



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

« Soundscapes » : Kia utilise l'IA afin de convertir des paysages en musique pour les passagers malvoyants

- Kia Europe a mené une expérimentation assistée par l'IA pour convertir des paysages en musique,
- Deux documentaires ont été réalisés pour rendre compte de l'expérience de deux passagers déficients visuels au cours d'une excursion,
- Ce projet atteste de l'engagement de Kia à rendre l'inspiration accessible à tous.

Rueil-Malmaison, le 16 mai 2025 – Kia Europe, en collaboration avec l'agence de marketing INNOCEAN Europe, a mis au point Kia Soundscapes, une initiative artistique expérimentale et inédite qui convertit les paysages en compositions musicales. Dans le cadre de ce projet, des personnes malvoyantes ont pu appréhender la beauté d'un road-trip de la plus belle des manières.

Une expérience inspirée par la recherche scientifique

Des travaux de recherche ont démontré que, chez les personnes atteintes de cécité, la musique activait le cortex visuel. En règle générale, cette région du cerveau est responsable de la vision et de la perception. L'expérience Kia Soundscapes s'est appuyée sur ces résultats pour convertir, à l'aide d'une technologie basée sur l'IA, des informations visuelles récoltées par des capteurs et des caméras embarqués en compositions musicales. *« Kia en a fait son slogan : du mouvement vient l'inspiration. Nous avons donc voulu donner aux personnes malvoyantes la possibilité de percevoir le monde différemment », explique David Hilbert, Directeur Marketing de Kia Europe.* Avant d'ajouter : *« Avec Kia Soundscapes, nous étudions la façon dont la technologie peut faire tomber certaines barrières et nous aider à créer un monde plus inclusif et plus accessible. »*

De la vision au son

Kia a filmé des paysages dans les environs de Santiago, au Chili, à l'aide des systèmes d'aide à la conduite avancés (ADAS) du véhicule, puis a associé différents éléments visuels tels que les arbres et les montagnes, ainsi que la vitesse, à des éléments musicaux. L'IA a ensuite composé une bande-son dynamique qui évolue en fonction du paysage. Par exemple, les arbres et la végétation ont été retranscrits par des instruments à vent, les montagnes par des sons profonds, à forte résonance, tandis que la vitesse du véhicule modifiait le tempo et la tonalité de la composition.



L'expérience a donné naissance à deux courts documentaires. En plus de ces documentaires, Kia prévoit de diffuser les compositions originales sur son site Internet. Kia Soundscapes, qui est une expérimentation artistique et non une initiative commerciale, représente pour la marque la première utilisation de l'IA dans un projet de cette nature. Pour plus de précisions, rendez-vous sur la [page dédiée à l'initiative](#).

###

Â PROPOS D'INNOCEAN

Lancée en 2005 en tant que filiale marketing de Hyundai Motor Group, INNOCEAN est rapidement devenue une entreprise de communication et de marketing d'envergure internationale, avec près de 3 300 employés et un réseau de 22 agences implantées dans différents pays. Son réseau européen, qui emploie près de 400 personnes d'une trentaine de nationalités différentes, est composé d'équipes internationales dédiées et proches de leurs clients grâce à des bureaux établis à Francfort-sur-le-Main en Allemagne (siège régional de l'agence), Londres, Paris, Madrid, Milan, Moscou et Istanbul.

L'agence a accéléré son développement avec l'établissement d'un Centre européen de création à Berlin. Respectivement Directeur opérationnel et de Directeur exécutif de la création pour la région Europe depuis 2018, Gabriel Mattar et Ricardo Wolff dirigent une équipe soudée et internationale basée à Hackescher Markt qui a remporté de nombreux prix. Vous trouverez des informations supplémentaires ici : www.innocean.eu | www.innoceanberlin.com

###



À PROPOS DE KIA

Offrir la meilleure garantie constructeur européenne comme gage de qualité et de sérénité.

