

« Pour Audi, l'entrée en Formule 1 fait partie d'un projet plus global : Nous pilotons le progrès. Au-delà de la ligne d'arrivée. »

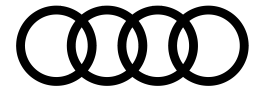
Ingolstadt - Munich, 12 Novembre 2025 – Audi a dévoilé son nouveau design de Formule 1. La marque fera son entrée dans la catégorie reine du sport automobile en 2026. Voici les principales déclarations de Gernot Döllner (PDG d'Audi), Mattia Binotto (Responsable du projet Audi F1), Jonathan Wheatley (Team Principal) et Massimo Frascella (Chief Creative Officer d'Audi).

Gernot DÖLLNER

- « Notre entrée en Formule 1 fait partie d'un projet plus global. C'est la prochaine étape du renouveau de l'entreprise, conçue pour renforcer notre compétitivité sur la scène mondiale. En Formule 1, chaque seconde compte. Le succès exige performance, précision et travail d'équipe. Cet état d'esprit va insuffler une nouvelle culture de la performance à l'ensemble de l'entreprise et sera un catalyseur du changement vers une marque plus agile, plus innovante et plus efficace. »
- « Bien sûr, la Formule 1 est une pure émotion. Cependant, Audi y entre avec une logique claire. Le plafond budgétaire garantit la viabilité financière, tandis que la portée mondiale de la F1 offre une visibilité de marque inégalée. Cela ouvre de nouvelles opportunités pour toucher d'autres groupes cibles – en particulier sur nos marchés clés : les États-Unis, l'Europe et la Chine. »
- « L'histoire d'Audi en Formule 1 ne fait que commencer, mais le sport automobile a toujours fait partie de notre identité. Des Flèches d'Argent Auto Union des années 1930 à la domination en voitures de tourisme, en rallye et aux victoires hybrides aux 24 Heures du Mans – chaque fois qu'Audi s'est engagée dans une discipline, le succès a suivi. Audi n'a jamais participé juste pour être présente, mais avec l'objectif de diriger, d'innover et de gagner. C'est exactement ce que nous visons en Formule 1. »

Mattia BINOTTO

- « C'est le projet le plus excitant du sport automobile, voire de tous les sports. L'objectif est clair : se battre pour les podiums d'ici 2030. Ce parcours demande du temps, les bonnes personnes et un état d'esprit d'amélioration continue. »
- « Nous avons défini notre feuille de route vers le sommet et posons les fondations. La Formule 1 est l'un des environnements les plus compétitifs. Devenir prétendant au titre demande du temps – c'est un parcours façonné par le progrès continu, non par la perfection. Les erreurs sont inévitables, mais apprendre d'elles est ce qui permet la transformation. »
- « Et c'est un effort d'équipe : ingénieurs, mécaniciens, designers, partenaires – chaque contribution est un pas en avant. Bientôt, le premier démarrage moteur marquera une nouvelle étape. Ce n'est pas seulement la machine qui prend vie, mais la passion et



l'ambition de centaines de personnes qui deviennent réalité. Début d'année prochaine, la première F1 Audi entrera en piste. Ce moment sera le début de quelque chose de spécial.»

Jonathan WEATHLEY

- « La Formule 1 ne se résume pas à la technologie – il s'agit aussi de mentalité, de concentration, de résilience et de confiance sans complaisance. Nous connaissons des revers, mais chacun sera une expérience d'apprentissage qui nous rendra plus forts. Apprendre de ses erreurs dans un environnement sûr rend le progrès possible. »
- « Une culture de confiance et de résilience est en train de naître. Une équipe où chacun est encouragé à repousser les limites, à apprendre, à s'améliorer et à faire preuve de courage chaque jour. Nous ne battons pas les meilleurs en faisant moins qu'eux. Les équipes championnes ne reposent pas sur la magie – elles sont construites par des personnes qui se font confiance et qui croient au processus. »
- « Il s'agit de plus que de construire une équipe. Il s'agit de façonner l'avenir – avec de jeunes talents, des partenaires visionnaires et un état d'esprit qui ose redéfinir ce qu'une équipe de course peut être. Quand les cinq feux s'éteindront à Melbourne, Audi participera pour la toute première fois à une course de Formule 1. Nous verrons une équipe qui croit en elle, en sa mission et en son potentiel illimité. »

Massimo FRASCELLA

- « Nous voulons façonner une marque capable de créer une connexion émotionnelle profonde, qui forge de nouveaux partenariats avec des marques partageant les mêmes valeurs et inspirer une communauté mondiale – composée non seulement de fans de F1, mais aussi de personnes qui apprécient le courage et le raffinement. »
- « Avec nos débuts en Formule 1, nous introduisons un nouveau design unifié pour rassembler tous les aspects de notre organisation. Au cœur de ce système, nos quatre anneaux. Ils sont le socle sur lequel repose le reste de notre marque. »
- « Le concept Audi R26 est l'une des premières expressions de ce nouveau design. Nous voulons avoir la voiture la plus remarquable sur la grille. Nous voulons être la marque la plus audacieuse en dehors de la piste. Et nous voulons créer un impact culturel qui va au-delà du paddock. »

Communication Presse et Relations Publiques

Sabrina NICOLAS

Responsable Presse Formule 1, Audi Sport, Lifestyle & Influence

Téléphone : 06.86.95.78.96

E-Mail : sabrina.nicolas@audi.fr

media.audifrance.fr



Le groupe Audi est l'un des constructeurs d'automobiles et de motos les plus performants du segment premium et luxe. Les marques Audi, Bentley, Lamborghini et Ducati produisent sur 22 sites dans 13 pays. Audi et ses partenaires sont présents dans plus de 100 marchés à travers le monde.

En 2024, le groupe Audi a livré 1,7 million de véhicules Audi, 10 643 Bentley, 10 687 Lamborghini et 54 495 motos Ducati à ses clients. Sur l'exercice 2024, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 64,5 milliards d'euros et un bénéfice opérationnel de 3,9 milliards d'euros. Au 31 décembre, plus de 88 000 personnes travaillaient pour le groupe Audi, dont plus de 55 000 chez AUDI AG en Allemagne. Avec ses marques attractives et de nombreux nouveaux modèles, le groupe poursuit systématiquement sa transformation vers une mobilité premium durable et connectée.

Audi entrera pour la première fois en Formule 1 en 2026 avec sa propre équipe usine et un groupe motopropulseur hybride (« power unit ») développé en Allemagne. L'équipe sera basée sur trois sites : Audi Formula Racing GmbH, fondée spécifiquement pour le projet, développe le groupe motopropulseur à Neuburg an der Donau. Hinwil, en Suisse, sera le centre de développement de la voiture de course ainsi que de la planification et de l'exploitation des courses. Enfin, le bureau technologique britannique de Bicester offre un accès direct aux talents F1 et partenaires stratégiques au cœur de la « Motorsport Valley ».

La Formule 1 est considérée comme le sommet du sport automobile et, grâce à sa portée mondiale, comme l'une des plateformes sportives les plus importantes au monde. Un autre facteur décisif pour l'entrée d'Audi est le nouveau règlement FIA qui, à partir de 2026, inclura des carburants durables et portera la part électrique du groupe motopropulseur hybride à près de 50 %.
