

Pressmeddelanden

Jun 08, 2021 | ID: 282460

Volvo C40 Recharge design story: kombinerar den skandinaviska naturens stillhet med den elektriska ambitionens självförtroende

Volvo C40 Recharge representerar på många sätt Volvo Cars framtid: det är den första Volvomodellen i historien som har designats för att bara säljas i helt elektriskt utförande, och den kommer att erbjudas online med ett praktiskt Care-erbjudande. Bilens SUV-detaljer och fördelar kombinerat med den lägre profilen gör att Volvo Cars också går in i ett nytt segment – med spjutspetsdesign och funktioner som tidigare inte har setts på Volvobilar.

– C40 är en bil som symboliserar elektrifiering och den levererar på det, säger Robin Page, designchef på Volvo Cars. – Den har XC40:s personlighet, som har visat sig tilltala många, men C40 har skruvat upp det ännu mer genom sitt dynamiska uttryck och eleganta profil. Det är en riktigt attraktiv produkt för människor som letar efter de praktiska aspekterna hos en SUV, kombinerat med ett modernt uttryck.

Byggt på de grundläggande byggstenarna i XC40 ger C40 samma känsla av kraft och stark karaktär som sitt syskon, samtidigt som den adderar kraft, smidighet och lätthet. Tanken att bryta ny mark med något bekant speglas i enskilda detaljer: de karakteristiska Tors hammarestrålkastarna har förstärkts med nya pixel-LED-lampor, som automatiskt anpassar ljusstyrkan till ljusförhållandena och som slås på oberoende av varandra för att optimera ljusmönstret. De lika karakteristiska vertikala baklyktorna är nu segmenterade, vilket vittnar om den tekniska utmaningen att förlänga en stor lampa längs taklinjen, samtidigt som den är en modern tolkning av en klassisk design.

För XC40:s DNA vidare

På samma sätt som när XC40 såg dagens ljus började C40 som en spontan skiss av en formgivarna i teamet. Yury Zamkavenkas skiss ”fick också en flygande start från det första utkastet”, enligt T. Jon Mayer, head of exterior design.

– Det händer inte så ofta. När det väl gör det är det alltid några av de idéer som sticker ut mest som får fäste, eftersom det är ett så tydligt statement redan från första skissen, fortsätter Jon T., och tillägger att det som gör bilen unik – den höga sittpositionen kombinerat med en strömlinjeformad form – blir väldigt tydligt när bilen omges av andra bilar på vägen.

– En av mina favoritvinklar att se bilen ur är de bakre sju åttondelarna, där du ser lite av bilens sida och profilen med coupélinjerna, säger T. Jon. – Du ser SUV-detaljerna eftersom den har de här riktigt stora hjulen, och det är denna tuffa lilla karaktären men med mycket eleganta taklinjer. Bilen bygger på det solida hos XC40, men på ett mer dynamiskt sätt. Dessa kombinationer ger den ett helt annat uttryck, samtidigt som den för vårt DNA vidare.

Det är ett DNA som kännetecknas av ett formspråk med ett skandinaviskt uttryck: sektioner har skalats av och modellerats fram ur den solida formen, vilket ger en känsla av renhet och förfining, en diskret kaxighet.

– Den förmedlar en soliditet, som också kan kopplas till en känsla av säkerhet, säger T. Jon. – Undermedvetet är detta en kraftfull best som är skyddande, men vi har skulpterat den för att den ska vara så lätt och effektivt som möjligt.

Naturen och ljuset

Med utgångspunkt i dessa designprinciper – liksom inspiration hämtad från den skandinaviska naturen med sin lugna atmosfär, ljuset och vidderna – är kaxigheten i exteriördesignen knuten till en interiördesign som präglas av naturens lugnande inverkan. Vi har det stora panoramaglastaket som förstärker den luftiga känslan i kupén, som gör att du kan få ut mesta möjliga av de korta dagarna på vintern, samtidigt som det suddar ut gränsen mellan ute och inne under ljusa sommarnätter.

– I Sverige är det grått och mörkt större delen av året – men när solen skiner får färgerna en intensitet som är mycket mer levande än någon annanstans, säger Lisa Reeves, head of interior design. – Gräset blir grönare, havet blir blåare. Du kan se det återspeglat i arkitekturen här: husen har stora glasytor och är utformade för att verkligen släppa in ljuset, och de öppna planlösningarna gör att ljuset sprids i huset. Ljus och natur är starka delar av kulturen och är viktiga teman för interiören i C40.

Färgen Fjord Blue, inspirerad av de djupa inloppen längs den skandinaviska västkusten, flödar från exteriören och skapar en fortsättning på insidan med de stora mattorna som har dragits upp från golvet till sidorna på tunnelkonsolen och framdörrarna. Detta skapar en grund för den bakgrundsbelysta genomskinliga grafiken på instrumentbrädan och panelerna vid framdörrarna, vilket är en blinkning till de dramatiska men fridfulla bergsvyerna i Abisko nationalpark.

– Vi följde naturreservatets topografi och använde konturerna för att skapa en abstrakt digitaliserad design med ett mönster i flera lager, säger Rekha Meena, senior design manager, färg och material. – När ljuset från LED-lamporna träffar ytan skapar det en riktigt fin, atmosfärisk tredimensionell effekt.

I linje med naturen som inspirationskälla är också den höga andelen hållbara material som har använts i interiören. Topografi-dekorpanelerna är delvis tillverkade av återvunnen plast, medan mattan är tillverkad av 100 procent återvunna PET-flaskor. C40 erbjuder första läderfria interiör, med ett klädselalternativ som innehåller naturligt förnybara ullfibrer, och ett andra alternativ med en kombination av mockatextil (även den tillverkad av återvunnen plast) och micro-tech-material.

