

Information de presse

État: 17.05.2023

Hyundai et Sony Pictures s'associent pour la troisième fois à l'occasion de la sortie de «Spider Man: Across the Spider Verse»

- **Ce nouveau film d'animation présentera une version volante du concept électrique Prophecy de Hyundai, qui a inspiré le design de IONIQ 6, ainsi que plusieurs solutions de mobilité témoignant de la vision de la marque.**
- **Ce partenariat inclut également une campagne marketing mondiale multidimensionnelle, comprenant un spot TV animé, des contenus destinés aux réseaux sociaux, une vidéo sur les coulisses du film et une exposition hors ligne.**
- **Renouvelé pour la troisième fois, ce partenariat associe la célèbre licence de Sony Pictures aux technologies de pointe et aux concepts innovants de Hyundai.**

Cet été, Hyundai et Sony Pictures uniront une nouvelle fois leurs forces à l'occasion de la sortie de «Spider Man: Across the Spider Verse». Ce film d'animation présentera une version volante du concept électrique Prophecy de Hyundai ainsi que sa vision de la mobilité de demain. En parallèle, une campagne marketing mondiale mettra en lumière les célèbres modèles 100 % électriques de la ligne IONIQ de Hyundai.

Cette collaboration s'inscrit dans le cadre du partenariat promotionnel mondial que Hyundai a conclu avec Sony Pictures en 2020 dans le but de présenter sa vision de la mobilité centrée sur l'humain au travers de produits et de technologies résolument innovants. Précédemment, les deux entreprises avaient collaboré sur les films «Spider Man: No Way Home» (2021), où figuraient IONIQ 5 et TUCSON, et «Uncharted» (2022), dans lequel étaient apparus le concept TUCSON Beast et d'autres modèles de série de la marque. «Spider Man: Across the Spider Verse» est la suite du film d'animation «Spider Man: Into the Spider Verse» (2018), lauréat d'un Oscar.

Dans ce nouvel opus, qui sortira en salle au niveau mondial en juin prochain, le public découvrira le concept volant «Prophecy», une version modifiée du concept original ayant inspiré le design de IONIQ 6, le streamliner électrifié de Hyundai récemment élu Voiture mondiale de l'année et lauréat d'un «Gold» iF Design Award.

Le film présente également plusieurs concepts de mobilité future de Hyundai destinés à revitaliser les villes, notamment des solutions de mobilité aérienne avancée (AAM), une nouvelle forme de mobilité exploitant l'espace aérien en vue de réduire les temps de trajet; des véhicules à usage spécial (PBV), une solution de mobilité urbaine écoresponsable adaptée à divers styles de vie; et un Hub, un espace dédié au transfert de mobilité et aux activités communautaires. Dans le film apparaît également un robotaxi autonome fictif dérivé de Hyundai Pony, premier véhicule de série de l'histoire de Hyundai. Tous évoluent dans l'environnement de «Nueva York», une ville du Spider Verse, en 2099.

Hyundai et Sony Pictures collaborent également à la création d'une campagne marketing mondiale multidimensionnelle qui sera déployée entre mai et juin 2023. Cette campagne inclut un spot TV animé dans lequel apparaissent Spider Man, IONIQ 6 et IONIQ 5, sur une musique originale produite par Metro Boomin.

En outre, cette campagne comprend des contenus relatifs au Spider Verse destinés aux réseaux sociaux, une vidéo sur les coulisses du film mettant en avant les concepts de mobilité future de Hyundai et présentant l'histoire de la collaboration de Hyundai et Sony sur le processus de production du film, et une exposition promotionnelle hors ligne.

«Grâce à ce partenariat, nous entendons présenter notre vision de la mobilité future à travers des contenus ludiques, particulièrement appréciés des jeunes générations. Cette campagne séduira les clients et nous espérons initier une dynamique positive autour de la marque.» **Sungwon Jee, vice-président senior et directeur marketing mondial chez Hyundai Motor Company**

«Dans le cadre de cette collaboration de longue date, les équipes de Hyundai ont toujours su créer de formidables campagnes qui captent l'essence même de la marque. En utilisant une chanson issue de la bande originale du film, Hyundai a élaboré une campagne marketing à la fois percutante et moderne qui met en parfaite adéquation ses produits innovants avec l'un des super héros les plus iconiques du cinéma.» **Jeffrey Godsick, vice-président exécutif Partenariats mondiaux & Gestion de la marque, Responsable du divertissement local chez Sony Pictures Entertainment**

* * *

Personne de contact:

Lukas Hasselberg

Head of PR

Astara Central Europe

T +41 44 816 43 50

lukas.hasselberg@astara.com

Les communiqués de presse et les photos peuvent être consultés ou téléchargés sur le site Internet de Hyundai réservé aux médias: news.hyundai.ch