

Hyundai ravive « la véritable passion » du Football à l'occasion de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™



- Hyundai partage toute sa passion du football à travers son partenariat avec la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™
- Le constructeur a lancé plusieurs initiatives témoignant de son soutien aux athlètes féminines et reconnaissant leurs progrès constants au plus haut niveau
- Le « FIFA World Football Museum presented by Hyundai » attirera de nombreux visiteurs en proposant toutes sortes d'histoires, de biographies et de souvenirs en lien avec le monde du football

La Garenne-Colombes, le 31 Mai 2019

Désireux de célébrer les formidables progrès accomplis par les athlètes féminines, Hyundai parrainera la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™, à travers différentes initiatives allant de la fourniture de véhicules à la gestion d'un musée temporaire en passant par diverses activités participatives et la réalisation de biographies d'athlètes.

Hyundai, partenaire automobile officiel des Coupes du Monde de la FIFA depuis 1999, parrainera la huitième édition de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA qui se déroulera en France du 7 juin au 7 juillet et dont les villes hôtes seront Paris, Lyon, Nice, Montpellier, Rennes, Le Havre,

Valenciennes, Reims et Grenoble.

Sous la devise « True Passion » (Véritable Passion), faisant référence à la force intérieure de ces athlètes féminines qui leur permet de surmonter nombre d'obstacles et de défis sociaux, la société a lancé diverses initiatives visant à associer et à inspirer les fans, tout en rendant hommage à ces footballeuses exemplaires tout au long de la compétition.

Ces différents programmes comprennent notamment des contenus numériques mettant en lumière la vie de dix joueuses de l'Olympique Lyonnais et de Chelsea FC, la mise à disposition de 96 véhicules Hyundai parmi les plus populaires de la gamme : Santa Fe, Tucson et Kona, pour assurer le transport des officiels de la FIFA et la logistique du tournoi. Des programmes marketing spécifiques « Match Predictor presented by Hyundai » et « Hyundai Goal of the Tournament » qui permettront aux fans de respectivement prédire les scores et statistiques des rencontres, et d'élire le plus beau but de la compétition sur le site web de la FIFA et via une application digitale, ainsi que la construction et l'administration d'un musée temporaire, le « FIFA World Football Museum presented by Hyundai », au cœur du parc Nelson Mandela dans le quartier des Halles à Paris.

Toutes ces initiatives mettent en avant l'engagement et le soutien de Hyundai en faveur du progrès des femmes, tant dans le monde du sport que dans tous les domaines de la vie.

« Tout au long de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019TM, Hyundai réitérera son soutien de longue date pour la dignité des femmes et l'égalité de leurs droits dans le cadre de la campagne 'True Passion'. Nous allons redoubler d'efforts pour faire de notre entreprise un ardent défenseur des capacités des femmes dans le monde entier. »

Wonhong Cho, vice-président exécutif et directeur marketing de Hyundai Motor

Le sponsoring du football et ses activités associées se situent au cœur des programmes de partenariat de la marque au niveau mondial.

Du 7 juin au 7 juillet, Hyundai ouvrira le musée temporaire baptisé « FIFA World Football Museum presented by Hyundai » à Paris en collaboration avec la FIFA. Dans ce musée seront présentés le trophée de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA ainsi que toutes sortes de souvenirs et autres contenus exclusifs relatant l'histoire des Coupes du Monde Féminines de la FIFA et révélant le parcours de plusieurs footballeuses engagées dans la compétition. Dans ce musée sera également exposé un portrait de Mia Hamm, une légende du football féminin.

La façade de l'édifice est réalisée à partir de matériaux provenant d'airbags de véhicule qui seront transformés en sacs écologiques et remis aux membres de la communauté à l'issue de l'exposition.

Par ailleurs, lors des demi-finales et de la finale à Lyon, une « FIFA Fan Experience » sera installée en dehors du stade, place Bellecour

« Nous sommes fiers de poursuivre notre partenariat avec Hyundai, car ils font partie intégrante de l'histoire de la FIFA depuis près de vingt ans. L'édition 2019 de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA revêt une importance toute particulière du fait même du contexte social actuel. L'heure est venue de soutenir un mouvement qui aurait dû l'être depuis bien longtemps, et Hyundai s'est clairement engagé à défendre cette cause à travers la campagne 'True Passion'. »

Jean-François Pathy, directeur des services marketing de la FIFA

La Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ est un tournoi de football international disputé par des équipes nationales séniors féminines, membres de la FIFA. Cette compétition, dont la première édition s'est déroulée en Chine, est organisée tous les quatre ans depuis 1991.

La Coupe du Monde Féminine de la FIFA™, France 2019 verra s'affronter 24 équipes nationales venues d'Australie, de Chine, du Japon, de Corée du Sud, de Thaïlande, du Cameroun, du Nigéria, d'Afrique du Sud, du Canada, de Jamaïque, des États-Unis, d'Argentine, du Brésil, du Chili, de Nouvelle-Zélande, d'Angleterre, de France, d'Allemagne, d'Italie, des Pays-Bas, de Norvège, d'Écosse, d'Espagne et de Suède.

