



HYUNDAI

Hyundai, l'identità che evolve tra radici e futuro

Descrizione

(Adnkronos) In un mondo in costante trasformazione, il logo Hyundai non è soltanto un simbolo grafico, ma la sintesi visiva di una filosofia che guarda avanti senza dimenticare le proprie radici. Hyundai, in coreano, significa modernità: un concetto che dal 1967 accompagna il brand coreano lungo un percorso di crescita globale, guidato dalla visione Progress for Humanity, ovvero lo sviluppo di soluzioni di mobilità realmente pensate intorno alle persone. La storia visiva del marchio inizia nel 1974, con la Pony, la prima vettura progettata per il mercato internazionale e firmata da Giorgetto Giugiaro. A quell'epoca, il logo era un monogramma stilizzato, espressione di indipendenza e ambizione. Ma dagli anni '90 che Hyundai compie una svolta epocale, introducendo la 'H' inclinata racchiusa in un'ellisse: due figure che si stringono la mano, a rappresentare il rapporto di fiducia tra azienda e cliente. Con il tempo, il segno distintivo si è raffinato: cromature dal 1999, un carattere tipografico moderno dal 2003, fino all'attuale estetica bidimensionale, essenziale e pulita, in linea con la transizione verso la mobilità elettrica. Un percorso che non si limita all'immagine, ma che abbraccia la filosofia del marchio: oggi, sulle vetture della gamma IONIQ, il logo tradizionale sul volante lascia spazio a quattro pixel LED, capaci di comunicare con il guidatore attraverso codici visivi e interattivi. Dalla Pony ai pixel luminosi, l'evoluzione del logo Hyundai è lo specchio di un brand che ha saputo coniugare tradizione e innovazione, mantenendo fede ai propri valori originari e rinnovandoli con coerenza per interpretare il futuro della mobilità. Oggi Hyundai si conferma protagonista globale, con una gamma green unica sul mercato dall'elettrico all'idrogeno e con una presenza industriale e commerciale che abbraccia tutti i continenti. Un'identità in movimento, dunque, che non smette di raccontare il suo tempo: dalla stretta di mano che segna la fiducia reciproca al linguaggio digitale dei pixel, il logo Hyundai rimane un simbolo universale di progresso, accessibilità e innovazione. motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

