

Hyundai Motor lanza 'Re:Style 2021', la colección de moda que reutiliza materiales desechados de los vehículos

- Hyundai Motor Company se asocia con L'Eclaireur y Boontheshop para presentar 12 artículos de moda creados con materiales desechados de los vehículos
- Re:Style 2021 marca el tercer año de celebración de la reutilización de materiales y la moda ecológica a la vanguardia de una industria en evolución
- Doona Bae, KyoHwan Koo y Shudu destacan el propósito y la filosofía del evento en un vídeo disponible en YouTube (canal Hyundai Worldwide)



Octubre 2021 – Hyundai Motor Company ha lanzado la tercera colección anual de “Re:Style”, un proyecto de moda basada en el reciclaje que utiliza materiales desechados durante el proceso de fabricación de automóviles y pone de manifiesto la preocupación de la compañía por la sostenibilidad más allá de la propia industria del automóvil.

Re:Style 2021 se ha lanzado en Seúl y París en colaboración con las tiendas de moda L'Eclaireur y Boontheshop. Esta exclusiva colaboración entre las tres empresas demuestra el creciente compromiso de Hyundai Motor con la fabricación ecológica, la colaboración creativa con agentes externos y el compromiso con los consumidores

más concienciados con el medio ambiente. En particular, la asociación de Hyundai Motor con L'Eclaireur y Boontheshop refleja el compromiso de las dos firmas de moda con la producción ecológica y la oferta de artículos de moda accesibles y ponibles.

“Con el lanzamiento de la tercera colección anual de Re:Style, Hyundai Motor Company continúa con su compromiso de facilitar el ‘progreso para la humanidad’, su visión y objetivo de marca”, ha comentado Thomas Schemera, director global de Marketing y responsable de la División de Experiencia de Cliente de Hyundai Motor Company. “Estamos intensificando de manera constante nuestra colaboración con diversas industrias de todo el mundo para avanzar hacia un futuro más sostenible. Re:Style 2021 es una de ellas, y esperamos que este proyecto sirva como punto de referencia para que los jóvenes consumidores de todo el mundo comprendan el impacto que tienen los materiales sobrantes de los procesos de fabricación en nuestro entorno y cómo podemos reutilizarlos de forma creativa y práctica.”

En las tiendas online y offline de L'Eclaireur y Boontheshop están a la venta en cantidades limitadas 12 artículos de moda, entre ellos chaquetas, sudaderas, sudaderas con cremallera, pantalones cortos y pantalones largos. Esta colección estará disponible en las tiendas físicas durante dos semanas, del 14 al 28 de octubre, mientras que las tiendas online (URL de las tiendas online: leclaireur.com y sivillage.com) estará accesible durante cuatro semanas, hasta el 10 de noviembre.

Para la colección Re:Style de este año se han utilizado materiales sobrantes de la fabricación de automóviles, como airbags y cinturones de seguridad. Además, se han utilizado materiales ecológicos incorporados en Hyundai IONIQ 5, como el Bio PET y las fibras recicladas, que mejoran el tacto de las prendas y demuestran el potencial de la utilización de materiales biológicos en la moda y en otras industrias.

“Como empresa especializada en la distribución de moda, siempre nos ha preocupado el impacto de los materiales desechados de la confección en nuestro planeta Tierra”, ha explicado Michael Hadida, director general de L'Eclaireur. “Por eso, mediante la reutilización de los tejidos procedentes de la fabricación de automóviles y la canalización de los beneficios generados hacia otros proyectos, esperamos crear un círculo virtuoso de sostenibilidad que contribuya a salvar nuestro planeta.”

DJ Kim, director ejecutivo de BoontheShop, ha añadido: *“Es muy significativo participar en esta colaboración creativa y de valor añadido con Hyundai Motor Company. Esperamos que Re:style 2021 despierte un nuevo interés y haga comprender a los consumidores de hoy en día cómo sus decisiones de compra pueden impactar en la naturaleza holística de nuestro entorno compartido.”*

Los ingresos de las ventas de estos artículos se destinarán a diversos proyectos medioambientales de Hyundai Motor. Por su parte, L'Eclaireur y BoontheShop se han unido a la causa debido a su compromiso compartido con el medio ambiente. En un vídeo disponible en el canal de YouTube [HyundaiWorldwide](https://www.youtube.com/HyundaiWorldwide), que ilustra el propósito y la filosofía de la campaña, aparecen la actriz Doona Bae, el actor KyoHwan Koo y el influencer Shudu, todos ellos con artículos Re:Style.



