généreux ainsi que ses détails spécifiques à l'extérieur et à l'intérieur, il se distingue par de nombreux aspects.
Pour en savoir plus sur le nouveau Macan T, rendez-vous dans notre Centre Porsche ou scannez le code QR à gauche.

JODIE ROTH
UNE CLIENTE DU CENTRE PORSCHE LAUSANNE

Entrepreneure et fascinée par Porsche depuis son adolescence, Jodie Roth, une jeune femme ayant grandi dans la Riviera, a récemment réalisé un de ses nombreux rêves en achetant une 718 Boxster rouge carmin. Découvrez le portrait de cette cliente du Centre Porsche Lausanne.

Optimiste, ambitieuse, entreprenante et déterminée, Jodie Roth a récemment vécu deux grands événements dans sa vie : la réception de sa 718 Boxster et le lancement de sa propre marque de vêtements.

Jodie Roth a récemment acquis la voiture dont elle a toujours rêvé : une 718 Boxster. Remarquée à plusieurs occasions pour son côté sportif et féminin à la fois, la 718 Boxster a toujours été une évidence pour Jodie et elle n'a pas hésité une seule seconde au moment de l'acquisition de sa première voiture.

Le choix de la couleur – rouge carmin– est un choix plutôt osé pour certaines personnes, mais cette jeune femme a eu un énorme coup de cœur pour ce coloris durant des vacances à Nice. Elle est tombée sous le charme et, selon elle, « quitte à acheter une Porsche à 26 ans, autant se faire plaisir et aller dans l'extrême en prenant une couleur qui claque ».

En décembre 2021, Jodie Roth démarre une nouvelle aventure en lançant sa propre marque de vêtements: Nouveau Riche, avec l'aide de son frère, qui est Interactive Media Designer. L'idée de cette marque a émergé tout naturellement au fil de leurs discussions. Ayant des formations complémentaires, ils ont pu réunir leurs connaissances et savoir-faire pour se lancer dans l'entrepreneuriat.

Gérant la marque en parallèle de son emploi à plein temps, une année s'est écoulée entre l'idée du projet et le lancement. Cette année a permis à Jodie de mettre en place le business model de la marque est de concevoir une stratégie claire et précise.

Nouveau Riche possède 4 produits de base : une casquette, un hoodie, un sweater et un t-shirt. Ces produits seront toujours disponibles, mais l'idée de la marque et de lancer au minimum 4 collections capsules par an en collaboration avec des artistes de la région lausannoise. Ces collections, quant à elles, seront limitées dans le temps et en quantité, rendant ainsi chaque produit exclusif.

L'idée de Nouveau Riche n'est pas uniquement de vendre des vêtements streetwear. La marque veut représenter les jeunes

artistes de la région et les personnes ambitieuses qui vont de l'avant pour atteindre leurs objectifs. Pour cela, la marque collaborera avec des artistes différents à chaque nouvelle collection et les mettra en avant sur son blog.

Au départ, Nouveau Riche s'adressait aux jeunes lausannois ambitieux. Mais à terme, la marque souhaite s'étendre géographiquement, d'abord en Suisse, mais également en France, où la culture streetwear est également bien présente. Dans quelques années, Jodie Roth souhaiterait que Nouveau Riche devienne une référence francophone du streetwear premium, portée par les grandes têtes du rap français, mais également que la marque ait réussi à offrir des opportunités aux artistes de la région.

RENCONTREZ JODIE ROTH

Comment vous est venue l'idée d'acquérir une Porsche?
Mon premier tour en Porsche s'est fait dans une 993 lorsque j'avais 10 ans et je me rappelle toujours ce moment car j'avais senti une énorme poussée d'adrénaline en entrant sur l'autoroute. Depuis ce jour, l'idée d'avoir une Porsche a toujours trotté dans ma tête même si j'étais encore trop jeune. D'ailleurs, pour la petite histoire, il n'y a pas très longtemps, j'ai retrouvé un photomontage de moi à 13 ans dans une 911 Carrera (rires).

