

Bien plus qu'une simple voiture

18 heures, octobre 1996, Paris. Le Louvre vient de fermer ses portes. À l'intérieur, le calme gagne les galeries. À l'extérieur, la soirée ne fait que commencer. En l'espace d'une heure à peine, la place qui fait face à ce monument emblématique se métamorphose. Des décors épurés aux tons neutres s'élèvent devant l'architecture historique, créant un contraste presque surréaliste entre l'ancien et le moderne. Pas de scène chargée, pas de mise en scène spectaculaire pour détourner le regard. Tout est volontairement réduit à l'essentiel, autour d'un unique point focal : une petite deux-places au design atypique, qui trône au cœur de la scène.

Le concept-car évoque une sculpture brute, aux lignes affirmées, qui ne ressemble à aucune autre voiture sillonnant les rues de Paris.

C'est ici, devant l'un des monuments les plus emblématiques au monde, que s'apprête à être dévoilée une toute nouvelle catégorie de véhicules. L'information a déjà circulé parmi les journalistes et une cinquantaine d'invités sont attendus. Contre toute attente, près de 1 000 curieux se pressent finalement sur place, bien au-delà des estimations.

Cette affluence témoigne déjà d'une chose : il ne s'agit pas du lancement d'une voiture comme les autres. Le concept d'une deux-places radicalement différente suscite la curiosité avant même que le public ait pu la découvrir de près. Une vision qui bouscule les codes de l'automobile, tant dans son design que dans sa conception même, en repensant ce qu'une voiture doit être pour répondre aux besoins de la ville.



Images de presse du concept-car smart présenté à Paris à l'automne 1996. Sa cellule de sécurité argentée, qui prendra plus tard le nom de cellule Tridion, associée à des panneaux de carrosserie de couleur contrastante, révèle pour la première fois le principe même de sa structure. Une signature stylistique qui deviendra emblématique de la smart fortwo.

Source : smart



Le concept-car smart photographié devant le Louvre, à Paris, à l'automne 1996. Sa cellule de sécurité argentée apparente et ses panneaux de carrosserie aux couleurs contrastées révèlent déjà les principes structurels et stylistiques qui définiront plus tard la smart fortwo.

Source : Mercedes-Benz Classic



Vue arrière du concept-car smart lors de la séance photo organisée au Louvre en 1996. Sa carrosserie ajourée, ses proportions compactes et son design bicolore distinctif donnent à cette deux-places atypique des allures de sculpture automobile.

Source : Mercedes-Benz Classic

Impossible de retracer l'histoire de smart sans évoquer un nom incontournable : celui du professeur Johann Tomforde. Dès les années 1970, ce designer et ingénieur imagine le concept d'une petite voiture urbaine, sûre et entièrement électrique. Pendant de nombreuses années, il contribue ensuite au développement de la marque smart au sein de Mercedes-Benz.



Selon Johann Tomforde, cette soirée parisienne a posé les fondements d'une vision qui n'a cessé d'animer smart depuis : bousculer les conventions en alliant ingénierie innovante et design distinctif. Une combinaison qui continue aujourd'hui de façonner l'identité de la marque et la perception qu'en a le public.

Cette vision fait également écho aux attentes d'une nouvelle génération de conducteurs urbains. Ceux-ci recherchent des technologies de pointe et des solutions fonctionnelles, mais leurs choix en matière de mobilité ne répondent pas à des critères purement rationnels. Le design, l'expression de leur individualité, le plaisir de conduite et une utilisation plus responsable des ressources comptent tout autant. C'est précisément cette capacité à concilier ces différentes aspirations qui distingue smart depuis ses débuts. Elle a fait de la marque une pionnière d'une nouvelle catégorie de mobilité urbaine et demeure aujourd'hui le fil conducteur entre ses origines et smart telle qu'elle existe aujourd'hui.



Johann Tomforde feuillette aujourd'hui un ouvrage consacré aux images d'archives de smart. Figure fondatrice de l'histoire de la marque, il reste profondément attaché à cet héritage.

Source : smart



Le concept-car smart présenté à Paris en 1996, mis en scène comme une œuvre d'art dans un décor argenté aux reflets miroitants. Outre sa cellule de sécurité Tridion apparente, ses portes intégraient déjà des structures de protection contre les chocs latéraux.

