

ALPINE



CONCENTRER
le plaisir

TIME IS *Now*

Le pilote approche, ouvre la portière.
Marche pied en aluminium et cuir damassé
l'accueillent. Calé dans le siège baquet, il
effleure le volant puis actionne le bouton
Start!
Le moteur 4 cylindres Turbo s'éveille. Le
pilote engage une vitesse du bout du doigt.
En moins de 4,5 secondes, il est propulsé à
100 km/h.



7:57am



TRAVEL
FAR
ENOUGH,
YOU
MEET
Yourself

EVERYTHING
IS
real



11:12am



11:47am

DAS COMEBACK VON ALPINE FRISCHER WIND IM PREMIUM-SPORTSEGMENT

Der neue Showcar Alpine Vision von Alpine zeichnet sich durch Eleganz, Agilität und Authentizität aus: Das 2-Sitzer-Coupé mit Heck-Mittelmotor verfügt über echte Alpine Gene. Die Alpine Vision ermöglicht einen Ausblick auf das Design und die Leistungseigenschaften des Seriensportwagens, der noch vor Ende 2016 vorgestellt wird. Der im französischen Dieppe (Normandie) hergestellte Sportler wird ab 2017 zunächst in Europa und danach schrittweise in den übrigen Weltregionen auf den Markt kommen.

Alpine präsentiert das neue Sportmodell auf den Strassen der Rallye Monte Carlo und den Serpentineen des bekanntesten Passes der südlichen Seealpen, dem Col de Turini – Schauplatz seiner grössten sportlichen Leistungen.

Das legendäre Alpine Logo, das A mit der stilisierten Pfeilspitze, kehrt zurück und wird einen ebenbürtigen Platz im Premium-Sportsegment einnehmen – mit dem Ziel, Liebhabern exklusiver Ästhetik und passionierten Fans eine ganz besondere Erfahrung zu bieten.

«Für mein Unternehmen habe ich den Namen Alpine gewählt, denn dieses Adjektiv symbolisiert für mich den Fahrspass auf den Gebirgsstrassen. Den meisten Fahrspass hatte ich immer, wenn ich mit meinem Renault 4CV mit 5-Gang-Getriebe in den Alpen unterwegs war. Meine Kunden sollten am Steuer des Autos, das ich bauen wollte, dieses leidenschaftliche Fahrgefühl empfinden. Der Name Alpine hat einen guten Klang und ist ausserdem ein Symbol.»

Jean Rédélé, Gründer von Alpine

Inhalt

01/

Alpine Vision – die Showcar-Premiere

Designlinie einer sinnlichen Maschine

Leistung: von 0 auf 100 km/h in weniger als 4,5 Sekunden

Ein Cockpit für den reinen Fahrspass

02/

Alpine – Rückkehr einer Legende

Die lebende Legende

Starkes Potenzial für eine Alternative

Alpine: Die Dynamik eines Start-ups vereint mit der Stärke der Renault Gruppe

03/

Daten und Fakten

Alpine Produktionszahlen von 1955 bis 1995

Col de Turini: Siege in Serie

Kommentare

Alpine Vision – die Showcar-Premiere

Zurück zum Ursprung: Für das Comeback begibt sich Alpine auf die Strassen der Rallye Monte Carlo und der Alpen. Dieses Gebirge, das sowohl dem Unternehmen als auch dem Fahrzeug den Namen gab, inspirierte selbstverständlich auch die zeitgenössische Interpretation des Konzeptes. Es weckt Empfindungen, die der Fahrer am Lenkrad eines Sportwagens mit dem Alpine Logo verspürt:

- die mit Nervenkitzel gepaarte **Begeisterung**,
- die **Agilität**, die sich aus der Leichtigkeit und der Eleganz eines ganz auf das Wesentliche reduzierten Konzepts ableitet,
- die **Authentizität** eines Sportwagens, der ganz im Zeichen der Kontinuität der Geschichte steht.

«Das Showcar Alpine Vision setzt moderne Massstäbe für einen exklusiven Sportwagen der Marke Alpine. In diesem Konzept finden sich die aus dem Rennsport abgeleitete Sportlichkeit, das Know-how sowie die typisch französische Handschrift, bei der jedes Detail einen besonderen Stellenwert hat. Die Alpine Vision ist ein Wagen für passionierte Autofahrer, die einen besonderen Sinn für Ästhetik haben. Und der Stil des Alpine Vision reflektiert zu etwa 80 Prozent den des geplanten Serienmodells.»