Comment s'est déroulée votre expérience au Centre Porsche Lausanne?
Très bien. C'était la première voiture que j'achetais, je ne savais pas très bien comment cela allait se passer, mais Frédéric, mon conseiller de vente, a su me mettre en confiance dès le départ. J'ai senti qu'il n'était pas là pour me vendre tout ce qu'il y avait à vendre, mais pour me vendre tout ce dont j'avais réellement besoin. Frédéric a su cerner mes envies très rapidement et me conseiller de manière incroyable. Il a su me soutenir du début jusqu'à la fin dans le processus d'achat de ma première voiture.

Vous roulez avec votre 718 Boxster depuis maintenant quelques mois. Quel est votre ressenti?
Ce n'est que du bonheur pour le moment. Je dois encore apprendre à la connaitre totalement, mais lorsque je la prends le week-end pour la rouler, j'en profite à fond. J'adore faire la route du lac qui relie Lausanne à Vevey. Cette route est juste incroyable. Accompagnée d'une bonne musique, d'un coucher de soleil et de la décapotable, il n'y a rien de mieux pour profiter.

Vous êtes jeune entrepreneure et avez lancé la marque Nouveau Riche. Quelle a été la plus grande difficulté jusqu'à maintenant ?
Sans doute la construction du business model car au départ, on essaie de plaire au plus grand nombre de personnes et c'est très difficile de trouver une audience, une identité de marque et une stratégie digitale claire et ciblée. Dans la même idée, il n'a pas non plus été très facile de définir une stratégie de lancement de marque. Susciter l'intérêt d'une nouvelle marque qui arrive sur le marché est un énorme défi. De plus, je n'ai pas vraiment grandi dans cette culture du streetwear et du rap qui est très forte à Lausanne, j'ai donc dû découvrir ce monde-là qui est très riche et varié pour pouvoir le représenter.

Vous dites qu'il a été difficile de définir un business model pour la marque. Quel est le business model de Nouveau Riche?
Nouveau Riche souhaite offrir la possibilité aux artistes de la région de faire partie de la marque. Notre idée est de mettre en avant des jeunes ambitieux. Nous faisons cela à travers notre blog, où vous pouvez rencontrer et connaître des artistes de la région qui s'identifient avec la marque. Nouveau Riche n'est pas seulement une marque de vêtements. C'est un style de vie pour jeunes talentueux.

Et pour finir, si vous n'aviez qu'une phrase à dire à nos lecteurs, laquelle ce serait?
Il ne suffit pas de passer de 0 à 100 km/h en 4,7 secondes seulement en voiture. Parfois, dans la vie, il faut aussi savoir prendre de la vitesse. Il faut oser faire les choses, malgré leurs difficultés. Cela peut vous ouvrir des portes et vous permettre de réaliser des rêves qui n'auraient peut-être pas pu se réaliser sans votre persistance. N'hésitez pas à toujours allez de l'avant !

NOUVEAU RICHE

Site internet: nouveauriche.ch

Essai dans la chaleur des dunes de Dubaï: test d'endurance pour le projet «Colorado» au début des années 2000

20 ANS DE PLAISIR TOUT-TERRAIN AVEC LE PORSCHE CAYENNE

Depuis 20 ans, le Cayenne est l'un des piliers du succès mondial de Porsche. Tout a commencé par une bonne intuition, et par une collaboration avec le concurrent.

C'est à la fin des années 1990 que les stratèges de Porsche ont dû prendre une décision importante: devaient-ils-elles se lancer sur le marché des vans ou des véhicules tout-terrain pour assurer le succès durable du constructeur de voitures de sport? Sur les conseils de l'organisation commerciale américaine, l'entreprise a décidé de concevoir un véhicule tout-terrain. Ce type de véhicule était particulièrement tendance en Amérique du Nord, le plus grand marché de Porsche à l'époque. C'est ainsi qu'est né le Porsche Cayenne.

