

# Communiqué de presse

## **Le Musée de la FIFA et Hyundai présentent « Legacies of champions » : une exposition immersive au Rockefeller Center de New York à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™**

**NEW YORK/SÉOUL, 12 mai 2026** – Le Musée de la FIFA, sous le parrainage de Hyundai Motor Company, présente une exposition exclusive intitulée « Legacies of Champions » (l'héritage des champions) au Rockefeller Center (50 Rockefeller Plaza) de New York City. Ouverte gratuitement au public pendant toute la durée de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ - du 11 juin au 19 juillet 2026 - cette exposition invite tous les fans de ballon rond, les familles et les enfants du monde entier à explorer l'histoire et la culture du football mondial.

Cette exposition organisée par le Musée de la FIFA sera ouverte gratuitement aux visiteurs, qui pourront réserver leur place à l'avance sur le site web officiel du Rockefeller Center.

### **Explorer l'histoire de la Coupe du Monde**

L'exposition « Legacies of Champions » retrace près d'un siècle d'histoire du football, explorant la manière dont chacune des Coupes du Monde de la FIFA™ a façonné ce sport de portée internationale et inspiré des millions de fans à travers la planète. Avec des vitrines spécialement consacrées à chacune des éditions du tournoi depuis 1930, cette exposition met en lumière des objets originaux, des moments mythiques, des équipes de légende et des joueurs inoubliables qui ont façonné l'héritage de cette compétition au fil du temps.

Chaque vitrine présente des objets originaux soigneusement sélectionnés qui rendent hommage aux champions, invitant les visiteurs à découvrir l'évolution de ce sport, considéré comme le plus populaire au monde, et son impact culturel sur des générations de fans.

### **Découvrir les noms de tous ceux qui ont soulevé le trophée de la Coupe du Monde de la FIFA™**

Le clou de cette exposition d'exception du Musée de la FIFA est assurément la présentation des maillots des 48 équipes engagées dans la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ qui rend hommage

à la diversité de ce sport au niveau mondial. Cette exposition mettra également à l'honneur le trophée historique Jules Rimet, qui a couronné les vainqueurs successifs de la Coupe du Monde de la FIFA entre 1930 et 1970, avec son socle d'origine de couleur bleue, offrant ainsi aux visiteurs l'une des rares occasions d'admirer l'un des symboles les plus mythiques de ce sport. Certains jours, le public pourra également découvrir le trophée qui sera décerné au champion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™.

Les visiteurs se verront proposer plusieurs expériences immersives parmi lesquelles « The Final » (la finale), une installation cinématographique qui illustre toute l'intensité dramatique de la plus grande scène de football au monde, et « The Wall of Champions » (le mur des champions), qui rend hommage à chacun des joueurs qui a soulevé le trophée, retraçant cette lignée de vainqueurs qui continue d'inspirer les nouvelles générations.

### **Revivez votre première expérience de la Coupe du Monde de la FIFA™**

Pour beaucoup, leur première Coupe du Monde est intimement liée à des souvenirs personnels, tels que l'endroit où ils se trouvaient à cette occasion, les personnes qui les accompagnaient et les moments qui leur sont restés gravés en mémoire. Même si la Coupe du Monde de la FIFA™ n'a lieu que tous les quatre ans, chacune de ces éditions nous laisse un souvenir impérissable.

L'exposition « Legacies of Champions » met à l'honneur les équipes victorieuses de la Coupe du Monde, retraçant ces moments de liesse et de joie intense qui ont façonné l'héritage de cette compétition au fil du temps. Alors que la Coupe du Monde de la FIFA™ s'apprête à ouvrir un nouveau chapitre de son histoire, une nouvelle génération va vivre cet événement pour la toute première fois, et ajouter ainsi de nouveaux souvenirs à une histoire qui continue de s'écrire sous nos yeux.

### **Découvrez l'univers de Hyundai Motor Company et de la Coupe du Monde de la FIFA™**

En tant que partenaire exclusif du Musée de la FIFA pour les expositions organisées dans les pays hôtes, Hyundai, qui soutient de longue date la Coupe du Monde de la FIFA™, est largement mis en avant dans le cadre de l'exposition « Legacies of Champions », témoignant ainsi de son rôle dans le renforcement de l'engagement des différentes générations de fans et dans l'organisation de la compétition.

