

# Communiqué de presse

## Hyundai dévoile sa campagne « Next Starts Now » destinée à présenter ses solutions robotiques à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™

- Hyundai Motor Company lance « Next Starts Now » (l'avenir commence maintenant), une campagne marketing mondiale qui s'inscrit dans la droite ligne de l'engagement de la marque en faveur de l'innovation
- Hyundai fait entrer la robotique au cœur de la Coupe du Monde de la FIFA, en déployant les robots Atlas® et Spot® de Boston Dynamics qui faciliteront le déroulement des matches tout en améliorant l'expérience des supporters
- La star du football Son Heung-min est nommé ambassadeur de la marque Hyundai, et apparaîtra dans [une nouvelle vidéo de campagne](#) aux côtés du robot Atlas de Boston Dynamics
- Ce partenariat s'étend au niveau local à travers des stages de football pour les jeunes organisés dans quatre villes des États-Unis

**SÉOUL/NEW YORK, 1<sup>er</sup> avril 2026** – À quelques mois de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, Hyundai Motor Company a mis en avant son partenariat avec la FIFA, en dévoilant sa nouvelle campagne mondiale, baptisée « Next Starts Now », à l'occasion du Salon international de l'automobile de New York.

### Façonner l'avenir avec la campagne « Next Starts Now »

Inspirée de la vision « Progress for Humanity » (le progrès pour l'humanité) de Hyundai, la campagne « Next Starts Now » témoigne de l'engagement de la marque à promouvoir l'innovation dans les domaines de la mobilité et de la robotique. À l'occasion du Salon international de l'automobile de New York, Hyundai a fait de Son Heung-min, capitaine de l'équipe sud-coréenne de football, son ambassadeur mondial à quelques mois de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™.

## **Hyundai accueille Son Heung-min, son nouvel ambassadeur mondial**

Son Heung-min, icône mondiale du football, capitaine de l'équipe nationale sud-coréenne et attaquant du LAFC, incarne les valeurs qui définissent à la fois Hyundai et le football, à savoir la détermination, l'esprit d'équipe et le pouvoir de l'inspiration. En tant que figure de référence internationale, il représentera la campagne « Next Starts Now » à la fois sur le terrain et en dehors, apparaissant notamment aux côtés d'Atlas, le robot humanoïde avancé de Boston Dynamics, dans l'une des deux vidéos de campagne disponibles sur les réseaux sociaux de Hyundai.

*« Je suis intimement convaincu que l'avenir appartient à ceux qui le poursuivent, et c'est cet état d'esprit qui me pousse à travailler encore plus dur chaque jour et à me préparer à tout ce que la vie me réserve. Je partage avec Hyundai la conviction que 'l'avenir commence maintenant' et, ensemble, nous contribuons à le façonner. »*

— **Son Heung-min, capitaine de l'équipe nationale sud-coréenne et ambassadeur mondial de Hyundai Motor Company.**

*« En 2026, alors même que Hyundai poursuit son partenariat de 27 ans avec la FIFA, la marque s'engage à mettre en œuvre sa collaboration la plus ambitieuse à ce jour lors de la plus grande Coupe du Monde jamais organisée. Nous mettons en place de nouveaux moyens d'enrichir l'expérience des supporters pendant les matches en leur proposant des technologies innovantes et des activités interactives et immersives qui leur laisseront un souvenir marquant et inoubliable de cet événement. Cette année, nous renforçons notre rôle sur la scène internationale en présentant des solutions robotisées avancées – dont Atlas et Spot, en partenariat avec Boston Dynamics. Nous sommes également impatients de collaborer avec Son Heung-min, une icône mondiale dont la carrière inspirante reflète notre volonté de nouer des liens entre les communautés à travers le football et au-delà. »* — **José Muñoz, président et CEO Monde de Hyundai Motor Company.**

*« La campagne mondiale de Hyundai pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026, baptisée 'Next Starts Now', donne corps à notre vision 'Progress for Humanity' (le progrès pour l'humanité). Plutôt que d'attendre que l'avenir ne se dévoile, nous en donnons un aperçu à nos fans. À chaque match, nous entrevoyons la suite – de nouveaux talents, une nouvelle énergie et de nouvelles opportunités – reflétant ainsi notre engagement à toujours progresser et à nous positionner à l'avant-garde du changement.*

— **Sungwon Jee, vice-président exécutif et directeur marketing de Hyundai Motor Company.**

## **Favoriser l'innovation : Hyundai à la Coupe du Monde de la FIFA 2026™**

En tant que partenaire officiel de la FIFA depuis 27 ans, Hyundai soutient la compétition en fournissant des véhicules destinés à assurer le transport des équipes, des officiels et des journalistes entre les différents sites. À l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, Hyundai, en collaboration avec Boston Dynamics, étend son rôle en déployant les robots Atlas et Spot sur certains sites en vue de faciliter l'organisation des matchs et de renforcer l'engagement des fans tout en améliorant la sécurité et l'efficacité tout au long de la compétition.