Hyundai, partenaire de la FIFA depuis 1999, a parrainé chacune des éditions de la Coupe du Monde depuis 2002 ainsi que de nombreux autres tournois de la FIFA en tant que partenaire automobile officiel. En 2010, l'entreprise a étendu son partenariat stratégique avec la FIFA en vue de couvrir les Coupes du Monde 2018 et 2022.

Nouveau site presse : <https://www.hyundai.news/fr>

A propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company s'est engagée à devenir la marque automobile la plus appréciée. Filiale de Hyundai Motor Group - structure d'entreprise innovante maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la production d'acier jusqu'à la livraison du véhicule - Hyundai Motor Company possède à travers le monde, 8 centres de production et 7 centres techniques et design. Hyundai Motor Company compte près de 110 000 collaborateurs et a vendu plus de 4,5 millions de véhicules en 2017. Hyundai continue d'améliorer sa gamme de produits en régionalisant la conception et la production de ses modèles et s'efforce de renforcer son leadership en matière de technologies propres, à commencer par la première voiture électrique alimentée par hydrogène produite en série au monde : ix35 Fuel Cell et en lançant IONIQ, premier modèle au monde à offrir trois types de groupe propulseur électrifié.

À propos de Hyundai Motor Europe

En 2017, Hyundai a vendu en Europe 523 258 unités, soit une augmentation de 3,5% vs 2016. La majorité des modèles Hyundai vendus dans cette région sont conçus, dessinés et testés en Europe pour répondre aux attentes des clients européens et fabriqués dans les deux usines européennes de République Tchèque (Nosovice) et de Turquie (Izmit), qui cumulent une capacité de production de 500 000 unités. Hyundai commercialise ses produits dans 31 pays européens à travers 2 500 points de vente.

À propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 29 570 immatriculations en 2017, soit une progression de 5 % vs 2016. Grâce à une large gamme de voitures, fiables, innovantes, économes et respectueuses de l'environnement, répondant parfaitement aux attentes des clients, Hyundai est désormais un constructeur généraliste. Chacun des 15 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, monospaces, ou véhicules de loisirs, se distingue par un confort unique, un niveau d'équipements exceptionnel, des prix compétitifs et une garantie inédite 5 ans kilométrage illimité.

Mais Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de plus de 190 points de ventes et services répartis sur tout le territoire. Des équipes de professionnels, passionnés d'automobiles, qui ont compris que le plus important, c'est l'accueil et le service qu'ils doivent apporter à leurs clients. Hyundai Motor France compte aujourd'hui 130 employés et continue de développer sa structure.

Hyundai partage émotion et passion autour du sport

Très impliqué dans le domaine du football, Hyundai est l'un des fidèles partenaires de la FIFA™ depuis 1999. En France Hyundai est le partenaire majeur de l'Olympique Lyonnais pour la sixième saison consécutive.

Hyundai relève un défi exceptionnel en créant le 19 décembre 2012, Hyundai Motorsport - filiale intégrée de Hyundai Motor Company - en charge des activités sport automobile et plus principalement du programme Championnat du Monde des Rallyes (WRC).

Situé à Alzenau - en périphérie de Francfort - Hyundai Motorsport gère l'engagement de la marque en Championnat du Monde des Rallyes depuis le début de la saison 2014. En quatre années, les différentes générations de i20 WRC ont décroché sept victoires au plus haut niveau et deux deuxièmes places au Championnat du Monde des Constructeurs (2016 et 2017). En 2018, des Hyundai i20 Coupé WRC sont alignées pour Thierry Neuville / Nicolas Gilsoul, Andreas Mikkelsen / Anders Jaeger, Dani Sordo / Carlos del Barrio et Hayden Paddon / Seb Marshall. Parallèlement, le département compétition-client propose des Hyundai i20 R5 (rallye) et des Hyundai i30 N TCR (circuit).

Engagé dans le cadre du programme de professionnalisation des sportifs de haut niveau mis en place par le Ministère des Sports, Hyundai soutient la skieuse acrobatique Perrine Laffont.



Championne de France pour la première fois en 2013 à seulement 15 ans, 3ème au classement général de la coupe du Monde en 2016, médaillée d'argent en ski de bosses et médaillée d'or en ski de bosses parallèle aux championnats du monde de Sierra Nevada en 2017, Perrine a pu compter sur le soutien de Hyundai lors de sa participation aux Jeux Olympiques de Pyeongchang 2018 durant lesquels elle a décroché le titre de championne olympique de ski de bosses. Etudiante en IUT de commerce à Annecy, elle développera ses compétences professionnelles lors de stages dans différents services de Hyundai Motor France.