Antony Villain – Design Director Alpine

Die Designlinie einer sinnlichen Maschine

Die Alpine Vision verkörpert den leistungsstarken, eleganten und leichten Sportwagen, der dem Fahrspass in seiner reinsten Form dienen soll.

Die flache und schlanke Silhouette, die gewölbte Fronthaube mit zwei runden Scheinwerferpaaren, taillierte Flanken, lang gestreckte und nach hinten leicht abfallende Kotflügel, die in das markante Heck mit waagerechten Rückleuchten übergehen: Bei der Studie handelt es sich eindeutig um eine Alpine. Die vorderen Kotflügel und Seitenteile ziert das Logo, das A mit der stilisierten Pfeilspitze. An subtilen Design-Anleihen der Alpine A110 und anderer symbolträchtiger Modelle aus der Vergangenheit mangelt es nicht.

Die Alpine Vision verkörpert Performance und fließende Schönheit. Innen wie aussen stehen Strukturen und Technologie stark im Vordergrund.

Diamantpolierte Felgen symbolisieren Geschwindigkeit und Eleganz. Im breitschultrigen Heck sind Lufteinlässe unterhalb der Seitenfenster integriert, die zur Kühlung des Mittelmotors beitragen.

Die lang gezogenen Rückleuchten zeichnen sich durch eine markante Lichtsignatur in Form eines X aus. Die Form des Heckfensters ist ebenfalls vom früheren Modell A110 abgeleitet.

Aufgrund ihrer hohen Wendigkeit und ihres Temperaments eignet sich die Alpine Vision ganz besonders für Fahrten auf kurvenreichen Strassen – ein Charakterzug, der sich auch in ihrem Design wiederfindet.

Performance? Von 0 auf 100 km/h in weniger als 4,5 Sekunden

Die elegante Linie der Alpine Vision weckt das Verlangen, ein derart charakterstarkes Fahrzeug zu besitzen und zu fahren. Am Lenkrad bilden die Präzision, die Agilität und das spielerische Temperament des Fahrzeugs eine aufregende Kombination. Hinzu kommt der enorme Fahrspass bei jeder Geschwindigkeit.

Allerdings müssen die Voraussetzungen gegeben sein, damit die Leistung voll zum Tragen kommt. In der Hinsicht lässt die Alpine Vision jedoch keinen Zweifel aufkommen: Mit einem Beschleunigungswert von 0 auf 100 km/h in weniger als 4,5 Sekunden werden die Erwartungen der Zielgruppe des geplanten Serien-Sportwagens erfüllt.

Der 4-Zylinder-Turbomotor liefert seine Leistung mit einem satten Sound. Und weil die Alpine Vision vor allem durch Leichtigkeit besticht, dringt jedes Kilowatt und jeder Newtonmeter unmittelbar tief ins Mark. Leistungsstarke und ausdauernde Bremsen passen zu Fahrspass und Performance.

Der Showcar Alpine Vision knüpft kontinuierlich eine innige Verbindung zwischen dem Fahrer, seinem Fahrzeug und dem Umfeld. Aus der unmittelbaren Nähe zwischen diesen drei Elementen erwächst die Freude am Fahrerlebnis.

Ein Cockpit für reinen Fahrspass

*«Die Alpine Vision zieht bei der Sportlichkeit alle Register – mit allen Merkmalen, die mit einem Sportwagen *«à la française»* verknüpft sind. Der Wagen steht für Verführung und Sinnlichkeit, für tief empfundenen Fahrspass, insbesondere auf kurvenreichen Strassen: ein Bolide mit zeitloser Linienführung und einzigartigem Charakter. Wir wollten darin aber auch eine andere, ganz wesentliche Zutat integrieren: Eleganz. Der Stil, die verarbeiteten Materialien, die Atmosphäre im Innenraum und die Sorgfalt, mit der jedes Detail ausgeklügelt wurde, zeugen davon.»*

Laurent Negroni – Interior Designer Show Car Alpine Vision

Schon beim Öffnen der Tür ist die Richtung klar: Die Türeinstiegsleiste aus Aluminium, die mit den Unterschriften der Showcar-Entwickler und -Designer versehen ist, lädt dazu ein, in einem einzigartig gestalteten Innenraum Platz zu nehmen.

