

# Communiqué de presse

## Hyundai Motor Company et le Musée de la FIFA accueilleront les visiteurs à l'exposition 'Legacies of Champions' au Rockefeller Center pendant la Coupe du Monde de la FIFA 2026™

- Cette exposition spéciale sera ouverte du 11 juin au 19 juillet au Rockefeller Center de New York
- Elle célèbre l'histoire de la Coupe du Monde de la FIFA™ à travers des expériences immersives, des innovations et la campagne mondiale 'Next Starts Now' de Hyundai
- Les robots Spot® et Atlas® de Boston Dynamics interagiront avec les visiteurs et donneront corps à la vision de Hyundai en matière d'innovation pendant toute la durée de l'exposition

**NEW YORK, 8 juin 2026** – Hyundai Motor Company et le Musée de la FIFA ont inauguré aujourd'hui le Musée de la FIFA présenté par Hyundai au Rockefeller Center de New York. Placée sous le thème '**Legacies of Champions**', la cérémonie d'ouverture a accueilli **Gianni Infantino, président de la FIFA**, et rendu hommage à l'héritage de la Coupe du Monde de la FIFA™ tout en se voulant une source d'inspiration pour les futures générations de joueurs et de supporters.

Étaient présents à cet événement Gianni Infantino, président de la FIFA ; Sungwon Jee, vice-président exécutif et directeur du marketing mondial de Hyundai Motor Company ; Marco Fazzone, directeur général du Musée de la FIFA ; ainsi que les légendes du football Marco Materazzi, Christian Vieri et Roberto Baggio. Au programme : discours officiels, cérémonie de coupage de ruban et présentation du trophée. Une initiative forte destinée à célébrer l'histoire de la Coupe du Monde de la FIFA™ et à inspirer les joueurs et supporters de demain.

Ouverte au public du 11 juin au 19 juillet, cette exposition temporaire retracera près d'un siècle d'histoire de la Coupe du Monde de la FIFA™ et 27 ans de partenariat entre Hyundai et la FIFA, avec des expériences immersives pour les supporters et la présentation de plusieurs systèmes robotisés. S'inscrivant dans le cadre de la campagne mondiale de Hyundai 'Next Starts Now', cette exposition réunit les mondes du football, de la culture et de l'innovation au travers de récits immersifs

et d'expériences interactives.

*« Hyundai Motor Company soutient le football depuis de nombreuses années, un sport accessible à tous, qui se pratique avec un simple ballon, et incarne l'esprit d'équipe et la passion. Cette exposition se veut bien plus qu'une simple célébration de l'histoire du football. Elle montre la capacité de ce sport à rassembler les individus et à susciter leur inspiration, d'une génération à l'autre. C'est précisément ce que la campagne 'Next Starts Now' représente pour nous » —*

**Sungwon Jee, vice-président exécutif et directeur du marketing mondial de Hyundai Motor Company**

*« 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. Grâce à Hyundai, nous ouvrons aujourd'hui les portes du Musée de la FIFA à New York pour 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. » —*

**Marco Fazzone, directeur général du Musée de la FIFA**

### **Quelles expériences seront proposées aux visiteurs de l'exposition ?**

Le Musée de la FIFA présenté par Hyundai offre une expérience gratuite et immersive qui célèbre près d'un siècle d'histoire de la Coupe du Monde de la FIFA™ tout en mettant en avant le partenariat de longue date entre Hyundai et la FIFA. L'exposition présente :

- Des **objets et des maillots iconiques** issus des archives de la FIFA, depuis la première édition de la compétition en 1930 jusqu'à nos jours
- Un **storytelling interactif** qui illustre la manière dont chaque Coupe du Monde de la FIFA™ a façonné ce sport d'envergure mondiale et inspiré des générations entières
- Des **vitrines thématiques** qui mettent en avant les champions ayant marqué l'histoire du football et l'importance culturelle de cette compétition
- Le **partenariat de 27 ans de Hyundai avec la FIFA** et sa contribution au football mondial
- Une **réinterprétation - assistée par la robotique** - des moments les plus iconiques de la Coupe du Monde de la FIFA™ au travers d'expositions interactives et de récits passionnants

### **En quoi cette exposition met-elle en avant la vision de Hyundai pour les générations futures ?**

En tant que **partenaire exclusif du Musée de la FIFA** pour les expositions organisées dans les pays hôtes de la Coupe du Monde de la FIFA™, Hyundai contribue à créer des expériences qui associent l'héritage du football et l'innovation tout en suscitant l'inspiration des générations futures.