, in coreano, significa modernità: un concetto che dal 1967 accompagna il brand coreano lungo un percorso di crescita globale, guidato dalla visione Progress for Humanity, ovvero lo sviluppo di soluzioni di mobilità realmente pensate intorno alle persone. La storia visiva del marchio inizia nel 1974, con la Pony, la prima vettura progettata per il mercato internazionale e firmata da Giorgetto Giugiaro. A quell'epoca, il logo era un monogramma stilizzato, espressione di indipendenza e ambizione. Ma dagli anni '90 che Hyundai compie una svolta epocale, introducendo la 'H' inclinata racchiusa in un'ellisse: due figure che si stringono la mano, a rappresentare il rapporto di fiducia tra azienda e cliente. Con il tempo, il segno distintivo si è raffinato: cromature dal 1999, un carattere tipografico moderno dal 2003, fino all'attuale estetica bidimensionale, essenziale e pulita, in linea con la transizione verso la mobilità elettrica. Un percorso che non si limita all'immagine, ma che abbraccia la filosofia del marchio: oggi, sulle vetture della gamma IONIQ, il logo tradizionale sul volante lascia spazio a quattro pixel LED, capaci di comunicare con il guidatore attraverso codici visivi e interattivi. Dalla Pony ai pixel luminosi, l'evoluzione del logo Hyundai è lo specchio di un brand che ha saputo coniugare tradizione e innovazione, mantenendo fede ai propri valori originari e rinnovandoli con coerenza per interpretare il futuro della mobilità. Oggi Hyundai si conferma protagonista globale, con una gamma green unica sul mercato dall'elettrico all'idrogeno e con una presenza industriale e commerciale che abbraccia tutti i continenti. Un'identità in movimento, dunque, che non smette di raccontare il suo tempo: dalla stretta di mano che segna la fiducia reciproca al linguaggio digitale dei pixel, il logo Hyundai rimane un simbolo universale di progresso, accessibilità e innovazione. motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Progress for Humanity, ovvero lo sviluppo di soluzioni di mobilità realmente pensate intorno alle persone. La storia visiva del marchio inizia nel 1974, con la Pony, la prima vettura progettata per il mercato internazionale e firmata da Giorgetto Giugiaro. A quell'epoca, il logo era un monogramma stilizzato, espressione di indipendenza e ambizione. Ma dagli anni '90 che Hyundai compie una svolta epocale, introducendo la 'H' inclinata racchiusa in un'ellisse: due figure che si stringono la mano, a rappresentare il rapporto di fiducia tra azienda e cliente. Con il tempo, il segno distintivo si è raffinato: cromature dal 1999, un carattere tipografico moderno dal 2003, fino all'attuale estetica bidimensionale, essenziale e pulita, in linea con la transizione verso la mobilità elettrica. Un percorso che non si limita all'immagine, ma che abbraccia la filosofia del marchio: oggi, sulle vetture della gamma IONIQ, il logo tradizionale sul volante lascia spazio a quattro pixel LED, capaci di comunicare con il guidatore attraverso codici visivi e interattivi. Dalla Pony ai pixel luminosi, l'evoluzione del logo Hyundai è lo specchio di un brand che ha saputo coniugare tradizione e innovazione, mantenendo fede ai propri valori originari e rinnovandoli con coerenza per interpretare il futuro della mobilità. Oggi Hyundai si conferma protagonista globale, con una gamma green unica sul mercato dall'elettrico all'idrogeno e con una presenza industriale e commerciale che abbraccia tutti i continenti. Un'identità in movimento, dunque, che non smette di raccontare il suo tempo: dalla stretta di mano che segna la fiducia reciproca al linguaggio digitale dei pixel, il logo Hyundai rimane un simbolo universale di progresso, accessibilità e innovazione. motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

, ovvero lo sviluppo di soluzioni di mobilità realmente pensate intorno alle persone. La storia visiva del marchio inizia nel 1974, con la Pony, la prima vettura progettata per il mercato internazionale e firmata da Giorgetto Giugiaro. A quell'epoca, il logo era un monogramma stilizzato, espressione di indipendenza e ambizione. Ma dagli anni '90 che Hyundai compie una svolta epocale, introducendo la 'H' inclinata racchiusa in un'ellisse: due figure che si stringono la mano, a rappresentare il rapporto di fiducia tra azienda e cliente. Con il tempo, il segno distintivo si è raffinato: cromature dal 1999, un carattere tipografico moderno dal 2003, fino all'attuale estetica bidimensionale, essenziale e pulita, in linea con la transizione verso la mobilità elettrica. Un percorso che non si limita all'immagine, ma che abbraccia la filosofia del marchio: oggi, sulle vetture della gamma IONIQ, il logo tradizionale sul volante lascia spazio a quattro pixel LED, capaci di comunicare con il guidatore attraverso codici visivi e interattivi. Dalla Pony ai pixel luminosi, l'evoluzione del logo Hyundai è lo specchio di un brand che ha saputo coniugare tradizione e innovazione, mantenendo fede ai propri valori originari e rinnovandoli con coerenza per interpretare il futuro della mobilità. Oggi Hyundai si conferma protagonista globale, con una gamma green unica sul mercato dall'elettrico all'idrogeno e con una presenza industriale e commerciale che abbraccia tutti i continenti. Un'identità in movimento, dunque, che non smette di raccontare il suo tempo: dalla stretta di mano che segna la fiducia reciproca al linguaggio digitale dei pixel, il logo Hyundai rimane un simbolo universale di progresso, accessibilità e innovazione. motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Motori

Tag

1. adnkronos
2. Motori

Data di creazione

Agosto 27, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8

default watermark