Le festival mondial JETOUR illuminera Rio, connectant les propriÃ©taires de mods grÃ¢ce Ã la culture du modding

Le rassemblement annuel des propriétaires de la marque de véhicules tout-terrain, qui se tiendra les 18 et 19 novembre, présentera des véhicules modifiés en usine et des véhicules modifiés par leurs propriétaires.

[RIO DE JANEIRO, Brésil, No v.1 3 , 2026] JETOUR organisera le Festival mondial des fans 2026 au stade olympique Nilton Santos de Rio de Janeiro du 18 au 19 novembre. Des représentants des utilisateurs, des médias et des Kols du monde entier se réuniront au Brésil pour assister à l'événement mondial annuel des utilisateurs de JETOUR.

Placé sous le thème « Voyage par passion » , le festival de cette année associe la stratégie Travel+ de JETOUR à la culture dynamique du tout-terrain et de la modification de véhicules du Brésil , favorisant ainsi les liens culturels à travers l'Amérique du Sud.

Réunis par la passion, enracinés dans la culture du modding

Le Brésil, pays réputé pour sa passion et son énergie, abrite l'une des communautés de véhicules tout-terrain et de tuning les plus dynamiques d'Amérique du Sud. Ici, le tout-terrain est bien plus qu'une simple épreuve de performance : c'est un véritable mode de vie, synonyme de liberté, d'expression personnelle et d'appartenance. En organisant son Festival mondial des fans à Rio de Janeiro, JETOUR a pour ambition de rassembler les passionnés et de favoriser les échanges entre les cultures du tout-terrain et du tuning.

La personnalisation de véhicules est depuis longtemps un élément essentiel de la stratégie de JETOUR pour développer sa communauté de propriétaires. Le festival mettra en vedette 20 véhicules modifiés par des passionnés brésiliens, témoignant de la créativité et de l'originalité de la scène locale. Un convoi de véhicules modifiés d'usine parcourra également les sites emblématiques de Rio, prolongeant ainsi l'événement au-delà du site du festival et au coeur de la ville. Plusieurs modèles JETOUR modifiés d'usine seront également exposés, notamment les T1 Road Knight, T2 Dark Knight, G700 Cyber et G700 Wild Knight , offrant aux visiteurs un aperçu des différents styles de personnalisation et designs.

À ce jour, JETOUR a présenté plus de dix modèles modifiés en usine, dont les T1 Dark Knight, T2 Dark Warrior et G700 Top Fire, offrant des options allant de légères améliorations d'usine à une personnalisation poussée. Les propriétaires ont également joué un rôle actif dans la co-création, contribuant à plus de 5 000 projets de modifications personnalisées à travers le monde. À Rio, le savoir-faire de JETOUR répondra à l'enthousiasme des propriétaires brésiliens pour l'individualité, rapprochant ainsi les deux communautés autour d'un intérêt commun pour la personnalisation automobile.

De la croissance mondiale à une culture d'actionnaire mondiale

Fin septembre 2026, JETOUR avait vendu plus de 2,56 millions de véhicules dans le monde. Ses produits sont disponibles dans plus de 100 pays et régions grâce à un réseau de plus de 2 000 points de vente et de service après-vente, et la marque compte plus de 50 millions de fans à travers le monde.

Depuis sa création en 2018, JETOUR poursuit sa stratégie « Travel+ », qui associe ses véhicules à une gamme étendue de produits et services destinés aux propriétaires voyageurs : pièces détachées, équipements de voyage, aires de repos et événements communautaires comme le festival des fans. JETOUR CLUB, son programme officiel pour les propriétaires, regroupe plus de 300 clubs dans plus de 30 pays et régions, et compte plus de 30 000 membres actifs à travers le monde. JETOUR place les besoins et les intérêts des utilisateurs au premier plan, en intégrant la culture de la modification de véhicules et sa philosophie Travel+ dans ses pratiques de marque afin de construire des symboles culturels distinctifs qui renforcent l'identité de la marque et trouvent un écho auprès des utilisateurs.

De la personnalisation de véhicules aux expériences de voyage, JETOUR continue de rassembler les propriétaires autour d'intérêts communs. Le Festival mondial des fans à Rio offrira de nouvelles occasions aux propriétaires de différents marchés de se rencontrer, prolongeant ainsi la philosophie « Voyage+ » par le biais d'échanges culturels et d'une participation active.

À PROPOS DE JETOUR

Lancée en 2018 , JETOUR s'inscrit dans la stratégie « Voyage + » et est présente dans plus de 100 pays et régions du monde, avec plus de 2 000 points de vente et de service après-vente et une base d'utilisateurs mondiale dépassant les 50 millions. Son réseau mondial de R&D couvre l'UE, le Moyen-Orient, l'Amérique centrale et du Sud, et l'ASEAN. Son catalogue comprend la série T, destinée au segment des véhicules tout-terrain légers, et la série G, positionnée sur le marché haut de gamme des véhicules tout-terrain de luxe. Ensemble, ces modèles répondent à divers besoins , tels que les trajets urbains, les voyages en famille, le camping et les longs périples .

Société : JETOUR Auto
Personne à contacter : Tina Liu
Courriel : jetourinternational.pr@mychery.com
Site web : https://jetourglobal.com/
Pays : Brésil
Ville : RIO DE JANEIRO

About the Author

https://jetourglobal.com/

Source: http://www.secrets-de-comment.com | Formation Marketing | NetConcept, droits de revente