automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

A Toyota a virtuális autós kultúra főszereplője a Forza Horizon 6 játékban

A videojátékok és az autóipar kapcsolata jóval túlmutat azon, hogy egy-egy modell megjelenik a képernyőn. Erre kiváló példa a Forza Horizon 6 és a Toyota együttműködése, amely az idei év egyik legjelentősebb partnerségévé nőtte ki magát.

A 2012-ben elindult *Forza Horizon* sorozat az elmúlt másfél évtized során a világ egyik legnépszerűbb autós videojátékává vált. A brit Playground Games által fejlesztett nyílt világú játék több tízmillió játékost ért el, miközben az autórajongók számára sokszor ugyanúgy a kultúra részévé vált, mint egy autós magazin vagy egy motorsport-közvetítés.

A sorozat fejlődését jól mutatja, hogy míg az első Forza Horizon néhány száz autóval és viszonylag egyszerű fesztiválkoncepcióval indult, addig a hatodik rész már egy részletesen modellezett Japánt, kulturális helyszíneket, autós találkozókat és több száz gyűjthető járművet kínál. A fejlesztők célja volt, hogy a japán autós kultúra minél hitelesebben jelenjen meg a játékban.

A hatodik rész különösen nagy figyelmet kapott, hiszen a rajongók régi kívánsága teljesült: a Horizon Fesztivál ezúttal Japánba költözött. A japán helyszín önmagában is kedvezett a Toyota szerepvállalásának, a gyártó azonban ennél jóval nagyobb szerepet kapott. A játék borítóján ugyanis két Toyota látható: az új GR GT és a Land Cruiser 250. Ez az első alkalom a Forza Horizon történetében, hogy a borító kizárólag egyetlen autógyártó modelljeit vonultatja fel.

Különösen figyelemre méltó a GR GT szerepe. A Toyota új sportautója nem egyszerűen bekerült a játékba, hanem annak egyik főszereplője. A játék fejlesztői már a modell piaci bevezetése előtt hozzáférést kaptak a prototípushoz, hogy minél pontosabban modellezhessék annak viselkedését, hangját és karakterét. A játék nyitó szekvenciájában a játékosok már az első percekben kipróbálhatják az autót, miközben Japán ikonikus tájain vezetik.

A Toyota jelenléte ugyanakkor nem áll meg a virtuális világ határainál. A vállalat a játék megjelenését követően Los Angelesben egy különleges, a Forza Horizonból ismert „Barn Find” küldetések által inspirált interaktív eseményt is létrehozott. A látogatók egy japán stílusú pajtában elrejtett nyomokat követve fedezhették fel a Land Cruisert, miközben versenyszimulátorokon magát a játékot is kipróbálhatták. Az esemény jól mutatta, hogy a Toyota nem egyszerű reklámfelületként tekint a videojátékokra, hanem a márkaépítés modern eszközeként.

A játékban természetesen nem csak a legújabb modellek kaptak helyet. A Toyota örökségét olyan legendák képviselik, mint a 2000GT, amely a játék egyik felfedezhető ritkaságaként

szerepel. Ez jól illeszkedik a Forza Horizon 6 általános koncepciójához, amely a japán autós és közlekedési kultúra múltját és jelenét egyszerre igyekszik bemutatni.

A Forza Horizon 6 induláskor több mint 550 autót kínált, amelyek között a Toyota az egyik legnagyobb japán gyártói jelenléttel rendelkezik. A modern modellek közül megtalálható a GR Supra, a GR Yaris, a GR86, a GR Corolla, a Camry TRD és az új Land Cruiser 250, miközben a márka történelmi örökségét olyan legendák képviselik, mint a Toyota 2000GT, az első generációs MR2, a Celica GT-Four, a Supra különböző generációi vagy a Sprinter Trueno AE86. A játékban a Lexus is képviselteti magát többek között az RC F és az LC 500 modellekkel, így a Toyota-csoport gyakorlatilag a japán autókultúra teljes spektrumát megjeleníti.

Mindez jól mutatja, hogy a Toyota a digitális térben is tudatosan építi jelenlétét, és olyan közönséget ér el, akik számára az első találkozás egy Land Cruiserrel vagy egy GR sportmodellel a videojáték képernyőjén történik meg. A Forza Horizon 6-tal kötött együttműködés révén az autóipar és a digitális autós kultúra kapcsolata minden korábbinál szorosabbá vált.

Fotók: *xbox, Forza Horizon, Toyota*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/a-toyota-a-virtualis-autos-kultura-foszereploje-a-forza-horizon-6-jatekban