L'exposition présente la campagne mondiale de Hyundai, baptisée '**Be There With Hyundai**', qui

met à l'honneur la jeune génération de supporters de football. Elle réunit notamment des dessins réalisés par des enfants de 5 à 12 ans issus du monde entier, qui soutiennent leurs équipes nationales. Pendant toute la durée de la compétition, 48 œuvres sélectionnées seront affichées sur les bus officiels des équipes nationales qui feront la navette entre les villes hôtes et les stades aux États-Unis, au Canada et au Mexique, permettant ainsi aux enfants de partager leurs rêves et leurs messages de soutien sur la plus grande scène sportive de la planète.

### **Quelles expériences interactives seront proposées au Rockefeller Center ?**

Les visiteurs pourront vivre diverses expériences en intérieur et en extérieur :

#### **Exposition intérieure : 'Legacies of Champions'**

- **Lieu** : 9<sup>e</sup> étage, Radio Park au Rockefeller Center
- **Dates** : Du 11 juin au 19 juillet
- **Horaires** : Tous les jours de 10h00 à 20h00 (certains jours de juillet, le site sera ouvert jusqu'à 23h00)

#### **Exposition extérieure : Terrain de football interactif**

- **Lieu** : North Plaza au Rockefeller Center
- **Dates** : Du 6 au 19 juillet
- **Horaires** : Tous les jours de 10h00 à 20h00

Les supporters seront plongés dans un espace interactif inspiré d'un stade, où ils pourront tester **leurs connaissances en frappant dans un ballon pour répondre à un quiz sur la Coupe du Monde de la FIFA™**. Les participants qui réussiront le défi se verront offrir un ballon gonflé à l'aide d'un compresseur d'air alimenté grâce à la **technologie V2L (Vehicle-to-Load) de Hyundai IONIQ 9**. Cet espace a été conçu pour recréer l'ambiance authentique d'un jour de match au stade et propose :

- **Un panneau d'affichage à LED installé au bord du terrain et un poteau de but**, recréant ainsi une atmosphère authentique et immersive digne d'un stade de football
- Un système de climatisation alimenté grâce à la technologie **V2L de Hyundai IONIQ 9**, permettant d'améliorer le confort des supporters pendant la période estivale

### **Dans quelle mesure les robots Spot et Atlas vont-ils améliorer l'expérience des visiteurs ?**

Sur les différents sites de la compétition, les robots Spot et Atlas de Boston Dynamics donnent vie aux innovations robotiques de Hyundai Motor Group en proposant aux fans des expériences engageantes et interactives.

#### **Spot : Favoriser l'engagement des fans sur les sites de la compétition**

- Jouera un rôle **interactif** pendant toute la durée d'ouverture du Musée de la FIFA

- Apparaîtra à des moments clés de la compétition, notamment :
  - **Accueil des invités lors de la cérémonie d'ouverture**
  - **Activités de promotion extérieures**
  - **Stand éphémère de Hyundai** dans le Village des fans durant toute la compétition
- **Événements destinés aux fans (du 11 juin au 4 juillet) :**
  - Les visiteurs qui croiseront Spot sur la Rockefeller Plaza recevront une **carte avec une photographie du Musée de la FIFA**
  - Ils pourront également participer à une **chasse au trésor sur les réseaux sociaux** pour remporter des prix

### **Atlas : Être la vitrine des innovations robotiques de Hyundai**

- Présentera aux fans - sous une forme conviviale - la **vision** de Hyundai Motor Group en **matière de robotique**
- **Place du Rockefeller Center :**
  - Un robot Atlas statique fera office de **guide**, indiquant aux visiteurs le chemin à suivre pour se rendre au Musée de la FIFA
- **Musée de la FIFA (hall d'entrée) :**
  - Atlas y sera exposé, tenant dans ses mains l'un des **ballons officiels de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™**
  - Les visiteurs pourront **être pris en photo aux côtés d'Atlas**

### **En quoi ce partenariat s'inscrit-il dans la droite ligne de la vision d'avenir de Hyundai ?**

Ce partenariat reflète l'engagement de Hyundai à optimiser l'expérience des fans en s'appuyant sur l'innovation et la technologie. Il permet de tisser un lien entre les communautés à travers le langage universel du football, et entend être une source d'inspiration pour la nouvelle génération de joueurs, de fans et de créateurs, tout en faisant avancer la vision de la marque « Progress for Humanity » (le progrès pour l'humanité) grâce au sport et à la technologie.

Ouverte au public jusqu'au 19 juillet, cette exposition invitera les fans, les familles et les visiteurs du monde entier à explorer l'histoire de la Coupe du Monde de la FIFA™, à participer à des expériences interactives et à découvrir la vision d'avenir de Hyundai.

Pour de plus amples informations sur l'exposition '*Legacies of Champions*', notamment sur les horaires d'ouverture et les modalités de visite, consultez le site :

<https://www.fifamuseum.com/en/new-york/legacies-of-champions>

### **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.