– Färg- och materialteamet har strävat efter att använda smarta, innovativa och lätta material som är hållbara och som matchar designen och drivlinan hos C40, säger Rekha. – Med all denna nya teknik som utvecklas runt oss har färg- och materialdesignerna haft större frihet att experimentera. Biobaserade material är snyggare och mer innovativa än läder, och de gör bilen mer hållbar.

Interiörens layout skapar en känsla av organisation och eftertänksamhet, där ledordet är funktionalitet. C40 upprepar XC40:s koncept med rena ytor och erbjuder smarta och genomtänkta sätt att förvara alla viktiga tillhörigheter på armlängds avstånd. Minimalism är ett övergripande tema, som blir ännu tydligare när man tittar på instrumentpanelen.

En symbol för nästa generation

Att använda förnybart och återvunnet material är en del av hållbarhetsekvationen, att bilen är helt elektrisk är en annan. Men för att verkligen få fram budskapet om elektrifiering måste C40 vara snygg också, och bilen gör just detta med funktioner som blandar symbolik och funktion.

Den nya hjuldesignen, influerad av konceptbilen 360c från 2018, förbättrar aerodynamiken samtidigt som den skapar en dynamisk look som matchar drivlinan; bakspoileren både karakteriserar och stöder den nedåtriktade kraften på bilen; och taklinjen är mycket aerodynamiskt effektiv, vilket ger den en både funktionell och visuell relation till modellserien. Och så har vi detaljerna där budskapet tar över något, som den slutna grillen och kontrasttaket.

– För att signalera att det är en elbil är fronten verkligen viktig, säger Robin Page. – En del av vårt designspråk handlar om ärlighet, och verkligheten är att vi inte behöver ett stort luftintag på en elbil. Den här bilen är baserad på XC40, som har en kylargrill, vilket gör att vi inte bara kan ignorera detta och skapa en superlåg front gjuten i ett stycke. Vi skulle ändå inte vilja göra det på den här bilen, eftersom C40 har en karaktärsfull front. Vi hittade en bra lösning, med starka, rena grafiska linjer. Tillsammans med kontrasttaket, som vi kommer att använda för att särskilja elbilarna i vårt 40-kluster, är en av ingredienserna som kommunicerar vår resa mot fullständig elektrifiering.

Volvo Car Group 2020

Räkenskapsåret 2020 redovisade Volvo Car Group en rörelsevinst på 8,5 miljarder kr (14,3 miljarder kr 2019). Omsättningen under perioden uppgick till 262,8 miljarder kr (274,1

miljarder kr). För helåret 2020 ökade den globala försäljningen till 661 713 bilar (705 452), vilket motsvarar en minskning på 6,2 procent jämfört med 2019.

Om Volvo Car Group

Volvo Cars grundades 1927. I dag är Volvo Cars ett av de mest välkända och ansedda bilmärkena i världen med en försäljning på 661 713 bilar i över 100 länder 2020. Volvo Cars ägs sedan 2010 av Zhejiang Geely Holding.

I december 2020 hade Volvo Cars cirka 40 000 (41 500) heltidsanställda medarbetare. Volvo Cars huvudkontor och produktutvecklings-, marknadsförings- och administrationsavdelningar finns i huvudsak i Göteborg. Volvo Cars huvudkontor för APAC ligger i Shanghai. Företagets huvudsakliga bilfabriker finns i Göteborg, Gent (Belgien), South Carolina (USA) och Chengdu och Daqing (Kina), medan motorerna tillverkas i Skövde och Zhangjiakou (Kina) och karosskomponenter i Olofström.

I enlighet med det nya företagets syfte strävar Volvo Cars efter att ge kunderna Frihetskänsla på ett personligt, hållbart och säkert sätt. Detta syfte återspeglas i ett antal ambitioner för verksamheten: exempelvis har man som mål att elbilar ska stå för hälften av företagets globala försäljning, att hälften av den globala försäljningen ska vara online, och att etablera fem miljoner direkta konsumentrelationer i mitten av detta årtionde. Volvo Cars har också åtagit oss att kontinuerligt minska sitt koldioxidavtryck, med målsättningen att vara ett klimatneutralt företag senast 2040.

Sökord:

Press Releases, EC40, Product News, 2022

Beskrivningar och fakta i detta pressmaterial avser Volvo Car Sverige AB:s nationella modellurval. Den utrustning som anges kan vara extrautrustning. Fordonsspecifikationerna kan skilja sig åt mellan olika länder och kan ändras utan föregående varning.

Medierelationer

Medierelationer Volvo Car Sverige

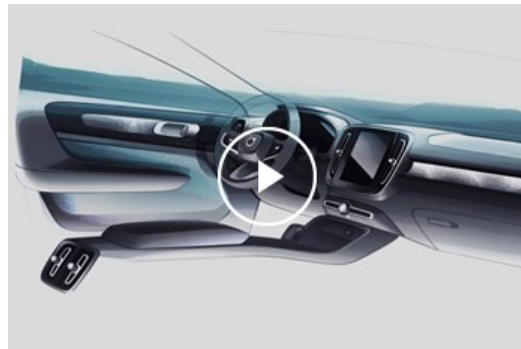
Telefon: 031-793 79 00
media.sverige@volvocars.com

Relaterade bilder



[Fler Bilder >](#)

Relaterade videor



[Fler Videor >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).