Les ingénieur-e-s de Porsche se sont alors mis-e-s au travail armé-e-s de grandes ambitions. Le spécialiste des voitures de sport ne voulait pas seulement développer un SUV sportif caractéristique de la marque, mais aussi rivaliser avec ses plus grands concurrents au-delà des routes. Porsche y est parvenue: «Le Cayenne a été et reste aujourd'hui un véritable moteur pour notre marque, qui a attiré de nombreux-se-s nouveau-elle-s client-e-s et fans du monde entier chez Porsche au cours des 20 dernières années», explique Detlev von Platen, directeur des ventes et du marketing chez Porsche.

Mais au départ, le projet était considérable et n'aurait pas pu être mené à bien seul. En 1998, Porsche s'est associée à Volkswagen dans le cadre du projet «Colorado»: le Porsche Cayenne et le VW Touareg devaient partager la même plateforme. Chaque constructeur a commencé par installer ses propres moteurs et à élaborer ses propres réglages de châssis. Porsche était responsable du développement de la plateforme commune sur le site top secret de Hemmingen, tandis que VW apportait son savoir-faire en matière de production à grande échelle. En 1999, Porsche a opté pour le «made in Germany» à Zuffenhausen et a construit un nouveau site de production à Leipzig, officiellement inauguré en août 2002. Le VW Touareg a été produit dans l'usine VW de Bratislava, en Slovaquie. C'est de là également que provient la carrosserie peinte du Cayenne, le montage final ayant lieu en Saxe. La première et la deuxième génération du Cayenne ont été produites à Leipzig, puis à Osnabrück. Avec le lancement de la troisième génération en 2017, Porsche a transféré l'ensemble de la production du Cayenne à Bratislava, afin de créer des capacités supplémentaires à Leipzig pour la berline sportive Panamera et le SUV compact Macan.

Son large éventail technique fait du Cayenne un véhicule idéal pour les voyages en famille, à la fois un tout-terrain robuste et une voiture de sport ultradynamique aux performances emblématiques de Porsche. Grâce à ces caractéristiques, le Cayenne a marqué le segment des SUV ces 20 dernières années.

LE CAYENNE ET LE CAYENNE COUPÉ
UNE FASCINATION À PARTAGER

Le Cayenne offre beaucoup d'espace pour vivre des expériences à plusieurs, au quotidien et au-delà. Son confort exclusif et son grand coffre invitent au voyage et à l'aventure. Grâce à un moteur puissant et à la technologie de conduite ultramoderne, le Cayenne fait preuve d'une agilité sans faille et impressionne par sa précision et sa sécurité hors du commun. Un véritable plaisir au volant, à savourer ensemble. Il ne vous reste plus qu'à choisir le Cayenne qui vous fera vivre cette expérience:

01 CAYENNE

Partir à l'aventure avec vos ami-e-s au volant du Cayenne ou succomber aux lignes emblématiques du coupé, à vous de choisir. Une chose reste toutefois vraie pour nos deux grands modèles: chaque Porsche est avant tout une voiture de sport.

02 CAYENNE S

Sur circuit ou sur la route, pour les loisirs ou le quotidien, à bord du Porsche Cayenne S aux multiples talents, la fascination et le plaisir au volant prennent incontestablement le dessus.

03 CAYENNE GTS

Difficile de ressentir l'inspiration de nos modèles Cayenne GTS de manière plus authentique et plus directe que derrière le volant. Agilité accrue, sportivité accentuée et précision renforcée lors des accélérations transversales.

04 CAYENNE E-HYBRID

L'alliance de la durabilité et de la dynamique de conduite a de quoi séduire les amateur-trice-s de voitures de sport. En effet, la technologie hybride vous attend sur le circuit, avec assez de place pour tout l'équipage.

05 CAYENNE TURBO

Une montée d'adrénaline intense, des moments de bonheur qui durent, le tout propulsé par le plus puissant des moteurs 8 cylindres. Mais la plus grande qualité du Cayenne Turbo reste sa performance exceptionnelle de voiture de sport.

06 CAYENNE TURBO S E-HYBRID

Le Cayenne Turbo S E-Hybrid fait battre les cœurs à vitesse grand V. Les performances remarquables de la technologie hybride offrent la motorisation la plus puissante de la gamme grâce au concept de double propulsion.

