

Hyundai inspire les touristes dans six villes emblématiques à travers le monde



- Hyundai Motor souhaite devenir le meilleur partenaire de voyage, conformément à sa philosophie d'accompagnement du consommateur
- Des œuvres inspirantes seront installées à Barcelone, Istanbul, Mexico, New York, Paris et Singapour
- Hyundai diffusera sur les réseaux sociaux un film réalisé à partir des selfies envoyés par les fans avec le hashtag #HyundaiTravelmate

La Garenne-Colombes, le 14 août 2015

Hyundai Motor lance une campagne inspirante pour encourager les touristes à partager leurs plus beaux souvenirs dans les lieux incontournables de six des villes les plus emblématiques du monde. Plus de 55 millions de touristes pourront interagir avec des œuvres inspirantes affichées sur les moyens de transport qui les amèneront aux sites touristiques les plus visités au monde, à Istanbul, New York, Mexico, Barcelone, Paris et Singapour. Hyundai deviendra ainsi le « compagnon de voyage » des touristes durant leurs instants les plus exaltants.

À Istanbul, New York et Mexico, d'incroyables illusions d'optique refléteront le dynamisme de la ville sur les bus et les trams. Elles marqueront les esprits des habitants comme des touristes. Vues de loin, des mosaïques créatives, composées de centaines de minuscules logos Hyundai, révéleront le panorama emblématique de chaque ville. Ainsi, à New York, les silhouettes caractéristiques des immeubles de Manhattan s'accompagneront d'un message de Hyundai Motor : « Prenez du recul. Découvrez New York sous un nouveau jour. »

Au même moment, les touristes en visite à Paris, Barcelone et Singapour pourront lire ce message intrigant : « Une nouvelle expérience vous attend. » Dans les principaux sites touristiques de ces villes, un visuel accrocheur ornera les transports publics : les bus, pareils à des emballages cadeau, sembleront livrer dans des lieux emblématiques Nouveau Tucson, le SUV compact récemment présenté par Hyundai.

« Nous voulons montrer aux consommateurs que nous sommes là pour eux, où qu'ils soient dans le monde. Désormais, dans ces six villes, l'engagement de Hyundai à être un « partenaire de vie dans le secteur automobile et au-delà » aide des millions de personnes à créer d'incroyables souvenirs de voyage. Nous souhaitons devenir le meilleur partenaire de voyage, et notre philosophie d'accompagnement des consommateurs par le biais d'une interaction émotionnelle peut les aider à sortir de leur quotidien. »

Scott Noh – Responsable Marketing Monde de Hyundai Motor Company

Les voyageurs sont invités à partager leurs selfies et leurs expériences personnelles des bus et des trams arborant les œuvres de Hyundai sur Facebook, Twitter et Instagram avec le hashtag #HyundaiTravelmate. Dans les bus de Paris et de Mexico, un réseau Wi-Fi gratuit est proposé aux touristes pour qu'ils partagent ces moments exceptionnels en temps réel avec leurs proches partout dans le monde.

Toutes les images partagées ont une chance d'être incluses dans le film que Hyundai Motor diffusera sur Facebook (Facebook.com/hyundaiworldwide), Twitter (@Hyundai_Global) et Instagram (Instagram.com/Hyundai_worldwide) et qui reprendra les expériences et les récits des voyages les plus marquants.

A propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company s'est engagée à devenir la marque automobile la plus appréciée. Filiale de Hyundai Motor Group – structure d'entreprise innovante maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la production d'acier jusqu'à la livraison du véhicule – Hyundai Motor Company propose des best-sellers tels que Elantra, Sonata, Santa Fe et Genesis. Hyundai Motor Company compte près de 100 000 collaborateurs et a vendu 4,96 millions de véhicules en 2014 à travers le monde. Hyundai continue d'améliorer sa gamme de produits en régionalisant la conception et la production de ses modèles et s'efforce de renforcer son leadership en matière de technologies propres, à commencer par la première voiture électrique alimentée par hydrogène produite en série au monde : ix35 Fuel Cell.

A propos de Hyundai Motor Europe

En 2014, Hyundai a enregistré en Europe 425 000 unités vendues. Près de 95% des véhicules Hyundai vendus en Europe sont conçus, dessinés et testés en Europe pour répondre aux attentes des clients européens. Et 90% des modèles Hyundai vendus dans cette région sont fabriqués localement dans les deux usines européennes de République Tchèque (Nosovice) et de Turquie (Izmit), qui possèdent une capacité de production de 500 000 unités. Hyundai commercialise ses produits dans 30 pays européens à travers 2.500 points de vente.

A propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 17 165 immatriculations en 2014. Grâce à une large gamme de voitures, fiables, innovantes, économes et respectueuses de l'environnement, répondant parfaitement aux attentes des clients, Hyundai est désormais un constructeur généraliste. Chacun des 12 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, monospaces, ou véhicules de loisirs, se distingue par un confort unique, un niveau d'équipements exceptionnel, des prix compétitifs et une garantie inédite 5 ans kilométrage illimité. Mais Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de plus de 180 points de ventes et services répartis sur tout le territoire. Des équipes de professionnels, passionnés d'automobiles, qui ont compris que le plus important, c'est l'accueil et le service qu'ils doivent apporter à leurs clients. Hyundai Motor France compte aujourd'hui 130 employés et continue de développer sa structure.