

# Communiqué de presse

## Hyundai publie la vidéo de sa campagne mondiale ‘Next Starts Now’ pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™

- Hyundai dévoile le film de sa campagne mondiale ‘Next Starts Now’ qui met en scène Son Heung-min et le robot Atlas de Boston Dynamics
- Ce film met en lumière cinq figures montantes du football mondial, emblématiques de la nouvelle génération qui façonnera l'avenir de ce sport
- Cette campagne met en avant la convergence du potentiel humain et de l'innovation robotique sur la scène internationale dans le cadre de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™

**SÉOUL, 1<sup>er</sup> juin 2026** – Hyundai Motor Company a dévoilé aujourd’hui la vidéo de sa campagne mondiale ‘**Next Starts Now**’ pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™. Ce film de 60 secondes met en scène plusieurs **jeunes talents du football, aux côtés de Son Heung-min et du robot Atlas® de Boston Dynamics.**

Cette vidéo sera diffusée à la télévision, sur les plateformes numériques et sur les réseaux sociaux dans près de 180 pays, avec pour ambition d’atteindre les fans de ballon rond du monde entier dans le cadre de la plus prestigieuse des compétitions de football. Cette campagne marque une nouvelle étape dans le partenariat officiel de 27 ans entre Hyundai et la FIFA, en combinant innovation humaine et technologie robotique de pointe.

*« La campagne ‘Next Starts Now’ capture l’essence même des valeurs de notre marque. N’attendons pas le futur, créons-le dès maintenant. Ces jeunes joueurs, au même titre que Son Heung-min et notre technologie robotique avancée incarnent précisément cette philosophie. Nous sommes impatients de partager cette vision avec les fans de football du monde entier à l’occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™. »* – **Sungwon Jee, vice-président exécutif et directeur marketing de Hyundai Motor Company**

### Quel est le message véhiculé par la campagne ‘Next Starts Now’ ?

Cette campagne délivre un message puissant : **le futur ne commence pas demain, mais dès aujourd’hui.** En dressant un parallèle entre l’esprit d’innovation de Hyundai, la nouvelle génération

montante du football mondial et les avancées dans le domaine de la robotique, cette vidéo montre la capacité des jeunes athlètes et des technologies émergentes à façonner l'avenir sur la scène internationale.

### **Quelles sont ces figures montantes du football présentées dans la vidéo de campagne ?**

Ce film met en lumière **cinq jeunes talents du football** qui s'imposent déjà sur la scène professionnelle et redéfinissent le champ des possibles dans le monde du sport. Chacun de ces athlètes incarne l'engagement de Hyundai à toujours repousser les limites et à libérer de nouveaux potentiels :

- **Da'vian Kimbrough (Mexique), 16 ans** : Sacramento Republic FC ; le plus jeune athlète professionnel de l'histoire des sports d'équipe aux États-Unis
- **Bruno Cabral (Argentine), 15 ans** : Avant-centre, River Plate ; meilleur buteur de la CONMEBOL Evolution League 2025 des moins de 15 ans
- **Stella Spitzer (États-Unis), 16 ans** : Milieu de terrain, Carolina Ascent FC ; la plus jeune joueuse professionnelle à avoir signé un contrat dans l'histoire de l'USL Super League
- **Kauan Basile (Brésil), 14 ans** : Attaquant, Santos FC ; l'un des meilleurs espoirs du centre de formation du Santos FC
- **Khalil Mitchell (Angleterre), 14 ans** : Milieu de terrain, Chelsea FC Academy ; élu meilleur joueur de l'East Mallorca Cup 2023

### **Dans quelle mesure Son Heung-min et Atlas incarnent-ils la vision de Hyundai ?**

Ce film met en scène **Son Heung-min**, ambassadeur mondial de la marque Hyundai et icône du ballon rond en Corée du Sud, qui constitue une véritable source d'inspiration pour la nouvelle génération de footballeurs. En tant que professionnel accompli et figure exemplaire de son sport, il observe et encourage les jeunes talents sur le terrain.

Il est accompagné d'**Atlas**, le robot humanoïde de Boston Dynamics, qui se veut l'incarnation des avancées réalisées par Hyundai dans le domaine de la robotique. Présenté aux côtés du ballon officiel de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, Atlas ouvre une fenêtre sur l'avenir des jeunes joueurs, devenant une réalité tangible grâce à l'innovation. Cette convergence du talent humain et de la technologie de pointe renforce le rôle de catalyseur de progrès de Hyundai dans les domaines de la mobilité et de la robotique.

*« La Coupe du Monde est toujours un moment d'intense excitation, car elle offre l'opportunité à la jeune génération de se révéler sur la plus grande scène sportive de la planète. Je me reconnais pleinement dans la campagne 'Next Starts Now' de Hyundai, qui met en lumière les talents de demain tout en délivrant un message clair en faveur de l'innovation, et je suis fier d'être pour ces jeunes joueurs une source d'inspiration et de les inciter à rêver en grand, tout comme j'ai pu le faire autrefois. »* — **Son Heung-min, capitaine de l'équipe nationale sud-coréenne et ambassadeur mondial de Hyundai Motor Company**

## Quelles initiatives s'inscrivent dans le prolongement de la campagne 'Next Starts Now' ?

Dans le prolongement de cette campagne, Hyundai lance toute une série d'initiatives destinées à associer le football, la culture et l'innovation tout en renforçant l'engagement des fans.

Entre avril et mai, la marque a organisé **des stages de football pour les jeunes** dans tous les États-Unis, notamment à Atlanta, à Miami, dans le New Jersey et à Los Angeles, auxquels ont participé Mia Hamm et Tim Howard, deux figures de légende du football. Ces événements ont combiné séances de coaching et programmes d'entraînement, tout en offrant l'opportunité aux participants de réaliser des essais de conduite et de remporter des billets pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™.

Dans les semaines à venir, Hyundai proposera aux **fans des expériences** immersives sur les principaux lieux de rassemblement de la compétition, à savoir les FIFA Fan Festival de Los Angeles, d'Atlanta, de Miami, de Toronto, de Guadalajara et de Monterrey, ainsi que dans la Fan zone de New York New Jersey située dans le quartier du Queens. Ces animations combineront technologie et storytelling pour donner vie à la plateforme 'Next Starts Now'.

D'autres initiatives seront au programme, parmi lesquelles [la série de vidéos 'L'école du football'](#) mettant en scène Atlas et Son Heung-min, l'[exposition 'Legacies of Champions' du musée de la FIFA](#) au Rockefeller Center, et la [campagne 'Be There With Hyundai' autour de l'habillage des bus officiels des équipes nationales](#), mettant à l'honneur les dessins d'enfants du monde entier.

Pour en savoir plus sur la campagne 'Next Starts Now' lancée par Hyundai à l'occasion de la Coupe du Monde, consultez [l'article 'Next Starts Now' du journal de Hyundai](#).

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 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.