Materialien und Farben sind kontrastreich verarbeitet, Details wurden sorgsam ausgearbeitet. Visuelle Emotionen gehen mit taktilen Emotionen einher.

Durch Verarbeitung von Leder, Mikrofaser, Aluminium und Kohlefaser im Innenraum setzen die Designer auf eine moderne Atmosphäre. In diesem Hightech-Umfeld verbinden sich Elemente aus dem Rennsport mit solchen, die an das Alpine Erbe anknüpfen. So hebt sich der hinterleuchtete Türöffner von der schwarzen, mit weissen Nähten abgesteppten Innenverkleidung der Türen aus Damastleder ab. Auch die Schalensitze interpretieren dieses Spannungsfeld aus Kontrasten und sind

mit Sicherheitsgurten ausgestattet, deren Schliesse aus gebürstetem Aluminium vom Rennsport inspiriert ist. Das in gesteppter Optik gearbeitete Leder der Sitze ist mit Mikrofaser-Elementen versetzt, die sowohl ein Gefühl der Sinnlichkeit als auch das Thema Technik transportieren.

Der Fahrer blickt auf ein Instrumentenpanel mit individuell anpassbarem TFT-Bildschirm (Thin Film Transistor) unter einer Kohlefaserblende. Beide Fusspedale wie auch die Fussstütze sind mit drei Dreiecken verziert, die an die Alpengipfel erinnern sollen. Das 3-Speichen-Lenkrad, ebenfalls aus Alu, verfügt über eine dicke, mit abgestepptem Leder verkleidete Nabe sowie über Schaltwippen und einen Knopf mit der vielsagenden Aufschrift «Sport». Die wichtigsten Kippschalter ebenso wie die Gebläsesteuerung sind im legendären Alpine Blau hinterleuchtet.

Die auf einer gut sichtbaren Aluminiumstruktur mit Lederverkleidung ruhende Mittelkonsole zeichnet sich durch eine Leichtigkeit aus, die den Eindruck vermittelt, als schwebte sie in der Luft. In der Mitte befinden sich das Multimedia-Touchscreen-Tablet und eine runde Stoppuhr.

Der Versuchung, den in Griffnähe angebrachten, durch eine Sicherungsblende geschützten Startknopf zu drücken, wird der Fahrer nicht lang widerstehen können.

Blanko-Vollmacht für die Leidenschaft

Blau ist zwar die symbolträchtige Farbe der Marke Alpine, Weiss begleitet jedoch zahlreiche glückliche Momente ihrer Historie.

Einige wichtige Alpine Modelle trugen Weiss, besonders die A110 Berlinette mit der so genannten «*Option Olympique*», deren weisse Karosserie mit einem blauen oder einem roten Streifen aufgepeppt war. Diese Option, die lediglich im Jahr 1968 zur Verfügung stand, wurde zu Ehren des dreifachen Olympiasiegs des Alpinskifahrers Jean-Claude Killy bei den Olympischen Winterspielen im französischen Grenoble angeboten.

Ausserdem gab es noch die A110 1300G, die 1970 auf dem Pariser Autosalon präsentiert wurde, und im Rennsport die A110 1600S Nr. 4, die 1971 den ersten Platz bei der Rallye San Remo in Italien holte.

Als Farbe des ewigen Schnees und der Alpengipfel ist Weiss heute die Farbe des Showcars Alpine Vision und das Symbol der Wiedergeburt, der Reinheit, der Leichtigkeit und der Eleganz.

02/

Alpine – Rückkehr einer Legende

«Autos zu bauen, die das Erbe der 1955 von Jean Rédélé erschaffenen Marke Alpine antreten, ist eine Aufgabe, die mit viel Emotion und einer ungeheuren Verantwortung einhergeht. Für alle Teams, die daran beteiligt sind, ist es eine Chance und ein unvergleichliches Abenteuer. Alpine verkörpert Performance und Fahrspass in seiner reinsten Form.»