Source : Mercedes-Benz Classic

Une grande idée dans un format compact

Toute grande marque naît d'une idée. Dans le Hambourg des années 1950 et 1960, Johann Tomforde est très tôt interpellé par un constat simple : pourquoi déplacer autant de métal pour transporter, la plupart du temps, une seule personne d'un point A à un point B ? Au quotidien, il observe les difficultés qui s'accumulent dans les rues : la recherche interminable d'une place de stationnement, le bruit, les embouteillages. De cette

interrogation et de l'observation des problèmes de circulation dans les grandes villes naît alors une vision : celle d'un véhicule deux places, compact à l'extérieur et spacieux à l'intérieur.

À la même époque, chez Mercedes-Benz, la réflexion autour d'un concept similaire de voiture urbaine remonte au début des années 1970 et se développe en parallèle des travaux de Johann Tomforde. Une étape clé de cette démarche est franchie avec le prototype Mercedes-Benz NAFA : un véhicule conçu pour les courts trajets, particulièrement efficient et à l'encombrement minimal. Mais au-delà de son format compact, il reste très éloigné du concept de deux-places qui donnera naissance à smart.

Une autre étape décisive est franchie en 1991, au centre de design avancé de Mercedes-Benz à Irvine, en Californie. Des ingénieurs spécialisés dans le développement de concepts, issus de l'équipe de Johann Tomforde à Sindelfingen, contribuent alors à la création des premiers concept-cars MCC : l'« eco-sprinter » et l'« eco-speedster ». Longs de seulement 2,50 mètres chacun, ils sont tous deux équipés d'une motorisation électrique. Leur architecture repose sur un châssis-plateforme inédit pour l'époque, avec des batteries haute tension installées sous les sièges et une chaîne de traction électrique intégrée sous le plancher arrière. Une conception novatrice qui allait inspirer le développement de plusieurs générations de véhicules électriques. Ces deux concept-cars posent ainsi les fondements de l'ADN smart, dont les principes restent pleinement d'actualité aujourd'hui.

Mais Johann Tomforde sait qu'un concept automobile entièrement nouveau ne peut s'imposer dans les rues sur la seule force d'un raisonnement logique et de solutions techniques adaptées. Pour voir le jour, il lui faut une marque à part entière, avec sa propre identité et sa propre philosophie. L'occasion de défendre cette vision au plus haut niveau se présente presque par hasard, en 1993, à l'aéroport d'Amsterdam. Alors qu'il se rend au Salon de l'automobile de Détroit, Johann Tomforde y croise Helmut Werner, alors membre du directoire de Mercedes-Benz. Ce dernier lui propose spontanément de s'asseoir à ses côtés pendant le vol. Selon Johann Tomforde, ces huit heures de trajet, passées sans dormir, deviennent un véritable atelier de réflexion à ciel ouvert, au cours duquel le concept smart prend véritablement forme.

Parfois, même les idées les plus audacieuses et les visions les plus ambitieuses ne tiennent qu'à un heureux hasard et à la rencontre d'une personne prête à les écouter.

Un statut d'icône qui se mérite

En 1997, un an seulement après la présentation du tout premier concept-car de la marque nouvellement créée, le premier modèle de série, la smart fortwo, fait sa première apparition officielle au Salon international de l'automobile (IAA) de Francfort. Avec sa silhouette singulière, impossible de passer inaperçue.

Au cœur de son design, la cellule de sécurité Tridion s'affiche au grand jour, plutôt que de se dissimuler sous une carrosserie conventionnelle. Sa structure contrastée, ses proportions

ultra-compactes et son architecture atypique font de l'ingénierie un élément à part entière de son identité.

Même la protection en cas de collision repose sur une approche différente : à l'avant comme à l'arrière, des modules déformables compacts absorbent les chocs tout en préservant la cellule de sécurité centrale. Une conception qui permet d'assurer un haut niveau de protection des occupants sans recourir aux longues zones de déformation habituelles des voitures plus grandes.

Son ingénierie dictait son apparence, et son design rendait cette ingénierie visible. Il en résultait une voiture au caractère singulier, immédiatement reconnaissable, qui donnait corps à une vision radicalement nouvelle de la mobilité urbaine, la rendant tangible, compréhensible et, finalement, accessible à tous.



La cellule de sécurité Tridion de la smart originelle. Délibérément laissée apparente, elle fait de l'ingénierie un véritable parti pris esthétique, en enveloppant l'habitacle d'une structure robuste sans compromettre les dimensions compactes de la smart fortwo.

Source : Mercedes-Benz Classic

La cellule de sécurité Tridion apparente confère à la fortwo une silhouette immédiatement reconnaissable et transforme un concept de sécurité fonctionnel en une véritable signature stylistique. La fonction devient forme, et la forme, identité. Cette silhouette singulière permet à la smart fortwo de se distinguer de toutes les autres voitures sur la route et contribue à forger son statut d'icône.