Découvrez les modèles Cayenne en ligne et configurez le modèle de vos rêves.

50 ANS DE PORSCHE 911 CARRERA RS 2.7

«Queue de canard», «RS» ou «2.7»: la Porsche 911 Carrera RS 2.7 possède de nombreux surnoms. C'est avec cette voiture que Porsche a lancé en 1972 la tendance du spoiler arrière sur les voitures de série.

Il y a environ 50 ans, Porsche commençait la conception de la 911 Carrera RS 2.7. «La 911 Carrera RS 2.7 a été conçue comme voiture d'homologation. Le but était de créer une voiture de sport légère et rapide», se souvient Peter Falk, alors responsable des essais pour les véhicules de série chez Porsche. Bien que ce modèle soit basé sur la 911, il est devenu la nouvelle voiture de référence pour la course et le rallye, grâce à de nombreuses innovations techniques. Le modèle le plus puissant de la première génération de la 911 a été le premier à être baptisé «Carrera»: son poids, son aérodynamisme, son moteur et son châssis ont fait l'objet d'un travail intensif.

UN SUCCÈS SURPRENANT

Une quinzaine d'ingénieur-e-s conçoivent la voiture à partir de mai 1972, rejoint-e-s par des collaborateur-trice-s de la production. Porsche prévoit initialement d'homologuer 500 unités de la 911 Carrera RS 2.7 pour la catégorie de course Groupe 4, voitures GT spéciales. Ce sera une voiture homologuée pour la route, destinée aux client-e-s qui souhaitent également participer à des courses. Le 5 octobre 1972, le nouveau modèle est présenté au Salon de l'Automobile de Paris, Porte de Versailles, et fin novembre, les 500 véhicules sont déjà vendus. Porsche est surprise par ce succès et réussit à tripler ses ventes jusqu'en juillet 1973.

PREMIER SPOILER ARRIÈRE

Les ingénieurs Hermann Burst et Tilman Brodbeck, en collaboration avec le styliste Rolf Wiener, développent pour la première fois un spoiler arrière, le testent en soufflerie ainsi que sur des pistes d'essai. L'objectif de ce projet est de conserver le caractère unifié original de la 911, tout en compensant l'inconvénient de l'arrière plongeant par des mesures appropriées et en améliorant son aérodynamisme.

La nouvelle «queue de canard» pousse la 911 Carrera RS 2.7 vers la route à grande vitesse et alimente le moteur arrière en air de refroidissement supplémentaire. Cet effet a été obtenu sans aucune augmentation de la traînée, bien au contraire: la vitesse de pointe progresse ainsi de 4,5 km/h. «Lors des tests, nous avons constaté qu'avec un spoiler plus haut, nous pouvions augmenter la vitesse maximale parce que la traînée était plus faible. Nous avons donc continué à relever le spoiler arrière de quelques millimètres à l'aide de tôles au niveau de l'arête déflectrice jusqu'à ce que nous trouvions le point d'inversion auquel la traînée augmentait à nouveau», dit Peter Falk. Le 5 août 1972, les trois employés de Porsche déposent le nouveau brevet auprès de l'Office allemand des brevets.

LE NOM CARRERA

Pour la première fois, la 911 Carrera RS 2.7 porte l'inscription «Carrera» sur le côté, entre les passages des roues. Ce mot espagnol signifie «course» en français, et «RS» sur le spoiler arrière vient du mot allemand «Rennsport», soit course automobile.

La Carrera se veut également, selon les déclarations de l'époque, un «prédicat de qualité pour une délicatesse technique qui a fait ses preuves sur les circuits et les rallyes». En bref, le nom idéal pour le futur modèle haut de gamme de la 911. «Nous voulions associer le nom déjà célèbre de Carrera à un modèle de série et avons réfléchi à la meilleure façon de le représenter», se souvient Harm Lagaaij, designer chez Porsche à l'époque. Ils décident alors de placer le nom entre les passages des roues. La signification de l'inscription persiste encore aujourd'hui, tout comme le sigle RS, depuis longtemps rendu célèbre. Celui-ci est encore utilisé pour les modèles 911 particulièrement sportifs, comme il y a presque 50 ans.