Bernard Ollivier, Generaldirektor Société des Automobiles Alpine

Lebende Legende

Die Geschichte von Alpine, das ist die Vision des Firmengründers Jean Rédélé. Eine Verbindung von Rennsport, technischer Raffinesse, Stil und dem Gespür für marktfähige Ideen. Eine echte Saga aus zukunftssträchtigen Treffen und Kontakten, die gerade ihr 60-jähriges Bestehen gefeiert hat.

Nachdem er am Lenkrad seines getunten Renault 4CV zahlreiche Siege errungen hat, erkennt Jean Rédélé sehr früh das Potenzial für die Erschaffung seiner eigenen Automarke. Der Markt bietet damals Platz für ein innovatives, leichtes Fahrzeug, das ein wettbewerbsfähiges Rennsportkonzept für das breite Publikum bereithält. Dieser technischen Zielsetzung liegen das Konzept der A106 und die offizielle Erschaffung der Marke Alpine im Jahr 1955 zugrunde.

Der zweite Grundsatz, den Jean Rédélé verfolgt, ist wirtschaftlicher Natur. Durch die Überlassung von Herstellungslizenzen will er seinem Konzept eine internationale Dimension verleihen.

Von 1955 bis 1995 produziert und verkauft Alpine 30'000 Sportwagen. Alpine ist zwar seit 20 Jahren nicht mehr am Markt präsent, atmet während dieser Zeit jedoch weiter. Die Aktivitäten ehemaliger Mitarbeiter der Firma, die nie nachlassende Begeisterung der Fanklubs und das Engagement einiger privater Rennfahrer in zahlreichen Rennsportveranstaltungen unterschiedlicher Art sind ein Zeugnis davon. Sie alle halten die Alpine Flamme am Leben und hegen die verrückte Hoffnung auf eine Rückkehr der Marke. Dieses Comeback steht nun fest.

Starkes Eroberungspotenzial für ein Alternativangebot

Ende 2012 kündigt die Renault Gruppe ihre Absicht an, die Marke Alpine wiederzubeleben. Und wenn der Traum, eines Tages wieder eine Alpine auf der Strasse fahren zu sehen, in Erfüllung gehen würde? Zunächst muss allerdings das intuitive Gefühl, die Legende könnte wieder einen einzigartigen und dauerhaften Platz am Markt behaupten, bestätigt werden.

Drei Jahre später ist das Alpine Team bereit: Design-Pläne, Gründungsleitsätze, Businessmodell, internationale Zielsetzungen ...

Alpine feiert sein Comeback mit der Alpine Vision, einem Showcar, das zu 80 Prozent dem Sportwagen entspricht, der Ende 2016 als Serienfahrzeug vorgestellt wird, um bereits 2017 den anspruchsvollen Premium-Sportwagenmarkt herauszufordern.

50 Prozent Wachstum bis 2020 auf dem Premium-Sportwagenmarkt

Das Premium-Sportwagensegment (Coupés und sportliche Roadster) macht jährlich etwa 200'000 Fahrzeuge weltweit aus. Diese Fahrzeuge zeichnen sich durch ihr Performance-Niveau, ihre Ausdrucksstärke und die Attraktivität des Labels aus. Sie stehen für intensiven Fahrspass und tragen viel zum Image und zur Wirtschaftlichkeit der Automobilhersteller bei. In ihnen steckt das ausgeklügeltste Automobil-Know-how, um eine gut informierte Klientel zu begeistern.

Geografisch betrachtet werden 40 Prozent der Fahrzeuge des Premium-Sportwagensegments in Nordamerika, 35 Prozent in Europa, 15 Prozent in Asien und 10 Prozent in den übrigen Regionen der Welt verkauft. In Europa teilt sich der Absatz wie folgt auf: 30 Prozent an Kunden in Deutschland, 30 Prozent in Grossbritannien und 7 Prozent in Frankreich. Unabhängig vom Absatzvolumen ist dieser Markt auch besonders stark in der Schweiz, in Belgien und in Österreich vertreten.