Compromiso Hyundai: siempre al lado del cliente

Compromiso no es solo una palabra. En Hyundai, son hechos. Por eso ofrecemos un conjunto de programas para asegurar la plena satisfacción del cliente. Una iniciativa pionera en el sector del automóvil que puso en marcha una serie de medidas para facilitar que todo aquel que necesite comprarse un vehículo Hyundai pueda hacerlo con total seguridad y confianza. Por la confianza en la calidad de nuestros coches y por el máximo compromiso hacia nuestros clientes, ofrecemos 5 años de garantía sin límite de kilómetros, así como 8 años de asistencia gratuita en carretera. En Hyundai creemos plenamente en lo que hacemos. Por eso podemos ofrecer el Compromiso de Devolución Hyundai para que el cliente se sienta plenamente satisfecho con la compra de su Hyundai. Que no esté satisfecho con su Hyundai es motivo suficiente para que lo devuelva, siempre que no hayan pasado más de 30 días desde su matriculación y hasta 2.000 Km. Este Compromiso de Devolución se amplía a un año si el cliente financia su vehículo con Hyundai Finance. Si el cliente pierde su empleo en los 12 meses siguientes a la matriculación, podrá devolver el coche al concesionario, y este cancelará el préstamo sin ningún coste. Se incluye en los productos Hyundai Finance un Seguro de Desempleo gratuito que cubre el pago de hasta 12 cuotas si el cliente pierde su empleo durante el primer año desde la firma del crédito.

Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente

Hyundai ha sido reconocida por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) como la empresa con la Mejor Estrategia en Experiencia Cliente, hito que pone en valor el acompañamiento diario que hacemos con nuestros usuarios durante todo su vínculo con la marca a través de una relación bidireccional, proactiva, flexible y en sintonía con sus necesidades.

El compromiso con el que nuestros equipos trabajan diariamente es el de conseguir la plena satisfacción de los clientes a través de la excelencia de los productos y servicios que ponemos a su disposición con el objetivo de alcanzar sus expectativas de manera integral y acompañada de una experiencia con la marca y el entorno Hyundai única. Esto es ya una realidad gracias a la constante identificación de las necesidades de la sociedad que llevamos a cabo en Hyundai, donde integramos el conocimiento cualitativo y cuantitativo fruto de la escucha activa y continuada que mantenemos con las personas que se acercan a nuestra compañía.

Con nuestra promesa de marca siempre en el horizonte, Progress for humanity, trabajamos para cumplir de forma exhaustiva con las demandas reales de las personas, construyendo un entorno colaborativo donde todo aquel que se aproxime a nosotros encuentre la confianza y el respaldo de una marca referente del mercado de la automoción. Y es que la experiencia cliente la asumimos como una tarea común a todas las áreas de la empresa donde cada

miembro de la compañía ofrece un impecable diálogo y disposición en cualquier punto de la cadena de valor de Hyundai.

Acerca de Hyundai Motor Europa HQ

La sede central de Hyundai Motor Europa se estableció formalmente en el año 2000 con su oficina principal en Offenbach, Alemania. Es la sede regional responsable de más de 40 mercados con más de 3.000 puntos de venta, con una cuota de mercado del 3,6% en 2020 (datos de ACEA). El 75 por ciento de los vehículos que Hyundai vende en la región son modelos diseñados, diseñados, probados y contruidos en Europa para satisfacer las necesidades de los clientes europeos, atendidos por la amplia infraestructura europea de la empresa. Esto incluye dos fábricas que sirven principalmente a Europa: en la República Checa y en Turquía. Desde enero del 2021, Hyundai posee una de las gamas de productos más jóvenes de entre los fabricantes, ya que casi todos los modelos tienen menos de 1 ½ años de antigüedad. Más del 75% de la gama de Hyundai en Europa ya está disponible en versión electrificada, y la empresa tiene previsto electrificar toda su gama europea para el 2025. Además, Hyundai es pionera en la movilidad de cero emisiones, incluyendo su SUV subcompacto totalmente eléctrico KONA Eléctrico, su vehículo eléctrico de pila de combustible de segunda generación NEXO, y el IONIQ 5 de batería eléctrica que se lanzará próximamente, el primer modelo de su nueva gama de vehículos eléctricos: IONIQ.

Hyundai ofrece su exclusivo paquete de garantía de cinco años sin límite de kilometraje en todos los coches nuevos vendidos en la región, proporcionando a los clientes una garantía de cinco años sin límite de kilometraje, cinco años de asistencia en carretera y cinco años de revisiones del estado del vehículo.

Puedes acceder a más información sobre Hyundai Motor Europa HQ y sus productos en www.hyundai.news.

Sigue a Hyundai Motor Europa HQ en Twitter [@HyundaiEurope](https://twitter.com/HyundaiEurope) y en Instagram [@hyundainews](https://www.instagram.com/hyundainews)

Descargo de responsabilidad: Hyundai Motor Company considera que la información contenida en este documento es correcta en el momento de su publicación. Sin embargo, la compañía puede subir nueva información o actualizada si es requerida y asume que no es responsable por la exactitud de cualquier información interpretada y usada por el lector.