

# News Release



## Hyundai s'engage dans la compétition en ligne en s'associant à 'Asphalt Legends Unite'

- Hyundai collabore avec Asphalt Legends Unite, le célèbre jeu de course multi-plateforme, y associant des versions numériques de ses modèles hautes performances
- Un événement de quatre semaines organisé du 3 au 30 avril dans le cadre de ce jeu offrira aux joueurs l'opportunité de gagner un voyage en Corée du Sud
- Suite à la sortie du court-métrage '[Night Fishing](#)' l'année dernière, Hyundai multiplie les contenus marketing dans l'univers du gaming pour établir des liens avec les générations futures

**SÉOUL, 2 avril 2025** – Hyundai Motor Company a annoncé aujourd’hui la conclusion d’un partenariat avec Asphalt Legends Unite, le jeu de course à succès de Gameloft, qui verra ses célèbres modèles hautes performances mis à l’honneur sur des circuits numériques.

Disponible sur console, PC et mobile, cette licence déjà maintes fois primée connaît une grande popularité dans le monde entier. Cette initiative s’inscrit dans la droite ligne des efforts déployés par Hyundai pour nouer des liens avec les jeunes générations à travers les jeux vidéo.

« L’année dernière, avec notre court-métrage 'Night Fishing', nous avons lancé une campagne marketing inédite axée sur le storytelling, en réponse au déclin de la publicité traditionnelle. Cette année, nous étendons le narratif de notre marque à l’univers du gaming par le biais de notre partenariat avec Asphalt Legends Unite, afin d’établir d’étroites relations avec les jeunes générations dans un espace qu’elles apprécient tout particulièrement. »

**Sungwon Jee, Directeur en chef du marketing de Hyundai Motor Company**

Hyundai renouvelle sa stratégie marketing pour s’adapter à l’évolution du paysage médiatique et aux nouvelles tendances chez les jeunes en matière de contenus. L’année dernière, l’entreprise a adopté une nouvelle approche en diffusant son court-métrage baptisé '[Night Fishing](#)', et cette année, elle étend cette stratégie à l’univers des jeux vidéo avec la conclusion d’un partenariat avec Asphalt Legends Unite. La marque continuera à collaborer avec différentes licences de renommée internationale afin de séduire des clients plus jeunes, et à proposer des campagnes marketing créatives.

Dès le 2 avril, avec le lancement de la mise à jour 43, les joueurs pourront piloter le véhicule électrique hautes performances IONIQ 5 N ainsi que le concept-car hybride hautes performances à pile à hydrogène N Vision 74.

Du 3 au 30 avril prochains, Hyundai organisera dans le cadre de ce jeu un événement de quatre semaines mettant en vedette ces deux modèles. À chaque course, le joueur le plus rapide sera sacré vainqueur et trois d’entre eux seront invités en Corée du Sud pour découvrir les lieux les plus emblématiques de Séoul ainsi que les sites de la marque. Ils auront également l’occasion d’essayer IONIQ 5 N et de participer au Festival N 2025, la plus grande course monomarque de Corée du Sud.

Hyundai collabore également avec plusieurs influenceurs gaming à travers le monde. Ces streamers populaires sur Twitch et YouTube piloteront les modèles hautes performances de Hyundai lors de compétitions en ligne et partageront leur fabuleuse expérience en diffusant des contenus exclusifs, en jouant en direct et en participant à divers événements.

Hyundai étend ses initiatives marketing à l'univers des jeux vidéo afin de renforcer l'engagement de la marque auprès des générations Z et Alpha. Après le lancement de '[Hyundai Future Adventure](#)' sur ROBLOX et de '[Timeless Seoul](#)' sur ZEPETO, l'entreprise continue de collaborer avec les principaux jeux de course mondiaux, dont KartRider Rush+ de Nexon.

En offrant des expériences de jeu engageantes, l'entreprise souhaite étendre la notoriété de sa marque et l'exposition de ses produits auprès des jeunes générations. Grâce à la dernière mise à jour d'Asphalt Legends Unite, qui permet de jouer sur plusieurs appareils, et à ses graphismes de haute qualité, Hyundai entend séduire et susciter l'intérêt de la génération Z dans le monde entier.

- Fin -

### **À propos de Hyundai Motor France**

Filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré plus de 45 000 immatriculations en 2024, soit une part de marché de 2,64%. La gamme Hyundai s'articule autour de 19 modèles et déclinaisons et sur l'offre de technologies électrifiées la plus large du marché : hybridation légère 48V, motorisations hybride et hybride rechargeable, 100% électrique à batterie ou alimenté à l'hydrogène.

Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de 203 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 135 employés et continue de développer sa structure.

## **Hyundai partage émotion et passion autour du sport**

L'engagement dans le sport est inscrit dans l'ADN de Hyundai et, en 2025, l'histoire continue avec des partenariats dans l'univers du running, un sport auquel se livre plus de 15 millions de Français au moins une fois par semaine.

Partenaire de longue date du sport et des sportifs, Hyundai mise sur la proximité avec les pratiquants, des plus occasionnels aux plus affutés, qu'ils soient ou non engagés dans des courses. A travers le programme « Run to progress », Hyundai les accompagne au quotidien pour leur bien-être ou dans leur préparation à l'approche d'une compétition, c'est le sens de l'engagement de Hyundai auprès des runners.

En 2025 Hyundai Motor France est le partenaire officiel des cinq plus grandes courses nationales et de près de deux cents épreuves locales via son réseau de distributeurs.