Verkaufsprognosen sehen für diesen Markt ein Wachstumspotenzial von etwa 50 Prozent bis 2020 vor, zunächst weil es sich um einen Angebotsmarkt handelt, auf dem die Kunden für Neuheiten sensibilisiert sind – dies betrifft auch die ausgereiften Märkte. Ausserdem wird sich die Nachfrage nach Premium-Sportwagen in den meisten aufstrebenden Märkten verstärken. Seit 15 Jahren erfordert die Nachfrage von jeder Marke, eine immer genauere Positionierung zu definieren.

Alpine – die Alternative

«Mit Alpine wollen wir eine Klientel ansprechen, die intensivste Fahrerlebnisse in einem herausragend stilvollen und eleganten Ambiente schätzt. Die Kundenzielgruppe interessiert sich besonders für Markengeschichte und Markenkultur. Alpine wird diesen Kunden eine einzigartige und legitime Alternative bieten, die voll im Einklang mit ihren Wünschen steht.»

Eric Reymann – Product Planning Director Alpine

Der Premium-Sportwagenmarkt umfasst sowohl Modelle ultraspezialisierter Marken als auch die der Generalisten. Alpine stellt eine Alternative in Bezug auf die beiden Kriterien dar, die diesen Markt segmentieren: Performance und Ausdrucksstärke. Alpine zielt auf eine Positionierung ab, die im Einklang mit der Historie der Marke und ihren Genen steht.

Die Marke Alpine schöpft ihre Inspiration aus den einfachen und modernen Werten, die der visionäre Gründer der Marke vorangetrieben hat, sowie aus ihrer Rennsportgeschichte.

- **Technik:** Leichtigkeit und Agilität stehen über der reinen Leistungsstärke.
- **Ästhetik:** Die Fahrzeuge sollen nicht nur leistungsstark, sondern auch schön sein. Eleganz, Innovation und Intuition gehen dabei eine höchst wirksame Verbindung ein.
- **Mensch:** Das Vertrauen in die Expertise der Menschen steht an erster Stelle. Alpine, das ist eine Familie: Mitarbeiter, Ingenieure, Fahrer und Mechaniker setzen alles daran, um Erwartungen zu übertreffen.
- **Sport:** Alpine, das ist «David gegen Goliath». Die Lust, sich an den Grössten zu messen, ist der Antrieb für Exzellenz.
- **Markt:** Alpine hat im Ausland stets Frankreich repräsentiert, insbesondere sein Image im Rennsport und seine Industrie. Das ist das Bestreben, in grossen Dimensionen zu denken und zu handeln, sich über die Landesgrenzen hinaus zu entwickeln und gleichzeitig eine direkte Nähe zum Kunden zu pflegen.

Es sind diese Werte, die heute die neue Alpine Mannschaft beseelen, die an der Entwicklung des künftigen Serienfahrzeugs mitwirkt – ein erstes Alpine Modell, das gleich mehrere Ziele verfolgt: den Erwartungen der auf Ästhetik fokussierten und auf das Ergebnis gespannten Kunden gerecht zu werden, sich mit seinem eigenen Rezept einen Platz in einem anspruchsvollen Segment zu sichern und schliesslich seinen Weg auf allen fünf Kontinenten zu beschreiten.

Alpine: die Agilität eines Start-up-Unternehmens und die Stärke der Renault Gruppe

Um Alpine ein neues Leben einzuhauchen sowie das erste symbolträchtige Modell zu entwickeln, zu bauen und damit die Welt zu erobern, bündelt die Renault Gruppe das Beste, was sie an Expertise zu bieten hat. Alpine erlebt seit Monaten ein völlig neues Abenteuer, indem sich die Marke auf flexible und unabhängige Weise organisiert, aber auf die Leistungsfähigkeit der Renault Gruppe zählen kann.

Alpine hat selbstverständlich Zugriff auf das Know-how des französischen Automobilherstellers Renault in Sachen Fahrwerk, Motoren und Entwicklung. Die Expertise der Ingenieure von Renault Sport und der Teams, die in der Formel 1 tätig sind, wird durchaus intensiv in Anspruch genommen, um eine echte Alpine auf die Beine zu stellen. Das Gleiche gilt für die Support-Funktionen der Renault Gruppe.