MÊME LES PILOTES LES PLUS EXPÉRIMENTÉS ONT BESOIN D'UNE BONNE ADHÉRENCE AU SOL

CONFIEZ-NOUS VOTRE PORSCHE POUR UN CONTRÔLE

L'hiver arrive. Prenez rendez-vous dès maintenant au Centre Porsche Lausanne pour changer les roues et effectuer un check-up d'hiver pour que vous et votre Porsche soyez prêts à affronter le froid et la neige.

De la carrosserie à l'instrumentation de bord en passant par les vitres, les pneus, le moteur, le châssis et les freins, nous examinons votre véhicule sous toutes ses coutures sur la base d'une check-list définie, pour vous permettre de démarrer la saison froide de façon optimale et en toute sérénité.

Scannez ici pour prendre rendez-vous

MARGAUX KLEIN ET SABINA KUSURAN

DEUX CLIENTES DU CENTRE PORSCHE LAUSANNE

Margaux et Sabina ont pour point commun l'entreprenariat. Il y a 3 ans, ces deux cheffes d'entreprises ont décidé d'unir leurs connaissances et se sont associées pour créer une entreprise commune spécialisée dans le Web3. Les deux entrepreneures ont su trouver complémentarité, Sabina étant plus axée sur l'entreprenariat traditionnelle et Margaux dans le business web. Rencontrez ces deux associées et clientes du Centre Porsche Lausanne.

Comment êtes-vous devenues associées?
Cela s'est fait tout naturellement! Nous avions toutes les deux des entreprises et avons décidé un jour de réunir nos forces et tout ce que l'on avait créé pour ne faire qu'un. Le fait d'être à deux dans le monde de l'entreprenariat est un grand avantage! Nous avons l'opportunité de voyager régulièrement pour notre business et de participer à des conférences. À deux, tout est beaucoup moins ennuyeux.

En 2020 vous vous êtes offertes une Porsche 911 Carrera 4 Cabriolet, en êtes-vous satisfaites? Était-ce votre première Porsche?
Oui, c'était la première Porsche pour toutes les deux. C'était un moment très important pour nous car nous avions finalement pu réaliser un rêve en configurant notre propre 911. Étonnamment, nous étions d'accord sur tous les points. La configuration s'est donc faite assez rapidement et lors de la livraison, nous avons eu le coup de cœur immédiat pour notre 911. Nous sommes très satisfaites de cette voiture.

Pourquoi une 911?
Nous adorons les voitures de sport et nous voulions à tout prix une 911 car c'est une voiture polyvalente. Nous pouvons l'utiliser en ville comme sur circuit. Sans oublier de mentionner le fait que la 911 est le modèle iconique et intemporel de Porsche.

Conduisez-vous votre Porsche quotidiennement?
Nous la conduisons tous les jours, elle nous accompagne partout. Nous espérons pouvoir la garder encore quelques années.

Si vous deviez raconter un bon souvenir avec votre 911, lequel ce serait?
C'est une situation qui nous est déjà arrivée

à plusieurs reprises. Parfois, lorsque nous roulons avec le cabriolet ouvert, les gens nous reconnaissent et crient notre nom dans la rue. Grâce à sa couleur, notre 911 ne passe pas inaperçue et comme nous sommes connues sur les réseaux sociaux, il arrive souvent que des inconnus nous prennent en photo et nous taggent sur leurs stories.

Que pouvez-vous dire ou conseiller à une personne qui souhaite acquérir une 911?
Pour acquérir cette voiture, il faut la vouloir et avoir le coup de cœur. Quand nous sommes venues la voir et l'essayer, nous sommes ressorties du Centre Porsche Lausanne avec la certitude qu'il nous la fallait.