Hyundai mettra à disposition sa flotte de véhicules la plus vaste et la plus moderne à ce jour, laquelle fonctionnera de concert avec ces robots pour assurer le bon déroulement des opérations sur l'ensemble des sites de la compétition.

### **Inspirer les nouvelles générations à travers le football**

L'engagement de Hyundai à soutenir la nouvelle génération de footballeurs va bien au-delà de la technologie pour s'étendre aux jeunes athlètes et aux communautés qui façonnent l'avenir de ce sport. Dès le mois d'avril, Hyundai organisera des stages de football pour les jeunes aux États-Unis, animés par les légendes du football Mai Hamm et Tim Howard.

Ces stages se dérouleront dans quatre villes hôtes de la Coupe de Monde de la FIFA 2026™ – Atlanta, Miami, New York New Jersey et Los Angeles – et seront destinés aux enfants de 6 à 12 ans, renforçant ainsi le lien entre Hyundai et les communautés locales.

En partenariat avec la FIFA, Hyundai a également lancé le concours international de dessin baptisé « Be There With Hyundai », qui invite les enfants de 5 à 12 ans du monde entier à soumettre leurs créations pour soutenir leur équipe favorite. Avec ce programme, Hyundai encourage les jeunes supporters à participer activement à l'avenir du football. Les dessins sélectionnés seront affichés sur les bus officiels des équipes tout au long de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™. Pour de plus amples informations, rendez-vous sur [le Journal de la marque Hyundai](#).

Pour visionner la vidéo de campagne avec le robot Atlas et Son Heung-min, rendez-vous sur la chaîne YouTube officielle de Hyundai à l'adresse : [www.youtube.com/HyundaiWorldwide](http://www.youtube.com/HyundaiWorldwide).

– Fin –

## CONTACTS PRESSE HYUNDAI

▪

### À propos de Boston Dynamics

Boston Dynamics est le leader mondial du développement et du déploiement de robots mobiles capables de relever les défis industriels et sécuritaires les plus complexes. Nos robots sont dotés de niveaux élevés de mobilité, de dextérité et d'intelligence, permettant d'intégrer l'automatisation dans les environnements non structurés, difficiles d'accès ou non sécurisés, depuis les sites de production jusqu'aux entrepôts en passant par les centrales électriques, les chantiers de construction et les centres de distribution. Notre gamme de produits comprend trois robots : Spot®, un robot quadrupède qui effectue des inspections industrielles pour la gestion des actifs d'entreprise et contribue à garantir la sécurité des personnes grâce à des applications de sécurité publique ; Stretch®, un robot de manutention actuellement déployé chez des clients du secteur de la logistique et de la vente au détail ; et Atlas®, notre plateforme humanoïde électrique actuellement en cours de développement. Pour de plus amples informations sur notre entreprise et ses technologies, veuillez consulter le site [www.bostondynamics.com](http://www.bostondynamics.com).

### À propos de Hyundai Motor Group

Le groupe Hyundai Motor est une entreprise mondiale qui a créé une chaîne de valeur basée sur la mobilité, l'acier et la construction, ainsi que la logistique, la finance, l'informatique et les services. Avec environ 250 000 employés dans le monde entier, les marques de mobilité du groupe comprennent Hyundai, Kia et Genesis. Forts d'une pensée créative, d'une communication coopérative et de la volonté de relever tous les défis, nous nous efforçons de créer un avenir meilleur pour tous.

### À propos de Hyundai Motor Europe

Le siège social de Hyundai Motor Europe a été officiellement créé en 2000, avec son siège principal situé à Offenbach, en Allemagne. En tant que siège régional, il est responsable de la vente de véhicules dans 41 pays européens à travers 2 191 points de vente et détient 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, adaptés aux besoins spécifiques des clients européens. Ces véhicules sont produits dans les usines de

production de la société en République Tchèque et en Turquie.

En 2024, environ 12 % des voitures Hyundai vendues en Europe étaient des véhicules à zéro émission (BEV et FCEV), dont les lauréats respectifs du prix World Car of the Year 2022 et 2023, IONIQ 5 et IONIQ 6. Cela renforce la position de Hyundai en tant que l'un des principaux constructeurs de véhicules zéro émission en Europe, alors que l'entreprise se transforme en fournisseur de solutions de mobilité intelligente.

Fidèle à sa vision « Progress for Humanity » et à son engagement clair en faveur des véhicules électriques, Hyundai s'apprête à introduire davantage de véhicules électriques à batterie (BEV) dans sa gamme électrique et à électrifier tous ses modèles en Europe d'ici 2027.

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

Filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré plus de 45 621 immatriculations en 2025, soit une part de marché de 2,80 %. La gamme Hyundai s'articule autour de 17 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 2026, 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 2026, Hyundai Motor France est le partenaire officiel des plus grandes courses nationales, dont le Marathon de Paris (nouveau 2026) et de près de deux cents épreuves locales via son réseau de distributeurs.