

Hyundai met à l'honneur les athlètes féminines dans le cadre du « FIFA World Football Museum by Hyundai »



- Hyundai met en lumière la passion du football féminin à travers son partenariat avec la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™
- L'exposition temporaire proposée au «FIFA World Football Museum by Hyundai» propose toutes sortes d'histoires, biographies et de souvenirs en lien direct avec le monde du football féminin.

Paris, 17 juin 2019

Hyundai a ouvert les portes du « FIFA World Football Museum presented by Hyundai » à Paris, donnant ainsi un véritable coup de projecteur sur l'histoire du football féminin tout en célébrant l'évolution constante de ce sport.

Proposée du 15 juin au 7 juillet au cœur du parc Nelson Mandela dans le quartier des Halles à Paris pendant toute la durée de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™, l'exposition temporaire « The

Women's Game » présente au public toutes sortes d'histoires, de biographies et de souvenirs en lien direct avec le monde du football.

Organisée en collaboration avec le « FIFA World Football Museum », cette exposition constitue l'une des nombreuses initiatives parrainées par Hyundai à l'occasion de la huitième édition de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA en France.

Sous la devise « True Passion », faisant référence à la force de ces athlètes féminines qui leur permet de surmonter de nombreux obstacles et défis sociaux, le constructeur a lancé diverses initiatives visant à associer et inspirer les fans, en rendant hommage à ces footballeuses exemplaires tout au long de la compétition.

Tout au long de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™, 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 sommes convaincus que la passion du football et l'amour de l'automobile sont intimement liés, car ces deux univers partagent les mêmes valeurs de liberté, d'enthousiasme, de créativité, de beauté et de perfection ».

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

Cette exposition se divise en trois parties : l'histoire du football féminin avant la première Coupe du Monde officielle en Chine en 1991 ; l'histoire des Coupes du Monde Féminines de la FIFA de 1991 à 2015 ; et l'actuelle Coupe du Monde en France. Chacune des sections de l'exposition présente des objets exclusifs et originaux, illustrant les histoires passionnantes de plusieurs joueuses, ainsi que les maillots des 24 équipes nationales participant à la compétition cette année.

Dans ce musée sont également exposés trois trophées originaux de la compétition : celui de cette année, celui de l'édition 1991 et celui de la première compétition de football féminin non officielle organisée en Italie en 1970, baptisé « Golden Angel ». Cette exposition présente également un portrait de la légendaire footballeuse Mia Hamm réalisé par l'artiste britannique Rachel Gadsden, Hamm étant très largement considérée comme une figure emblématique des aspirations des femmes passionnées de football.

La direction du musée a souhaité jeter la lumière sur les défis qu'ont dû relever les athlètes féminines et sur les victoires qu'elles ont remportées, sachant qu'elles ont dû faire face aux préjugés, à la marginalisation et au rejet pour en arriver là où elles sont aujourd'hui. Animées par leur passion du football, elles ont constamment lutté pour se faire accepter dans ce sport, un combat qui est magnifiquement mis à l'honneur au sein de ce musée temporaire.

Les façades de l'édifice sont réalisées à partir de matériaux d'airbags, et à l'issue de l'exposition, ces matériaux seront retransformés en sacs écologiques qui seront distribués à diverses organisations participantes.

«C'est un honneur et une fierté pour nous de présenter la passionnante histoire du football féminin en installant le FIFA World Football Museum à Paris avec le soutien de notre précieux partenaire, Hyundai. Nos attentes vis-à-vis de cette Coupe du Monde sont à la hauteur de notre enthousiasme à présenter des objets fascinants et à relater de fantastiques histoires dans le cadre de cette exposition, dont certaines sont inconnues du plus grand nombre. »

Marco Fazzone, directeur général du FIFA World Football Museum

«En tant que partenaire de longue date de la FIFA - depuis 1999 - Hyundai soutient avec une constance indéfectible toutes nos initiatives. Cette année, à travers la campagne « True Passion », Hyundai défend l'ambition de la FIFA de renforcer l'autonomisation des femmes. Cette compétition pourrait entraîner de profonds changements dans le monde du football, et nous nous réjouissons de travailler main dans la main avec nos partenaires marketing afin de faire de cette Coupe du Monde un événement historique. »

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

Hyundai a conclu un accord de sponsoring des compétitions de la FIFA en 1999, et a depuis 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 accord de partenariat stratégique avec la FIFA en vue de couvrir les Coupes du Monde 2018 et 2022.

La société possède un compte Instagram, @hyundai.sports, dédié à la Coupe du Monde en France.

Les villes hôtes retenues pour la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™ sont Paris, Lyon, Nice, Montpellier, Rennes, Le Havre, Valenciennes, Reims et Grenoble. Les 24 équipes nationales engagées dans la compétition sont l'Australie, la Chine, le Japon, la Corée du Sud, la Thaïlande, le Cameroun, le Nigéria, l'Afrique du Sud, le Canada, la Jamaïque, les États-Unis, l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Nouvelle-Zélande, l'Angleterre, la France, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, la Norvège, l'Écosse, l'Espagne et la Suède.

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

[À 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 2018. 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 NEXO premier SUV électrique alimenté à l'hydrogène et en lançant IONIQ, premier modèle au monde à offrir trois types de groupe propulseur électrifié.

[À propos de Hyundai Motor Europe](#)

En 2018, Hyundai Motor a enregistré 543 292 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,9% par rapport à 2017, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la quatrième année consécutive Hyundai observe un record de vente en Europe. La gamme Hyundai est la plus jeune en Europe et 75% des véhicules vendus en Europe sont des modèles conçus, fabriqués, testés et construits en Europe pour répondre aux besoins des clients européens. L'Europe est desservie par une vaste infrastructure, cela comprend deux usines : en République tchèque et en Turquie, qui ont une capacité annuelle combinée de 600 000 unités. Hyundai Motor vend des véhicules dans 41 pays européens à travers près de 3 000 points de vente. Hyundai Motor offre une garantie unique de cinq ans kilométrage illimité sur tous ses modèles.

[À propos de Hyundai Motor France](#)

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 35 542 immatriculations en 2018. 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 16 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, 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 180 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.

Fondée le 19 décembre 2012, Hyundai Motorsport GmbH est responsable des activités mondiales du sport automobile, comprenant le FIA World Rally Championship (WRC) et des projets en Customer Racing. En WRC, Hyundai Motorsport a rapidement acquis une solide réputation en remportant sa première victoire lors de sa première saison en 2014. L'équipe a depuis amassé dix victoires et a terminé deuxième du championnat des constructeurs à trois reprises. Depuis la création de ses activités de Customer Racing en septembre 2015, Hyundai Motorsport est devenu un partenaire de confiance pour les équipes et les pilotes à la recherche de succès en rallye ou sur les pistes de course du monde entier. De la Hyundai i20 R5 à la Hyundai i30 N TCR, les voitures construites par Hyundai Motorsport ont remporté des victoires dans plusieurs championnats, y compris les épreuves nationales de rallyes en France et en Espagne, ainsi que le titre de Champion de Monde équipes et pilotes lors de leur première participation au FIA Championnat du monde des voitures de tourisme (WTCC). Unifiés sous Hyundai Motorsport, WRC et Customer Racing jouent un rôle déterminant dans le développement de la marque haute performance de Hyundai.

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. Perrine a également remporté la Coupe du monde de ski de bosses en mars 2018, décrochant ainsi le premier globe de cristal de sa carrière. Etudiante en IUT de commerce à Annecy, elle développera ses compétences professionnelles lors de stages dans différents services de Hyundai Motor France.