Avez-vous déjà pensé à acquérir une nouvelle Porsche?
Malheureusement ou heureusement (nous ne savons pas), oui (rires)! Le problème est que nous ne sommes pas d'accord sur le modèle car Sabina aimerait une Panamera et moi, Margaux, une 911 GT3. Sabina souhaiterait avoir un véhicule avec 4 vraies places, alors que moi, Margaux, j'aimerais rester fidèle à la 911 pour sa sportivité.

Comment s'est déroulée votre expérience au Centre Porsche Lausanne?
Notre expérience au Centre Porsche Lausanne s'est très bien déroulée. Nous sommes venues tester la 911 et avons configuré la nôtre le même jour. C'était pour nous notre premier véhicule de luxe et nous ne savions pas exactement à quoi nous attendre. D'ailleurs, Sabina s'attendait à ce que l'on nous accueille avec du champagne mais ce n'était pas le cas (rires). Le café et les biscuits étaient très bons quand même!

Que faites-vous dans la vie ? Quel a été votre parcours?
Actuellement, nous avons une société d'investissement dans le Web3 et sommes actives sur les réseaux sociaux où nous avons créé notre propre communauté. Selon nous, les études que nous avons faites par le passé ne nous ont pas vraiment servi dans le monde de l'entreprenariat. Nous avons beaucoup appris de nous-mêmes, directement sur le terrain, en commettant parfois des erreurs. Le fait d'avoir créé plusieurs entreprises nous a beaucoup aidé à être à l'aise dans cet univers si particulier qu'est l'entreprenariat. Grâce à nos deux parcours complémentaires, nous avons réussi à obtenir suffisamment de connaissances qui sont maintenant mises en pratique quotidiennement. Nous avons appris de nos échecs et, aujourd'hui, nous sommes très fières de notre parcours.

En tant que femmes, avez-vous rencontré des difficultés dans le monde de l'entreprenariat?
Dans ce milieu-là, ce n'est pas facile tous les jours. Nous devons redoubler d'effort. Mais il y a quand même des avantages à être des femmes car nous percevons les choses différemment et avec une sensibilité différente. De plus, à deux, tout est beaucoup plus facile car nous savons que nous aurons toujours le soutien l'une de l'autre. En tant qu'entrepreneures, il est primordial de ne rien lâcher. On rencontre des difficultés chaque jour, c'est une certitude, mais comme dans n'importe quel milieu.

Comment vous voyez-vous dans 5 ans?
Dans 5 ans, nous nous voyons avec une 911 GT3 pour Margaux et une Panamera pour Sabina (rires). Plus sérieusement, nous avons pour objectif d'introduire notre société en bourse dans le marché suisse. Nous travaillons dur pour atteindre cet objectif et espérons que cela portera ses fruits.

Si vous n'aviez qu'une phrase à dire à nos lecteurs, laquelle ce serait?
Avoir une Porsche, c'est bien plus qu'être propriétaire d'une simple voiture. C'est aussi aller à des événements, notamment sur circuit, et passer de bons moments avec d'autres passionnés de la marque. D'ailleurs, on espère que le Centre Porsche Lausanne créera plus d'événements sur circuit! Nous adorons.

QUELLE COULEUR DÉSIREZ-VOUS? LES CLIENTS PORSCHE DEVIENNENT DES COLORISTES

La Porsche Exclusive Manufaktur entend désormais réaliser tous les souhaits de couleur de ses clients. Grâce à l'offre personnalisée, Porsche répond à la demande croissante de ses clients en matière de création de couleurs personnalisées pour leurs voitures.

Pour les clients de Porsche, il n'y a plus de limite pour ce qui est de l'inspiration en matière de couleurs: que les propriétaires de voitures désirent voir leurs voitures revêtir l'une des célèbres couleurs cultes ou la teinte de leur tasse à café, les spécialistes de Porsche appliquent pratiquement toutes les idées de couleur à la carrosserie d'une voiture.

COULEUR AU CHOIX
GRAND RETOUR DES COULEURS CULTES

D'une part, Porsche a élargi à cet effet son offre existante de couleurs de série, de couleurs métallisées et de couleurs spéciales. Dans cette catégorie rentrent des couleurs prédéfinies, validées techniquement par les spécialistes Porsche de la peinture. Il s'agit par exemple du Bleu Maritime, du Rouge Rubis et du Vert Menthe.

