

Peugeot Design Lab: donde nacen los sueños

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=xI0ErmJFB-Y>

Peugeot se ha caracterizado en sus más de doscientos años de historia por poner especial mimo en los detalles a la hora de diseñar sus productos. Cada línea, cada pieza, cada ángulo están trazados desde el cuidado más especial, haciendo de cada vehículo una obra de arte. Por ello, el 12 de junio de 2012 decidió compartir con el mundo su especial filosofía con la apertura del Peugeot Design Lab en París.

Este laboratorio es mucho más que un estudio de diseño. En él se pone al servicio de clientes ajenos al mundo del automóvil el conocimiento que la Marca ha adquirido en su larga trayectoria. La insignia del león ha aparecido en más elementos aparte de automóviles o motocicletas, como saleros y pimenteros, bicicletas o incluso herramientas de herrería. Por ello, su misión es crear productos, servicios y experiencias que sirvan para reforzar y potenciar los valores identificativos de los clientes.

Desde pianos, pasando por aviones, motocicletas, o tablas de surf... Prácticamente cualquier cosa que se pueda soñar, puede pasar por el Peugeot Design Lab, donde la visión única de los mejores diseñadores se pone al servicio de unos clientes que confían en un trabajo con los más altos estándares de calidad.

Los campos en los que trabaja el Peugeot Design Lab son fundamentales en una sociedad como la actual. El primero es el Brand-Imaging: la marca única, identificable y perdurable en el tiempo con la que el cliente quiere ser reconocido. Muy unido a este elemento está la creación de un objetivo empresarial: ¿qué productos o servicios quiere ofrecer el cliente? Vincent Rambaud, Director General de Peugeot, define esta concreción: "Toda la imaginación y la creatividad de los diseñadores, aliadas con el rigor y la exigencia necesarias para la creación de un automóvil, son puestas al servicio de la creación de productos y servicios para los clientes en todo el mundo".

De esta manera, el trabajo sobre el diseño de los productos prolonga la definición de la marca. Es decir, cada elemento salido del Peugeot Design Lab potencia el Brand-Imaging del cliente, que a su vez servirá como concepto básico para el resto de productos y servicios.

Una vez diseñada la marca y el producto conceptual, el Peugeot Design Lab también se encarga de desarrollarlo físicamente en fase de prototipo. Aquí entran en juego los ingenieros y diseñadores que son capaces de crear un modelado 3D –un campo aún por explotar del todo- del producto a elaborar. Las ideas plasmadas por los diseñadores se realizan físicamente, lo que supone un paso fundamental para hacerse una idea real del objeto a producir.

El siguiente paso es la industrialización de los prototipos conceptuados. En este paso se liman los inconvenientes que se han encontrado en los pasos anteriores con el fin de alcanzar la más alta calidad.

El último paso es la comunicación de dicho producto, con unas características muy concretas: coherente, eficaz y que ponga de relieve las particularidades de los productos que enriquecen la imagen de una marca. El Peugeot Design Lab se encarga de todo en este campo: desde simples consejos de presentación (la ambientación, las fotos, el entorno...) hasta la dirección artística plena de la puesta de largo del producto, o incluso a la realización de las presentaciones gracias a un equipo interno especializado.

En definitiva, el Peugeot Design Lab pretende despertar en la sociedad industrial actual la pasión, el anhelo por mejorar y crear un futuro más innovador. Ya lo dijo Carl Sandburg: “Nada sucede a menos que primero sea un sueño”.

Descubre el Peugeot Design Lab aquí: <http://bit.ly/Zigf9b>

Más información, en nuestras redes sociales: <http://facebook.com/PeugeotEspana>
<http://twitter.com/PeugeotES>

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Bienestar](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>