Grâce à l'excellente qualité des véhicules Kia, la marque démontre son leadership en matière de garantie et son engagement à satisfaire ses clients comme à réduire les coûts de maintenance de ses véhicules. Pour Kia, offrir 7 ans de garantie / 150 000 km sur l'ensemble de sa gamme VP est, en Europe, un engagement sans précédent dans l'histoire de l'automobile qui vise à créer une véritable relation de confiance à long terme avec ses clients. En plus d'être une véritable garantie constructeur européenne, elle est transférable entre les possesseurs successifs du véhicule. La satisfaction client reste ainsi la première préoccupation de Kia.

Kia Corporation (Hyundai Motor Group)

Kia est une marque de mobilité d'envergure internationale qui a pour vision de créer des solutions de mobilité durables à destination de ses clients, des communautés et des sociétés du monde entier. Fondée en 1944, Kia fournit des solutions de mobilité depuis plus de 80 ans. Avec 52 000 collaborateurs dans le monde, une présence sur plus de 190 marchés, et des sites de production dans six différents pays, l'entreprise vend actuellement quelque trois millions de véhicules par an. Kia se veut avant-gardiste de la démocratisation des véhicules électrifiés et électriques et développe une vaste gamme de services de mobilité, encourageant ainsi des millions d'individus à travers le monde à explorer les meilleurs moyens de déplacement. La signature de marque de Kia – 'Movement that inspires' / (Du mouvement vient l'inspiration) – reflète l'engagement de Kia à susciter l'inspiration des clients par le biais de ses produits et services.

Kia France

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 43 861 véhicules sur l'année 2024. Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 10 modèles (Picanto, Stonic, EV3, famille Ceed – Ceed 5 portes, Ceed SW, et Xceed, famille Niro – Niro Hybride, Niro Hybride Rechargeable et Niro EV, Sportage, Sorento, EV6, EV6 GT et EV9) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrique. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 216 points de vente.

Kia France, partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis 2021

Kia France est partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis janvier 2021, offrant un soutien aux activités et à la communauté locale. Partageant des valeurs communes qui sont le mouvement, la qualité et la satisfaction des clients, Kia France et la vallée de Chamonix-Mont-Blanc ont un engagement mutuel fort dans la transition écologique et énergétique.

Le crossover Kia EV6, élu Voiture Européenne de l'Année 2022

Le crossover Kia EV6 a été élu Voiture Européenne de l'Année 2022 lors du prestigieux 'Car of the Year (CoTY) Award'. Ce modèle 100% électrique à la pointe de l'innovation a été sacré vainqueur par un jury constitué de 59 journalistes automobiles de renom, issus de 22 pays européens. Kia est la première marque coréenne qui remporte ce prix très convoité. Il conforte ainsi son engagement stratégique de devenir un fournisseur de solutions de mobilité durables.

Kia et le sport esport

Kia Corporation est partenaire du League of Legends European Championship (LEC) depuis 2019. Depuis son lancement en 2009, League of Legends est devenu la plus importante plateforme d'esport, et celle qui connaît la croissance la plus rapide. Ce jeu attire plus de 100 millions de joueurs chaque mois, tandis que les 12 ligues officielles réunissent des milliards de spectateurs dans le monde. Kia France va encore plus loin en signant un partenariat de deux ans avec Team Vitality, club leader d'esport qui compte 12 millions de fans.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales et françaises. Depuis 2007, Kia est l'une des marques partenaires officielles de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football, et a renouvelé son engagement jusqu'en 2030.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2028. L'ambassadeur international de la marque est le charismatique champion Rafael NADAL.

Le nouveau logo Kia

Ce logo symbolise la nouvelle orientation de la marque et les valeurs qu'elle promet d'offrir à ses clients par le biais de futurs produits et services, et les expériences qui en découleront. Kia affirme sa promesse de marque en imaginant un nouveau logo s'apparentant à une signature manuscrite. La ligne rythmée et continue du logo exprime l'engagement de Kia à créer des expériences inspirantes, tandis que sa symétrie procure un réel sentiment de confiance. Les lignes ascendantes du logo traduisent les hautes ambitions que Kia nourrit pour la marque, et surtout, la richesse de l'offre qu'elle propose à ses clients.

Movement that inspires

Du mouvement vient l'inspiration