

L'icône est de retour : la smart #2 s'affiche dans les rues avec une campagne mondiale de fresques murales



- Avec une campagne murale internationale surprenante, smart annonce le retour de son légendaire biplace
- Des murales grand format à Berlin, Paris et dans d'autres métropoles associent de manière saisissante street art, design et électromobilité
- Le biplace iconique smart revient – au caractère affirmé, ultra-compact et technologiquement au plus haut niveau

6 août 2026, Dübendorf. Dans six métropoles à travers le monde, smart transforme actuellement des façades en œuvres d'art afin de célébrer le retour de son légendaire biplace. Fidèle à la philosophie "Change of Perspectives", smart mise délibérément sur un format peu conventionnel pour offrir un premier aperçu du design iconique. Le public découvre un premier regard surprenant sur la smart #2 entièrement électrique, au cœur du quotidien urbain, directement sur la façade d'un immeuble.



En tant que biplace entièrement électrique, la smart #2 est conçu pour relever les défis des environnements urbains modernes, avec agilité, sécurité et un design distinctif qui porte l'identité de marque de smart vers l'avenir électrique.

"Le biplace smart a toujours été, pour la Suisse, bien plus qu'un simple véhicule. Il incarne une forme unique de mobilité urbaine et continue aujourd'hui encore d'enthousiasmer un grand nombre de clientes et clients suisses. Avec cette campagne murale, nous transportons précisément cet esprit dans des métropoles sélectionnées à travers le monde : avec assurance, créativité et au cœur de la vie urbaine. La smart #2 fait revenir l'ADN iconique de smart, exactement comme nos clients le souhaitent : au caractère affirmé, ultra-compact et technologiquement au plus haut niveau."

Elias Klauser, CEO smart Schweiz

La co-crédation murale de la smart #2 met en avant «Change of Perspectives»

Dès le départ, smart s'est efforcé de repenser la mobilité urbaine, de stimuler le dialogue culturel et de donner vie à de nouvelles idées au cœur des villes du monde entier. Marquée par la formule «s+m+art» (Swatch + Mercedes + Art), l'art et la Suisse sont profondément ancrés dans l'histoire de la marque, et ce voyage créatif demeure une quête constante. Avec cette initiative murale mondiale, smart pose un jalon à l'échelle internationale et noue un partenariat unique avec des designers automobiles créatifs et des artistes contemporains, une convergence de style et d'innovation qui inspire un "Change of Perspectives". Au lieu de se limiter aux salons automobiles classiques, ces œuvres d'art particulières de la smart #2 se transforment en une expérience culturelle commune et inattendue.

Réinventer la ville : la smart #2, l'évolution d'une révolution

Au-delà de la couleur vive et de l'énergie urbaine collective, ces œuvres d'art soigneusement sélectionnées donnent un avant-goût du produit halo incontesté du portefeuille smart. Conçu par le Mercedes-Benz Global Design Team, la smart #2 reste fidèle à la philosophie de design de la marque «Love, Pure, Unexpected». Ce principe de design se retrouve naturellement dans l'ensemble du véhicule. Des volumes pleins et généreux ainsi que des surfaces doucement modelées prolongent la silhouette iconique et le caractère sympathique de ses prédécesseurs, créant un design accessible qui suscite la joie. Le profil latéral conserve la silhouette compacte de la smart Concept #2, tandis que des détails ludiques et inattendus lui confèrent une expression distinctive et contemporaine.

Une toile mondiale : les murales de la smart #2 dans le paysage urbain

L'exposition visionnaire d'art mural s'étend sur six villes réparties sur plusieurs continents, tissant les caractéristiques de design du véhicule avec différentes cultures locales et soulignant la synergie positive et co-créative qui incarne la nature ouverte sur le monde de smart. Les murales urbaines, ou fresques murales, arrivent désormais aux racines européennes de la marque à Berlin, une ville d'une grande importance pour smart et historiquement la scène des lancements de nouvelles solutions de mobilité et des premières mondiales. Ici, le Mercedes-Benz Global Design Team, force créative derrière l'esthétique du véhicule, fusionne le design automobile avec le street art à l'historique East Side Gallery.

L'initiative atteint son apogée vibrant dans les rues de Paris, depuis longtemps décor des mouvements les plus audacieux de la marque. L'artiste français de street art Brusk capte l'énergie urbaine brute de la métropole et utilise sa stylistique caractéristique, faite de coulures et de dynamisme, pour transformer des murs statiques en adrénaline visuelle – comme prélude artistique à la première mondiale du véhicule à la mi-octobre.



smart #2 Mural à Shanghai

Le dialogue interculturel se manifeste également à Shanghai et à Hong Kong. À Shanghai, des motifs traditionnels entrent en collision avec une modernité baignée de néons, et à Hong Kong, une fresque murale puissante a été créée, délivrant un message clair : dans un environnement densément peuplé, une empreinte ultra-compacte constitue l'avantage ultime.



smart #2 Mural à Buenos Aires

La campagne ancre ensuite l'expansion mondiale de la marque dans l'hémisphère Sud. À Buenos Aires, l'artiste de renommée internationale Martín Ron capture la passion vibrante de la ville argentine et associe un storytelling puissant au réalisme magique et aux couleurs emblématiques du pays.



smart #2 Mural à Melbourne

Pendant ce temps, à Melbourne, haut lieu incontesté du street art en Australie, l'artiste contemporaine Georgia Laurie intègre le véhicule dans une murale immersive et associe sa signature visuelle à des détails délicats et à un storytelling visuel cinématographique.

Très attendu par les clientes, les clients et les esprits créatifs en Europe, la smart #2 entièrement électrique fera sa première mondiale au Salon de l'automobile de Paris en octobre 2026. La campagne murale mondiale souligne non seulement la pertinence internationale du véhicule, mais aussi l'ambition de smart de relier de manière innovante la mobilité et la culture en ville.

Vous trouverez d'autres images dans la médiathèque :

 **smart #2**

media.smart.com

Clause de non-responsabilité:

smart #2: Il s'agit de données préliminaires. Le véhicule est actuellement en cours d'homologation UE. Ces données sont fournies sous réserve de l'homologation finale. Des modifications sont donc possibles. Dès que la procédure d'homologation UE sera achevée, smart publiera les valeurs officielles par les canaux habituels. Le véhicule présenté peut comporter des équipements spéciaux qui ne sont pas disponibles sur tous les marchés ou pour toutes les gammes de modèles et/ou qui ne sont disponibles qu'en option.

À propos

Über smart:

Die smart Schweiz GmbH ist für alle Vertriebs-, Marketing- und After-Sales-Aktivitäten für die nächste Generation von smart Fahrzeugen, Produkten und Dienstleistungen im Schweizer Markt verantwortlich. smart positioniert sich als führender Anbieter von intelligenten Elektrofahrzeugen im Premiumsegment. Aktuell bietet die Marke mit dem #1, dem #3 und dem #5 drei vollelektrische Modelle an. Die traditionelle Marke smart richtet seine Aktivitäten am Mantra «Open your mind» aus. Die innovativen und qualitativ hochwertig verarbeiteten # Modelle werden seit 2023 auf dem Schweizer Markt vertrieben.

Relations presse

Konrad Schütz
Sales / Product & PR Manager
konrad.schuetz@smart.com
[+41 76 371 61 59](tel:+41763716159)

Lien vers cette page

<https://media.smart.com/fr-CH/269029-l-icone-est-de-retour-la-smart-2-s-affiche-dans-les-rues-avec-une-campagne-mondiale-de-fresques-murales/>