Schliesslich wird das Serienfahrzeug vom modernisierten Autowerk im französischen Dieppe produziert. Die Fabrik in der Normandie, die sich wie eine Werkstatt für «Massanfertigungen» präsentiert, kann auf eine Auswahl an Lieferanten zählen, die aufgrund ihrer Expertise im Hightech- oder Premium-Bereich bestimmt wurden.

«Am Jahresende 2016 werden wir den Seriensportwagen mit dem legendären Logo, dem A mit der stilisierten Pfeilspitze, vorstellen. Die Markteinführung der Berlinette des 21. Jahrhunderts wird im zweiten Quartal 2017 schrittweise erfolgen, um anschliessend auf allen fünf Kontinenten angeboten zu werden. Wir freuen uns darauf.»

Arnaud Delebecque – Commercial Range Director Alpine

03/

Daten und Fakten

Alpine Produktionszahlen von 1955 bis 1995

Produktion Strassenversionen in Frankreich

A106	251	(1955 – 1960)
A108	236	(1960 – 1962)
GT4	112	(1963 – 1965)
A110	7'579	(1961 – 1977)
A310 4 Zylinder	2'340	(1971 – 1976)
A310 V6	9'276	(1976 – 1984)
GTA	1'509	(1984 – 1989)
GTA Turbo	4'545	(1985 – 1990)
A610	818	(1990 – 1995)
Total	26'666	

Unter Lizenz im Ausland produzierte Strassenversionen

BRASILIEN (INTERLAGOS)	822	(1962 – 1966)
SPANIEN (FASA)	1'904	(1963 – 1978)
MEXIKO (DINALPIN)	693	(1964 – 1972)
BULGARIEN (BULGARALPINE)	35	(1967 – 1970)
Total	3'454	

Rennwagen

Sport Prototypen		Monoposti
Proto 4-Zylinder-Reihenmotor	17	Formule École
12		
Proto 8-Zylinder-V-Motor	8	Formule de Promotion (FF und
FR) 19		
Proto 6-Zylinder-V-Motor	12	Formel 3
	28	
		Formel 2
		9
Insgesamt	37	Formel 1
	2	
		Insgesamt

Sportliche Erfolgsbilanz

Prototypen

- 1963:** FRANZÖSISCHER MEISTER SPORTPROTOTYPEN (J. ROSINSKI / M63)
- 1964:** FRANZÖSISCHER MEISTER SPORTPROTOTYPEN (R. DE LAGENESTE / M64)
- 1974:** EUROPÄISCHE MARKENMEISTERSCHAFT (A. SERPAGGI / A441)
- 1978:** SIEG BEI DEN 24 STUNDEN VON LE MANS (D. PIRONI – J.P. JAUSSAUD / A442 B)

Monoposti

- 1964:** FRANZÖSISCHER MEISTER F3 (H. GRANDSIRE / P64)
- 1971:** FRANZÖSISCHER MEISTER F3 (P. DEPAILLER / A360)
- 1971:** FRANZÖSISCHER MEISTER FORMULE RENAULT (M. LECLÈRE / A361)
- 1972:** FRANZÖSISCHER MEISTER F3 (M. LECLÈRE / A364)
- 1972:** EUROPAMEISTER FORMEL 3 (ÉQUIPE ALPINE / A364)
- 1972:** EUROPAMEISTER FORMEL RENAULT (A. CUDINI / A366)

Rallycross

- 1977:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J. RAGNOTTI / A310 V6)
- 1977:** EUROPAMEISTER (H. GRÜNSTEIDL / A310 V6)
- 1978:** FRANZÖSISCHER MEISTER (B. SABY / A110)
- 1979:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J.P. BELTOISE / A310)