Photos officielles de presse du Salon international de l'automobile de Francfort (IAA) de 1997, présentant la première smart fortwo sous ses angles avant et arrière. Avec ce coupé, smart explore une nouvelle voie, rompant avec les codes établis des petites voitures de l'époque. Sa peinture bicolore emblématique met en valeur la cellule de sécurité Tridion et confère au modèle une identité visuelle immédiatement reconnaissable. Source : images officielles de presse smart, IAA 1997 – Mercedes-Benz Classic

Le décalage des sièges a été imaginé dans une optique de sécurité en cas de choc latéral : leurs dossiers étaient conçus pour se croiser au niveau des épaules plutôt que de se heurter. Cette disposition créait également une sensation d'espace et d'ouverture étonnamment généreuse.



Photos de l'habitacle de la smart fortwo lors de sa première présentation à l'IAA en 1997 : un univers coloré, résolument ancré dans son époque. Dès cette première génération, le modèle se distinguait par son cockpit en forme de S et des détails d'aménagement intérieur hors du commun. Un parti pris stylistique que la nouvelle smart #2 perpétue aujourd'hui.
Source : images officielles de presse smart, IAA 1997 – Mercedes-Benz Classic

Cette alliance entre fonction et forme définit l'identité de smart depuis ses origines. Johann Tomforde en a mesuré toute la force dès 1993, alors qu'il travaillait au développement du concept de biplace. Il se souvient avoir conduit un premier prototype sur Sunset Boulevard, à Hollywood, aux États-Unis, avant de le garer devant un restaurant branché. La voiture ne portait aucun logo smart et ne révélait presque rien de sa véritable nature.

Pourtant, les passants s'arrêtaient pour la regarder. Intrigués, ils cherchaient à comprendre ce qu'ils avaient sous les yeux. Personne ne connaissait ses caractéristiques techniques ni ce qui se cachait sous sa carrosserie. La voiture suscitait simplement la curiosité. Pour Johann Tomforde, cet instant préfigurait l'un des ressorts essentiels de l'attrait qu'exercerait smart. Une voiture n'a pas nécessairement besoin d'être comprise pour séduire. Parfois, la curiosité et l'émotion précèdent la raison, qui ne vient qu'ensuite apporter les arguments concrets en faveur de ce choix.

Ce qui avait commencé par la curiosité suscitée par un prototype sans logo dans une rue de Hollywood allait bientôt se reproduire à bien plus grande échelle. Après sa présentation réussie en 1997, la smart fortwo arrivait dès 1998 dans les allées des maisons et sur les rues des villes du monde entier. Au fil des années, elle allait séduire des générations successives. À 18 ans comme bien après 80 ans, chacun pouvait le constater : la smart fortwo n'était pas une petite voiture comme les autres. Pour certains, son attrait tenait à ses dimensions compactes et à la facilité avec laquelle elle se garait. Pour d'autres, il résidait dans son caractère singulier et ses équipements. Peu à peu, de plus en plus de personnes ont sans

doute partagé la conclusion de Johann Tomforde : « En ville, il n'est pas nécessaire d'avoir autant de carrosserie pour aller d'un point A à un point B. »

La passion ne s'automatise pas

Aujourd'hui, la gamme smart en Europe est entièrement électrique et plus diversifiée que jamais. Les smart #1, smart #3 et smart #5 répondent chacune à des modes de vie et à des besoins différents. C'est tout le sens de la signature de marque « Open Your Mind » : proposer à chacun la voiture qui lui correspond. La nouvelle smart #2 incarne cette philosophie dans sa forme la plus essentielle au sein de la gamme. Elle fait entrer la vision originelle de la mobilité urbaine dans une nouvelle ère : des dimensions ultra-compactes, un stationnement sans effort, une agilité remarquable en ville et un diamètre de braquage de 6,95 mètres, mesuré de trottoir à trottoir. Elle inaugure également une nouvelle génération de la célèbre cellule de sécurité, la Tridion Cell Evo, tout en conservant la signature stylistique des roues repoussées aux quatre coins de la carrosserie. Cette architecture optimise l'espace intérieur sans augmenter l'encombrement du véhicule.



La toute nouvelle smart #2, qui fera sa première mondiale au Mondial de l'Auto de Paris en octobre 2026. Trente ans après la présentation du biplace originel au Louvre, elle perpétue le même esprit dans une nouvelle ère, entièrement électrique.

