



Hyundai lance sa campagne mondiale dédiée à la jeunesse pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™

- Hyundai Motor Company annonce le retour de son programme d'engagement des supporters, baptisé **'Be There With Hyundai'**, à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™
- Cette campagne d'envergure internationale s'articule autour du concours artistique réservé aux enfants **'The Greatest Cheer'**, au terme duquel les illustrations gagnantes seront affichées sur les bus des équipes nationales participant à la Coupe du Monde de la FIFA 2026™
- Les jeunes lauréats et leurs accompagnateurs pourront profiter pleinement de la Coupe du Monde de la FIFA™, puisqu'ils se verront offrir, outre les billets pour un match de la phase de poules, le voyage aller-retour en avion ainsi que l'hébergement sur place.

SÉOUL, 3 décembre 2025 – Hyundai Motor Company a annoncé le grand retour de son programme d'engagement des supporters de la Coupe du Monde de la FIFA, baptisé **'Be There With Hyundai'**, qui s'accompagnera d'une nouvelle initiative des plus enthousiasmantes lors de l'édition 2026.

Dans la droite ligne de la volonté de Hyundai de favoriser l'engagement de la jeunesse et le renforcement des liens familiaux, cette campagne inclura un concours de dessin dynamique réservé aux enfants, dont les lauréats verront leurs créations affichées sur les bus officiels transportant les équipes nationales tout au long de la compétition.

« L'initiative **'Be There With Hyundai'** offre aux enfants du monde entier une occasion unique d'exprimer leur passion et leurs aspirations pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, déclare Sungwon Jee, vice-président senior et directeur en chef du marketing chez Hyundai Motor Company. Ce programme reflète la volonté et l'espoir des jeunes de participer à l'habillage artistique des bus de leur équipe nationale, établissant ainsi un lien direct entre les rêves des enfants et les joueurs pour créer une véritable force commune. Hyundai s'engage plus que jamais à proposer des programmes divers et variés pour partager l'enthousiasme et les émotions suscités par la Coupe du Monde de la FIFA™ avec les fans de football du monde entier. »

Éveiller la créativité des jeunes à travers un concours passionnant

À l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, Hyundai invite les enfants de 5 à 12 ans issus des pays participants¹ à exprimer leur fierté nationale et leur amour du football à travers des créations destinées à montrer leur enthousiasme pour la compétition et à encourager leur équipe nationale. Ce concours, baptisé **'The Greatest Cheer'**, qui aura lieu du 2 décembre 2025 au 30 janvier 2026, favorisera la participation massive des jeunes tout en suscitant leur enthousiasme pour cet événement de portée mondiale.

Les enfants participants peuvent télécharger le modèle de dessin officiel sur [FIFA.com](https://www.fifa.com), créer leur œuvre et envoyer un scan de leur création à l'adresse e-mail de la FIFA (betherewithhyundai@fifa.org). Un lauréat sera sélectionné pour chaque équipe nationale participante, et son dessin sera affiché en évidence sur les bus officiels transportant les joueurs tout au long de la compétition.

En plus de voir son œuvre prendre vie sur la scène internationale, chaque lauréat, avec son accompagnateur, recevra une invitation exclusive à la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, co-organisée par les États-Unis, le Canada et le Mexique du 11 juin au 19 juillet prochains. La récompense comprend les billets pour un match de la phase de poules, le voyage aller-retour en avion et l'hébergement.

¹ Les nations participantes incluent celles engagées dans le Tournoi de barrage de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™. La participation de ces équipes à la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ sera confirmée en mars 2026, à l'issue des matches de barrage organisés en Europe et au Mexique.

Créer des liens avec les supporters et favoriser leur engagement

La campagne **'Be There With Hyundai'** continue de s'appuyer sur la portée internationale de la Coupe du Monde de la FIFA pour nouer des liens avec les supporters du monde entier. S'inspirant [des initiatives passées axées sur la durabilité et la participation des fans](#), la campagne de 2026 met l'accent sur la créativité des jeunes et le storytelling pour accroître la visibilité et l'engagement de la marque.

Pour cette édition 2026, Hyundai entend renforcer son attrait auprès du jeune public grâce à des initiatives familiales, développer son storytelling à l'échelle mondiale grâce à des bus d'équipe au design exclusif destinés à encourager le partage viral, et réaffirmer son engagement en faveur d'un marketing axé sur la jeunesse en offrant aux jeunes fans des opportunités d'inclusion et d'engagement dans le monde du football.

Depuis son lancement à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2006™ organisée en Allemagne, la campagne **'Be There With Hyundai'** est devenue le programme d'héritage emblématique de Hyundai. Traditionnellement axée sur la proposition de slogans d'équipe, elle lance aujourd'hui son tout premier concours de dessin. En affichant des illustrations créatives sur les bus officiels des équipes, Hyundai fait de sa vision une réalité – nouer des liens entre les familles, les supporters et le football à travers un storytelling visuel.

Pour en savoir plus sur le concours, les modalités de participation et les dernières actualités, rendez-vous sur [FIFA.com](https://www.fifa.com) ou suivez Hyundai sur ses réseaux sociaux.

– Fin –

Adresse : Tour NOVA - 71 Boulevard National, 92250 La Garenne-Colombes

[Tram T2 - arrêt Charlebourg]

À propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company est présente dans plus de 200 pays et emploie plus de 120 000 personnes qui s'efforcent de relever les défis de la mobilité dans le monde entier. S'appuyant sur la vision de la marque « Progress for Humanity », Hyundai Motor

accélère sa transformation en fournisseur de solutions de mobilité intelligente. L'entreprise investit dans des technologies de pointe telles que la robotique et la mobilité aérienne avancée (AAM) afin de mettre au point des solutions de mobilité révolutionnaires, tout en poursuivant l'innovation ouverte pour introduire de futurs services de mobilité. Dans sa quête d'un avenir durable pour le monde, Hyundai poursuivra ses efforts pour introduire des véhicules à zéro émission grâce à des technologies de pointe en matière de piles à hydrogène et de véhicules électriques.

À propos de Hyundai Motor Europe HQ

Le siège de Hyundai Motor Europe a été officiellement créé en 2000 et son bureau principal est situé à Offenbach, en Allemagne. En tant que siège régional, il est responsable de la vente de véhicules dans 41 pays européens par le biais de 2 191 points de vente et d'une part de marché de 4,1 % en 2024. Plus de 70 % des véhicules Hyundai vendus dans la région sont des modèles conçus, testés et fabriqués en Europe, conçus pour répondre aux besoins spécifiques des clients européens. Ces véhicules sont produits dans les usines tchèques et turques de l'entreprise.

En 2024, environ 12 % des voitures Hyundai vendues en Europe étaient des véhicules à zéro émission de gaz d'échappement (BEV et FCEV), y compris les lauréats respectifs de la Voiture mondiale de l'année 2022 et 2023, IONIQ 5 et IONIQ 6. Cela consolide la position de Hyundai comme l'un des principaux constructeurs en termes de véhicules sans émission de gaz d'échappement en Europe, alors que l'entreprise se transforme en fournisseur de solutions de mobilité intelligente. En outre, environ 85 % de la gamme actuelle de Hyundai en Europe est disponible en version électrifiée. En se concentrant sur sa vision du « progrès pour l'humanité » et en s'engageant clairement en faveur des véhicules électriques, Hyundai s'apprête à introduire davantage de BEV dans sa gamme électrique et à électrifier tous ses modèles en Europe d'ici à 2027. En 2025, la citadine tout électrique INSTER et la très attendue IONIQ 9 seront les points forts du marché.

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