À l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, Hyundai présentera ses efforts d'innovation, notamment à travers ses solutions robotiques avancées développées avec Boston Dynamics. L'exposition intégrera également des contenus associant robotique et football, reflétant l'approche 'Next Starts Now' de la marque ainsi que son engagement à rendre les technologies futures plus attrayantes et plus accessibles pour les fans.

Outre le musée intérieur situé au 50 Rockefeller Plaza, le Musée de la FIFA parrainé par Hyundai proposera également une fan zone extérieure accessible du 6 au 19 juillet. Située sur la North Plaza, juste à côté de l'entrée principale du Musée de la FIFA, cette installation invitera les fans à participer

à des jeux de culture générale pour tenter de remporter des prix.

*« En tant que partenaire de la Coupe du Monde de la FIFA™ depuis 1999, Hyundai Motor Company s'est développée en parallèle de cette compétition de premier plan – partageant son évolution et sa capacité unique à rassembler les fans de toutes les générations. L'exposition 'Legacies of Champions' reflète cette conviction commune, mettant à l'honneur la riche histoire de cette compétition tout en traçant les contours de son avenir. À quelques semaines de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, Hyundai est fier de démontrer que la robotique et l'innovation font déjà partie intégrante de la compétition, confortant ainsi notre conviction que 'l'avenir commence maintenant' tout en ouvrant de nouvelles perspectives pour l'engagement des fans et la mobilité de demain »,* déclare **Sungwon Jee, vice-président exécutif et directeur mondial du marketing de Hyundai Motor Company.**

*« Nous nous réjouissons de notre partenariat de longue date avec Hyundai et, grâce à notre collaboration mutuelle, le Musée de la FIFA promet d'être un haut lieu culturel de la ville de New York lors de la Coupe du Monde de la FIFA 2026. À travers cette exposition exclusive, nous sommes impatients de célébrer ensemble le riche héritage et la culture du football international avec les fans du monde entier pendant ce qui s'annonce comme une compétition spectaculaire organisée au Canada, aux États-Unis et au Mexique »,* déclare **Romy Gai, directeur des affaires de la FIFA.**

*« Nous sommes ravis d'accueillir les fans de football du monde entier à notre exposition spéciale au Rockefeller Center pendant la Coupe du Monde de la FIFA 2026 pour créer du lien, inspirer les supporters et partager la magie de ce superbe sport, déclare **Marco Fazzone, directeur du Musée de la FIFA.** Grâce à Hyundai, nous avons la chance de présenter le Musée de la FIFA à New York et de célébrer ensemble l'héritage et la culture du football pour la cinquième fois consécutive dans le pays hôte, à l'occasion d'une Coupe du Monde qui promet d'être grandiose. »*

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

[Tram T2 - arrêt Charlebourg]

### **À propos du Musée de la FIFA**

Le Musée de la FIFA est une institution mondiale qui possède l'une des collections les plus complètes dédiées au football international. Ce musée rend hommage au riche héritage de ce sport magnifique et raconte de quelle manière l'instance dirigeante du football mondial a contribué à son essor à travers le monde, consolidant ainsi son statut de sport numéro un à l'échelle de la planète. Conçu pour partager la magie du football, le Musée de la FIFA propose un large éventail d'attractions, d'expériences audiovisuelles et d'expositions.

### **À propos de Hyundai Motor Company**

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company est présente dans plus de 200 pays et compte plus de 120 000 employés qui se consacrent à relever les défis réels de la mobilité à travers le monde. Fidèle à sa vision « Progress for Humanity », Hyundai Motor accélère sa transformation pour devenir un fournisseur de solutions de mobilité intelligente. La société investit dans des technologies de pointe telles que la robotique et la mobilité aérienne avancée (AAM) afin de proposer des solutions de mobilité révolutionnaires, tout en poursuivant une innovation ouverte pour introduire les services de mobilité du futur. Dans la perspective d'un avenir durable pour le monde, Hyundai poursuivra ses efforts pour introduire des véhicules zéro émission équipés de technologies de pointe en matière de piles à combustible à hydrogène et de véhicules électriques.

### **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 en 2026) et de près de deux cents épreuves locales via son réseau de distributeurs.

▪