Parmi les fans de Porsche, ces peintures colorées des années 1990 jouissent aujourd'hui d'un statut culte. Par le passé, ces couleurs n'étaient disponibles que pour la 911 (type 964). Dans le cadre de la stratégie de personnalisation renforcée de Porsche, ces teintes mythiques font leur grand retour: la nouvelle offre «Couleur au choix» permet de revêtir les modèles Porsche actuels de ces couleurs cultes.

Outre les célèbres couleurs, Porsche offre à ses clients de nombreuses autres teintes. L'étendue de l'offre dépend respectivement de la série de modèles et du site de production. Pour les séries 911 et 718, plus de 100 couleurs supplémentaires sont disponibles au choix. Pour la Panamera, le Macan et le Cayenne, il existe plus de 50 options. Concernant le Taycan, 65 autres teintes complètent la palette.

Vous trouverez ici de plus amples informations sur le sujet.

Rubystar
Taycan Turbo S

Maritime Blue
Panamera Turbo S

Mint Green
718 Boxster GTS 4.0

COULEUR AU CHOIX PLUS
LA COULEUR PRÉFÉRÉE DÉSORMAIS ÉGALEMENT POUR LA VOITURE

D'autre part, dorénavant, les spécialistes de la peinture réalisent également des souhaits de couleur tout à fait personnalisés: pour y parvenir, ils ont simplement besoin qu'un échantillon de couleur du client leur soit fourni. La sous-tasse de la tasse à café préférée ou le flacon de vernis à ongles suffit à cet effet, des exemples qui sont déjà parvenus à Porsche. Avec cette nouvelle offre «Couleur au choix Plus», une équipe d'ingénieurs, de designers et de gestionnaires de produits répond aux exigences croissantes des clients en termes de personnalisation et d'épanouissement personnel accrus. Cette offre permet à Porsche de produire un spectre quasi infini de couleurs et de réaliser ainsi les nouvelles créations de couleurs de ses clients.

La Porsche Exclusive Manufaktur propose actuellement l'option du choix libre de couleur pour les séries 911, 718 et Taycan. Les propriétaires de ces séries de modèles peuvent simplement envoyer un échantillon de la couleur de leur choix à leur Centre Porsche. En principe, avec les échantillons, tout est possible, de l'objet personnel au vêtement préféré. Porsche étudie alors la faisabilité de chaque demande. En fonction de l'ampleur du travail, ce processus peut durer plusieurs mois.

Les spécialistes procèdent de la manière suivante: dans un premier temps, des coloristes de Porsche s'occupent de la formulation des couleurs. Ils élaborent la teinte à partir des composants de peinture disponibles. Puis cette teinte est développée en plusieurs passages de manière à correspondre exactement à l'échantillon, même sous différentes sources lumineuses comme la lumière du jour ou la lumière artificielle. Ensuite, les spécialistes vérifient si la couleur choisie peut être appliquée sur la carrosserie et les différentes pièces dans des conditions de production.

Au moment de l'application de la couleur, il est essentiel de déterminer l'épaisseur adéquate de la couche afin que la peinture puisse être appliquée de manière impeccable, durable et reproductible. Avant que les spécialistes n'appliquent la peinture souhaitée sur le véhicule du client, ils testent la teinte sur au moins une carrosserie test.

LE PORSCHE TAYCAN CROSS TURISMO

DÉMARREZ VOTRE AVENTURE ÉLECTRIQUE

Réservez dès maintenant un essai routier au Centre Porsche Lausanne avec un Porsche Taycan Cross Turismo et vivez un moment 100 % électrique, 100 % aventure et 100 % Porsche.

Pour plus d'informations ou pour planifier un essai routier, contactez-nous sur www.porsche-lausanne.ch, au 021 552 3 911 ou à info@porsche-lausanne.ch.

PORSCHE

Centre Porsche Lausanne