

2017, année record pour Hyundai Motor France



- **2017 marque une année record pour Hyundai Motor France avec 29.570 immatriculations.**
- **2014-2018, le réseau Hyundai double ses prises de commandes.**
- **2018, une année sous le signe du sport et toujours plus de nouveautés produits.**

La Garenne-Colombes, 24 janvier 2017

En Europe, Hyundai a enregistré la meilleure année de sa jeune histoire avec 523.258 immatriculations (+ 3,5 % par rapport à 2016). Le constructeur coréen dépasse ses records de vente pour la troisième année consécutive, en s'appuyant sur une gamme de modèles très jeune et variée.

En France aussi, l'année 2017 aura été riche en émotions pour Hyundai qui, pour la troisième année consécutive, enregistre une progression record de ses immatriculations pour atteindre le chiffre de 29 570 (+ 5,4 % par rapport à 2016) et 1,40 % de part de marché. Avec ce résultat la filiale française est celle qui enregistre la plus forte progression en Europe, derrière l'Espagne.

2017 aura donc été l'année de tous les records depuis l'installation de la marque sur le marché français en 1992 : meilleure année de ventes pour le réseau, des livraisons en augmentation de 17% (vs 2016) et un volume de prises de commandes doublées en l'espace de 3 ans (2014-2017). Sur le segment C, et grâce au lancement de la famille i30 (Berline 5 portes, SW), Hyundai a doublé le volume de livraisons (vs 2016). En complément, le modèle Tucson reste le "Best-Seller" de la marque en France comme en Europe.

Pour obtenir ces bons résultats, Hyundai s'est appuyé sur les fondamentaux :

- une politique commerciale agressive, orientée principalement sur les canaux ventes, ce qui assure pérennité et rentabilité tant à la marque qu'à notre réseau de distributeurs (Particuliers / Entreprises),
- un plan produit varié et riche en nouveautés.

Durant l'année 2017, 22 nouveaux sites ont rejoints la marque renforçant ainsi le maillage territorial. Parmi ces ouvertures on décompte un certain nombre de groupes déjà engagés avec Hyundai, qui renforcent leurs investissements avec la marque, encouragés par un chiffre d'affaires en hausse de 30 % et une rentabilité égale à 1,3%.

Hyundai compte désormais 196 points de ventes et services parmi lesquels on dénombre 39 Centres Hyundai Entreprises, des structures dédiées aux ventes aux professions libérales, aux PME-PMI mais aussi aux grands comptes. Ces structures spécialisées, couplées à une offre complète de financements dédiés aux entreprises et à une large gamme Business, représentent plus de 50% des ventes sur le canal des entreprises. Dans le même temps, les locations longue durée ont progressées de 25%, la part belle étant réalisée par la captive Hyundai Leasing qui augmente son volume d'affaires de 30%.

Côté produits, Hyundai s'est appuyé sur ses deux produits « phares », Tucson & i20 qui représentent près de 70% du mix produits. En 2018, le lancement des versions essence KONA complétées dans le courant du premier semestre par les motorisations Diesel, puis électrique, amèneront ce produit à devenir l'un des « piliers » de la marque au même titre que i20 et Tucson.

« 2017 est une nouvelle année record pour Hyundai Motor France. Le nombre de commandes a doublé en trois ans. Cette croissance s'est faite sur les canaux pérennes du marché avec 72% du volume réalisé sur les particuliers et le B2B L'arrivée de KONA et de ces déclinaisons va contribuer à encore améliorer nos performances pour atteindre notre objectif de plus de 35.000 immatriculations.»

Lionel French-Keogh, Directeur Général Hyundai Motor France

2018, sera encore riche en nouveautés. Depuis ce week end, i30 Fastback, la version « coupé cinq portes » d'i30 est en concession. Ce véhicule devrait ravir les amateurs de design et d'émotion. Dans le courant du premier semestre, Hyundai présentera deux véhicules « propres » :

- KONA EV, la version électrique de KONA et l'un des premiers B-SUV 100% électrique du marché
- NEXO, le nouveau SUV électrique à hydrogène qui succède à ix35 FuelCell, le premier véhicule hydrogène commercialisé dans le monde.

Fort d'une année couverte de succès, Hyundai repart avec de nouvelles ambitions pour 2018, et annonce un objectif 2018 de plus de 35.000 immatriculations.

Au-delà des produits, cette augmentation des volumes sera soutenue par l'ouverture d'une dizaine de nouveaux points de vente, gage d'une couverture de territoire optimisée. Depuis 2 ans, Hyundai s'est engagé dans un processus de digitalisation de son offre afin d'optimiser son efficacité commerciale. Aujourd'hui, l'ensemble des distributeurs de la marque dispose d'un site internet totalement normé, gage de cohérence. En lançant Hyundai Store en 2017, ce sont plus de 3.000 véhicules du réseau visibles et disponibles à la vente, En 2017, Hyundai a débuté un vaste programme de génération de leads qui a permis d'apporter au réseau l'équivalent d'un mois de vente. En 2017, afin d'accentuer ce dispositif, Hyundai s'est aussi doté d'un centre de relation client "in house" de 20 personnes dont l'une des missions sera de traiter les appels sortants et ainsi maximiser les contacts entre Hyundai et ses futurs clients. A terme, grâce à ce canal, les ventes dans les réseaux de distribution devraient être multipliées par deux.