Rallyes

- 1967:** SPANISCHER MEISTER (B. TRAMONT / A110)
- 1968:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J.C. ANDRUET / A110)
- 1968:** SPANISCHER MEISTER (B. TRAMONT / A110)
- 1969:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J. VINATIER / A110)
- 1970:** EUROPAMEISTER (J.C. ANDRUET / A110)
- 1970:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J.C. ANDRUET / A110)
- 1970:** BULGARISCHER MEISTER (I. TCHUBRIKOV / A110)
- 1970:** RUMÄNISCHER MEISTER (G. PUIU / A110)
- 1971:** INTERNATIONALER RALLYE-MEISTER (ÉQUIPE ALPINE / A110)
- 1971:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J.P. NICOLAS / A110)
- 1971:** BULGARISCHER MEISTER (I. TCHUBRIKOV / A110)
- 1972:** FRANZÖSISCHER MEISTER (B. DARNICHE / A110)
- 1972:** TSCHECHOSLOWAKISCHER MEISTER (V. HUBACEK / A110)
- 1973:** WELTMEISTER (ÉQUIPE ALPINE / A110)
- 1973:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J.L. THÉRIER / A110)
- 1973:** TSCHECHOSLOWAKISCHER MEISTER (V. HUBACEK / A110)
- 1974:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J. HENRY / A110)
- 1974:** TSCHECHOSLOWAKISCHER MEISTER (V. HUBACEK / A110)
- 1974:** POLNISCHER MEISTER (B. KRUPA)
- 1975:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J. HENRY / A110)
- 1975:** TSCHECHOSLOWAKISCHER MEISTER (V. HUBACEK / A110)
- 1975:** UNGARISCHER MEISTER (A. FERJANCZ)
- 1976:** TSCHECHOSLOWAKISCHER MEISTER (V. HUBACEK / A110)
- 1977:** FRANZÖSISCHER MEISTER (G. FREQUELIN / A310)
- 1980:** FRANZÖSISCHER MEISTER (J. RAGNOTTI / R5 ALPINE)
- 1995:** FRANZÖSISCHER MEISTER VHC (J.C. RÉDÉLÉ / A110)

Und über 1'000 Siege durch Amateurfahrer bei nationalen und regionalen Meisterschaftsläufen im Rallye- und Strassensport sowie bei Automobilschlalom.

Col de Turini, Schauplatz der Alpine Siege

Was den Seebären das Kap Hoorn, ist für die Rallyespezialisten der Col de Turini in den französischen Seealpen. Diese gefährliche und gefürchtete Passstrasse erfordert grosse Vorsicht und viel Respekt. Der Col de Turini, der für alle Zeiten ein Synonym für die riskanteste Etappe der alljährlichen Rallye Monte Carlo ist, verspricht die Hölle, wenn die Witterungsverhältnisse sich überschlagen. Auf dem 32 Kilometer langen Streckenabschnitt zwischen Sospel und La Bollène entscheiden sich – zuweilen mit Hilfe von Komplizen – Wohl oder Wehe, Sieg oder Niederlage.

So häufen 1968 einige Zuschauer, obwohl die Strasse trocken ist, Schnee in einer gefährlichen Kurve an. Gérard Larrousse, am Steuer seiner A110, gerät ins Schlittern und kollidiert mit einem Felsen. Die Marke Alpine verliert einen Sieg, der gesichert schien.

1973, in dem Jahr, in dem Alpine den Rallye-Weltmeistertitel holt, kämpft Jean-Claude Andruet gegen seinen schwedischen Teamkameraden Andersson um den ersten Platz. Beide fahren eine Alpine A110. Ein Reifenplatzer im ersten Durchgang lässt den Franzosen Andruet auf den dritten Rang zurückfallen. Als den Schweden im darauffolgenden Spezialdurchgang das gleiche Schicksal ereilt, rückt Andruet bis auf 20 Sekunden näher. Während des anschliessenden Zeitfahrens liefern sich die beiden Männer einen erbitterten Kampf, den Andruet mit nur 26 Sekunden Vorsprung für sich entscheidet. Der Col de Turini pflegt seinen zweifelhaften Ruf. Die Marke Alpine feiert einen Hattrick im Gesamtklassement der Rallye Monte Carlo und legt damit einen soliden Grundstein für den Weltmeistertitel in diesem Jahr.

Alpine Siege am Col de Turini

1968:	J. Vinatier	Alpine A110 1300
1969:	J. Vinatier	Alpine A110 1300
1971:	O. Andersson	Alpine A110 1600
1972:	B. Darniche (2-mal)	Alpine A110 1600
1973:	J.F. Piot	Alpine A110 1800
1976:	J.P. Nicolas	Alpine A310



Aussagen von «Alpinisten»

«Alpine – das ist mein Leben. Das Comeback von Alpine freut mich natürlich sehr. Ich denke, dass unser Ehemaligen-Verein sowie die Alpine Clubs rund um den Globus ein kleines bisschen an dieser für uns alle faszinierenden Rückkehr mitgewirkt haben.»

