

2019 : cinq années consécutives de progression pour Hyundai Motor France



- **En 2019, Hyundai Motor France signe son record historique, tant en immatriculations (39 970 unités) qu'en part de marché (1.81 %).**
- **Cinquième année de progression consécutive pour Hyundai Motor France avec une part de marché qui a presque doublé. Sur les cinq derniers exercices, les volumes de la marque progressent de 132 %.**
- **En 2019, plus de 15 % des ventes de Hyundai sont des véhicules électrifiés. C'est deux fois plus que le marché.**

La Garenne-Colombes, le 28/01/2020

Chaque année depuis 2015, Hyundai signe sa meilleure année depuis son arrivée en France (1992). Encore en 2019, les immatriculations grimpent de 12.5 % pour atteindre 39 970 unités, dépassant ainsi largement le record de 2018 à 35 542 véhicules. La part de marché de Hyundai passe ainsi de 1.64 % à 1.81 %, soit près de deux fois celle de 2014. A titre de comparaison, le marché français ne progresse que de 1.9 % en 2019.

Les résultats positifs de Hyundai Motor France viennent contribuer à la bonne santé de la marque au niveau européen. En 2019, Hyundai Motor Europe enregistre aussi un cinquième record d'affilé avec 563 018 immatriculations, soit une progression de 3.8 % (marché + 1.2 %). La part de marché de la marque en Europe atteint 3.6 %.

« Une fois de plus la marque progresse de façon importante sur le marché français, une performance dont peuvent être fiers le réseau et les équipes de Hyundai Motor France. Nous sommes face à une année 2020 qui s'annonce comme inédite, pour la première fois la moyenne de CO2 pourrait être un sujet plus important que celui des volumes. Tous les feux sont au verts pour la marque. Les leviers de croissance de Hyundai en 2019 seront ses meilleurs atouts en 2020, à savoir des canaux de vente maîtrisés, une part de marché qui ne cesse de progresser auprès des professionnels et une position de leadership sur les motorisations électrifiées qui sera renforcée par un plan produit dynamique. »

Lionel French Keogh, Directeur Général Hyundai Motor France

Les clés du dynamisme de Hyundai sur le marché français

- Des modèles bien positionnés dans leur segment respectif et qui tirent ensemble la gamme vers le haut : i10, KONA, TUCSON et IONIQ enregistrent des records de commandes. Ces derniers performant aussi parce que leur cycle de vie est régulièrement animé. Ainsi en 2019, la gamme s'enrichit d'une version hybride de KONA, de la finition Nline sur Tucson et d'un restylage en profondeur de la gamme IONIQ.
- Une stratégie commerciale saine qui privilégie la maîtrise des canaux de distribution : 61 % des ventes sont réalisées auprès des particuliers quand la moyenne du marché est 44 %.
- Des ventes aux entreprises qui bondissent de 68 % par rapport à l'an dernier. Avec 7 991 véhicules en 2019, Hyundai a vu ses ventes BtoB quadrupler en cinq ans. La professionnalisation du réseau via les Centres Hyundai Entreprises (54 à fin 2019) reste un levier majeur de la croissance. Ces derniers réalisent plus des deux tiers de ventes aux professionnels.
- Une gamme électrifiée BlueDrive qui séduit de plus en plus les particuliers et les professionnels. Sur un marché français où les véhicules électrifiés (hybride, hybride rechargeable, électrique) représentent 7.5 %, leur part est déjà de 15.7 % dans les volumes de la marque (20 % spécifiquement en BtoB).
- Hybridation légère 48V, hybride, hybride rechargeable, électrique à batterie et électrique alimenté à l'hydrogène, Hyundai est aujourd'hui la seule marque à commercialiser ces cinq motorisations électrifiées. Un positionnement technologique porté par des projets forts à l'image d'un record du

monde de distance avec un véhicule à hydrogène. Au volant d'un NEXO de série, l'aventurier et ambassadeur de la marque Bertrand Piccard a parcouru 778 km en une seule charge afin de démontrer tout le potentiel de la pile à hydrogène dont Hyundai est une marque pionnière.

- Un réseau de 186 distributeurs particulièrement dynamique et dont la formation lui permet d'accompagner le client sans parti pris technologique. En effet, l'accent est mis sur la découverte du profil client afin de lui apporter la réponse technologique la mieux adaptée à son usage.
- Un taux de fidélité des clients à la marque parmi les meilleurs chez les marques généralistes : 47 % en 2019 quand en 2014 il plafonnait à 24 %.

2020 : Des ambitions à la mesure des défis du marché

Les succès de 2019 permettent à Hyundai Motor France d'aborder 2020 avec confiance et d'afficher des ambitions une nouvelle fois à la hausse. Les deux principaux objectifs sont : une vente sur trois avec une motorisation électrifiée et des volumes en augmentation de 10 %.

Cette volonté d'augmenter les volumes devra aller de pair avec une part suffisante de motorisations électrifiées compte tenu des objectifs de CO2 fixés aux constructeurs au niveau européen. Un défi pour lequel la gamme BlueDrive actuel permet à la marque d'être bien armée et qui sera renforcée encore en 2020. Ainsi à la fin de l'année l'ensemble de notre gamme sera électrifiée (à l'exception d'i10).

Les ventes aux entreprises restent un axe de développement stratégique pour Hyundai en France avec deux ambitions fortes : 9500 véhicules sur 2020 et une vente sur deux avec une motorisation électrifiée.

Pour soutenir la progression de sa notoriété, la marque peut enfin compter sur un engagement sportif qui n'a jamais aussi fort :

- En 2020 Hyundai Motor France chausse les baskets et devient partenaire officiel des grandes courses : Harmonie Mutuelle Semi de Paris, Run In Mont Saint Michel, Adidas 10K Paris, Run In Reims (des événements Amaury Sport Organisation) et Cross du Figaro (une épreuve Hugo Event). Bien-être, performances, respect de l'environnement, telles sont les valeurs du running, des valeurs que partage la marque. Et parce que les pratiquants sont soucieux de leur environnement, quand ils courent près de chez eux où qu'ils n'hésitent pas à traverser la France pour assouvir leur passion, Hyundai souhaite mettre au cœur du dispositif uniquement des modèles électrifiés de sa gamme BlueDrive. Au cœur de la course et dans le cadre des différentes activations, les véhicules utilisés seront KONA electric, Ioniq electric et IONIQ hybrid.
- La filiale française soutient l'Olympique Lyonnais avec lequel elle est engagée depuis 2012.
- La constance dans les partenariats est également valable avec la skieuse Perrine Laffont, championne Olympique en ski de bosses et actuelle leader de la Coupe du Monde.
- Dernier terrain de jeu pour Hyundai, le championnat du monde des rallyes WRC où la marque débute la saison 2020 avec un titre Constructeurs à défendre. Pour cela elle peut compter sur une dream team, les quatre équipages engagés sur la saison étant : T.Neuville-N.Gilsoul / O.Tänak-M.Järveoja / D.Sordo-C.DelBarrio / S.Loeb-D.Elena.

Site presse : <https://www.hyundai.news/fr/>

À propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 39 970 immatriculations en 2019. 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 16 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, 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 180 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.