Source : smart

Pour Johann Tomforde, la véritable clé de la qualité durable d'une marque ne réside pas uniquement dans l'excellence technologique, mais aussi dans la continuité et la sincérité des convictions qui la portent. C'est pourquoi il se réjouit tout particulièrement de voir Kai Sieber, aujourd'hui responsable du design de smart chez Mercedes-Benz et autrefois l'un de ses étudiants, figurer parmi les figures de proue de l'équipe internationale qui conçoit la smart #2. Les deux hommes sont restés en contact étroit et ont eu de nombreux échanges approfondis au sujet de la nouvelle smart #2.

"Avec la smart #2, de nombreux passionnés de smart venus du monde entier se retrouvent à nouveau autour d'un même projet. Ce sont des personnes qui suivent la marque depuis des années et qui contribuent, avec un véritable engagement, à écrire le prochain chapitre de son histoire. Membre de l'équipe design depuis plus de dix ans, je peux l'affirmer avec conviction : la smart #2 perpétue fidèlement l'ADN stylistique de la marque. Elle est résolument smart, et c'est exactement ainsi qu'elle doit être. Car un grand produit ne se résume jamais à de simples caractéristiques techniques. Il naît d'un design qui évolue sans jamais perdre son identité, en conjuguant un attrait intemporel et une véritable capacité d'innovation. C'est ainsi qu'il devient immédiatement reconnaissable, où qu'on le croise."

Kai Sieber, Head of smart Design at Mercedes-Benz Design

Paris n'est pas un point final

Le 12 octobre 2026, la toute nouvelle smart #2 fera sa première mondiale au Mondial de l'Auto de Paris. Trente ans après cette soirée fondatrice au Louvre, elle ne vient pourtant pas boucler la boucle. Elle ouvre un nouveau



Fresque murale dédiée à la smart #2 à Paris. Source : smart

Interrogé sur la manière dont il imagine smart dans 30 ans, Johann Tomforde formule deux souhaits. Le premier est que la marque continue d'évoluer à chaque nouvelle génération, sans jamais s'immobiliser, et qu'elle demeure la référence de son segment, suffisamment désirable pour susciter cette réaction : « C'est exactement celle que je veux. » Son second souhait est que des personnes continuent de s'approprier pleinement l'héritage de la marque et d'en comprendre véritablement l'essence, avec la volonté de le faire vivre et de le faire grandir avec passion. Car, à ses yeux, c'est bien là l'essentiel.

"Depuis que j'ai quitté smart, je n'ai jamais cessé d'y penser. C'est toujours mon projet préféré, celui qui me tient à cœur depuis mes débuts. "

Johann Tomforde

A propos Johann Tomforde

Johann Tomforde est considéré comme l'un des pères fondateurs de smart. Au début des années 1970, alors qu'il travaillait chez Mercedes-Benz, il imagine une voiture électrique urbaine, compacte et sûre, une vision qui deviendra l'un des fondements de la création de la marque smart. Designer et ingénieur, il accompagne son développement pendant plusieurs années, des premières études conceptuelles jusqu'au lancement commercial de la smart fortwo. Parallèlement à ses activités chez Mercedes-Benz et smart, il enseigne le design des transports et le design industriel en tant que professeur à Pforzheim, favorisant ainsi un dialogue constant entre le monde universitaire et l'industrie. Aujourd'hui encore, il suit l'évolution de la marque avec un enthousiasme sincère et profondément personnel.



Johann Tomforde devant une smart #3 lors d'un essai routier en 2024. Plusieurs décennies après avoir contribué à la création de la marque, il reste personnellement très attaché à son évolution.

Source : smart

Toute l'histoire de smart ici :

 **Heritage | smart Newsroom**

media.smart.com

À propos

smart Europe GmbH est une filiale à 100 % de smart mobility International Pte. Ltd. et a été fondée en juin 2020 à Leinfelden-Echterdingen, près de Stuttgart. L'équipe internationale de smart Europe est responsable de toutes les activités de vente, de marketing et d'après-vente pour la prochaine génération de véhicules smart, des produits et services de la marque sur le marché européen. Avec Dirk Adelmann en tant que CEO et Martin Günther en tant que CFO, l'entreprise développe son plein potentiel en Europe avec un modèle économique hautement efficace et orienté client. La coentreprise internationale smart a été établie entre Mercedes-Benz AG et Geely Automobile Co., Ltd. smart se positionne comme un fournisseur leader de véhicules électriques intelligents dans le segment premium.

Relations presse

Henry Wattel

CEO

smart Belgium SRL

henry.wattel@smart.com

Emeline Paillard-Brunet

Directrice Marketing

smart Belgium

emeline.paillard-brunet@smart.com

Lien vers cette page

<https://media.smart.com/fr-BE/273118-bien-plus-qu-une-voiture/>