André Desaubry – Vorstand des Vereins der ehemaligen Alpine Mitarbeiter

«Wenn ich mit einer Alpine in den Alpen unterwegs bin, fühle ich mich, als würde ich auf einem Liegestuhl in meinem Garten sitzen. Mit der Berlinette habe ich den Coupe d’Or des Alpes gewonnen, der nur dem Fahrer überreicht wurde, der dreimal in Folge Sieger des Coupe des Alpes war, und reihte mich zusammen mit Ian Appleyard und Stirling Moss in die Annalen ein. Eine Alpine, das ist ein ungeheurer Fahrspass, gepaart mit Erfolgen.»

Jean Vinatier – ehemaliger Alpine Rennfahrer

«Das Comeback der Alpine verspricht eine neue, aufregende Auswahlmöglichkeit bei den agilen und leichten Sportwagen. Vergangenes Jahr hatte ich das Privileg, das 23. Festival of Speed am Steuer der Alpine Célébration zu eröffnen. Seitdem warte ich ungeduldig auf das Serienfahrzeug und auch darauf, bald mehr Alpine auf dem Kurs von Goodwood fahren zu sehen.»

Charles Gordon-Lennox, Earl of March and Kinrara DL

«Als ich jünger war, sah ich immer viele Alpine Fahrzeuge in meinen Träumen. Und das ist auch heute noch so. Und heute war die Erfüllung des Traums noch nie so nah, so greifbar.»

**Kazunori Yamauchi – Vorstandsvorsitzender Polyphony Digital
Entwickler der Videospiel-Rennsimulation Gran Turismo**

Medien-Kontakte

Florence Ensmann
Kommunikationsattachée

Tel. 044 777 02 28
florence.ensmann@renault.ch

Laurent Burgat
Direktor Kommunikation

Tel. 044 777 02 48
laurent.burgat@renault.ch

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite: www.media.renault.ch

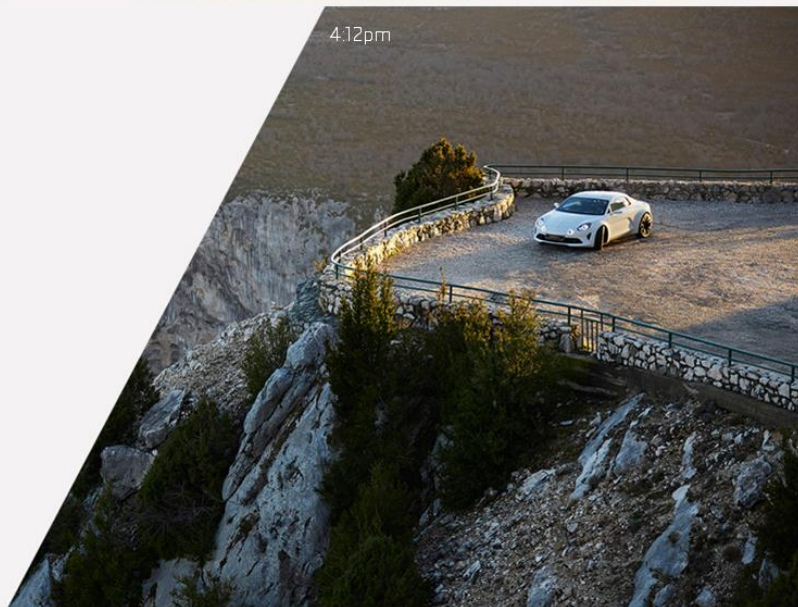
Renault Suisse SA, Bergermoosstrasse 4, 8902 Urdorf

L'Alpine Vision glisse à flanc de montagne et joue avec les virages serrés. Sur ces routes de montagne, la légèreté de l'Alpine est un atout majeur. Peu d'inertie, un plaisir direct, des accélérations franches, un freinage instantané... La conduite de l'Alpine Vision est un grand spectacle, à vivre de l'intérieur ou de l'extérieur...



4:12pm

HERE
now



TAKE ME ON A
nightdrive



ALPINE