En 2018, Hyundai Motor France poursuit sa construction d'image et de notoriété à travers ces actions dans le domaine du sport.

- Fidèle partenaire de l'Olympique Lyonnais depuis 2012, Hyundai a annoncé la poursuite de son partenariat jusqu'en 2020. Ce nouveau contrat élargit son périmètre à l'équipe féminine.
- Comme tous les quatre ans, 2018, sera l'année de la Coupe du Monde de football FIFAtm dont Hyundai est partenaire depuis 1999. Afin de marquer l'évènement, Hyundai Motor France proposera des éditions spéciales #Mondial sur les modèles i10, i20, i30 et TUCSON. Ces éditions limitées proposeront aux clients des couleurs et équipements inédits.
- En complément des ambassadeurs de marque, Perrine Laffont, Championne de Ski Acrobatique dans la catégorie Ski de bosses, Bertrand Piccard, le célèbre savanturier engagé dans le développement des programmes de réductions d'émissions et Morgan Lagravière, le jeune skipper, troisième de la Transat Jacques Vabre, Hyundai Motor France a initié un Programme Ambassadeur auprès de ses distributeurs. Ce programme engage les distributeurs Hyundai à s'associer à des acteurs de la vie locale en adéquation avec le positionnement de la marque et ses valeurs de passion, cohésion et performance, en tant que fournisseurs officiels et exclusifs de véhicules : personnalités, évènements, clubs de sport, restaurants gastronomiques, etc. Aujourd'hui, ce sont plus de 300 personnalités qui utilisent nos véhicules au quotidien.
- Enfin, Hyundai et le sport c'est aussi une forte présence en championnat du monde des rallyes. En 4 ans de présence, les équipes de Hyundai Motorsport ont décroché sept victoires. En 2018, quatre équipages représenteront Hyundai (Thierry Neuville/Nicolas Gilsoul, Andreas Mikkelsen / Anders Jaeger, Dani Sordo / Carlos del Barrio et Hayden Paddon / Seb Marshall).

Nouveau site presse : <https://www.hyundai.news/fr/>

A propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company s'est engagée à devenir la marque automobile la plus appréciée. Filiale de Hyundai Motor Group - structure d'entreprise innovante maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la production d'acier jusqu'à la livraison du véhicule - Hyundai Motor Company possède à travers le monde, 8 centres de production et 7 centres techniques et design. Hyundai Motor Company compte près de 110 000 collaborateurs et a vendu plus de 5 millions de véhicules en 2016. Hyundai continue d'améliorer sa gamme de produits en régionalisant la conception et la production de ses modèles et s'efforce de renforcer son leadership en matière de technologies propres, à commencer par la première voiture électrique alimentée par hydrogène produite en série au monde : ix35 Fuel Cell et en lançant IONIQ, premier modèle au monde à offrir trois types de groupe propulseur électrifié.

À propos de Hyundai Motor Europe

En 2016, Hyundai a vendu en Europe 505 396 unités, soit une augmentation de 7,5% vs 2015 et remplacé 80% des modèles de la gamme, devenant ainsi la gamme la plus jeune en Europe. 90% des modèles Hyundai vendus dans cette région sont conçus, dessinés et testés en Europe pour répondre aux attentes des clients européens et fabriqués dans les deux usines européennes de République Tchèque (Nosovice) et de Turquie (Izmit), qui cumulent une capacité de production de 500 000 unités. Hyundai commercialise ses produits dans 31 pays européens à travers 2 500 points de vente.

À propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 29 570 immatriculations en 2017, soit une progression de 5 % vs 2016. Grâce à une large gamme de voitures, fiables, innovantes, économes et respectueuses de l'environnement, répondant parfaitement aux attentes des clients, Hyundai est désormais un constructeur généraliste. Chacun des 15 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, monospaces, ou véhicules de loisirs, se distingue par un confort unique, un niveau d'équipements exceptionnel, des prix compétitifs et une garantie inédite 5 ans kilométrage illimité.

Mais Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de plus de 190 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 130 employés et continue de développer sa structure.

Hyundai partage émotion et passion autour du sport

Très impliqué dans le domaine du football, Hyundai est l'un des fidèles partenaires de la FIFA™ depuis 1999. En France Hyundai est le partenaire majeur de l'Olympique Lyonnais pour la sixième saison consécutive.

Hyundai relève un défi exceptionnel en créant le 19 décembre 2012, Hyundai Motorsport - filiale intégrée de Hyundai Motor Company - en charge des activités sport automobile et plus principalement du programme Championnat du Monde des Rallyes (WRC).

Situé à Alzenau – en périphérie de Francfort – Hyundai Motorsport gère l'engagement de la marque en Championnat du Monde des Rallyes depuis le début de la saison 2014. En quatre années, les différentes générations de i20 WRC ont décroché sept victoires au plus haut niveau et deux deuxièmes places au Championnat du Monde des Constructeurs (2016 et 2017). En 2018, des Hyundai i20 Coupé WRC sont alignées pour Thierry Neuville / Nicolas Gilsoul, Andreas Mikkelsen / Anders Jaeger, Dani Sordo / Carlos del Barrio et Hayden Paddon / Seb Marshall. Parallèlement, le département compétition-client propose des Hyundai i20 R5 (rallye) et des Hyundai i30 N TCR (circuit).