

Hyundai : des concept-cars à la série



- **Les concept-cars permettent aux constructeurs de présenter de nouvelles idées et technologies sous des designs futuristes. Chez Hyundai, l'exercice se retrouve naturellement sur les modèles de série.**
- **Le constructeur a récemment dévoilé, Prophecy, un coupé 4 portes 100 % électrique qui adopte le langage stylistique « Sensuous Sportiness », ou comment établir un lien émotionnel entre l'homme et l'automobile.**

La Garenne-Colombes, le 11/06/2020

Hyundai a dévoilé dernièrement son tout dernier concept, un véhicule 100 % électrique baptisé « Prophecy », ultime interprétation de son langage stylistique « Sensuous Sportiness ». À l'instar des récents concept-cars de la marque, son design intègre des attributs préfigurant l'esthétique de futurs modèles Hyundai.

Les concept-cars permettent aux constructeurs de repousser les limites de la conception automobile en explorant de nouvelles idées ou de nouveaux styles. Généralement, les constructeurs utilisent ces études de style pour étudier les réactions des clients face à des attributs avant-gardistes, sans pour autant les transposer en production. Ces dernières années, Hyundai a présenté plusieurs concept-cars qui ont par la suite inspiré le design de modèles de série.

2012 – i-oniq

Lors du Salon de l'Automobile de Genève 2012, Hyundai a présenté le concept i-oniq, une berline sportive électrique dotée d'un moteur essence prolongateur d'autonomie. Conçu et développé au centre de R&D

européen de Hyundai, il est le premier modèle à intégrer la calandre en cascade emblématique de la marque.

Les designers de Hyundai ont opté pour des proportions dynamiques afin de définir l'esthétique et la fonctionnalité de la caisse de i-oniq.

Le concept i-oniq a inspiré le modèle Hyundai IONIQ, lancé quatre ans plus tard, premier véhicule au monde à proposer trois groupes propulseurs électrifiés.

2014 – Intrado

Le concept Hyundai Intrado a été dévoilé lors du Salon de l'Automobile de Genève 2014. Il marque une orientation nouvelle pour la marque. L'Intrado démontre que Hyundai porte la conviction qu'en associant des technologies automobiles d'avant-garde à un design intelligent, il est possible de répondre pleinement aux aspirations des conducteurs et de leurs passagers.

Tirant son nom de la face inférieure d'une aile d'avion, l'Intrado a influencé le design du Hyundai Kona ; lancé en 2017, ce modèle s'inscrit alors comme le premier SUV urbain de la marque.

2016 – RN30

Hyundai a présenté la RN30, un concept de voiture sportive inspiré de la compétition, à l'occasion du Mondial de l'Automobile de Paris édition 2016. Reposant sur l'i30, elle a été développée en étroite collaboration avec Hyundai Motorsport.

Le design extérieur de la RN30 se distingue par des ailes « flottantes » au-dessus des roues qui, combinées aux écopes latérales, améliorent les performances aérodynamiques. Certains éléments stylistiques de la RN30 ont été repris sur l'i30 N et l'i30 N TCR. Citons par exemple l'entourage triangulaire des projecteurs et autres feux et la livrée extérieure Performance Blue, ou encore la présence du bouton de sélection du mode « N ».

2017 – FE Fuel Cell

Le concept futuriste FE Fuel Cell a ouvert la voie aux véhicules alimentés à l'hydrogène lors de sa présentation au Salon de l'Automobile de Genève 2017. Avec ce concept, Hyundai a réaffirmé son engagement dans le développement de véhicules à pile à combustible.

Fort d'une forme fluide inspirée par la nature, le FE Fuel Cell Concept n'émet que de la vapeur d'eau. Son design minimaliste, épuré et empreint de sérénité souligne son caractère respectueux de l'environnement.

Le véhicule à pile à combustible de deuxième génération de Hyundai, baptisé NEXO, a été présenté quelques mois après le FE Fuel Cell Concept, et s'en inspire largement.

2018 – « Le Fil Rouge »

Hyundai a dévoilé son concept-car baptisé « Le Fil Rouge » lors du Mondial de l'Automobile de Paris 2018. « Le Fil Rouge » reflète l'une des convictions profondes de Hyundai, à savoir que tous les concepts stylistiques de la marque, qu'ils soient du passé, du présent ou du futur, sont tous intimement liés, et s'inspire du Hyundai Pony Coupe Concept de 1974.

« Le Fil Rouge » est un modèle de fastback. Ses proportions reposent sur le nombre d'or. Les designers de Hyundai lui ont ainsi conféré une silhouette proportionnée, associant un empattement long, des roues surdimensionnées et des porte-à-faux courts. « Le Fil Rouge » incarne l'approche baptisée « Light Architecture » (architecture allégée), destinée à conférer au véhicule un look dynamique et un effet de mouvement vers l'avant.

« Le Fil Rouge » marque le début d'une nouvelle ère pour Hyundai en matière de design et offre un aperçu de son futur langage stylistique « Sensuous Sportiness » alliant sensualité et sportivité. La sensualité fait référence aux valeurs émotionnelles optimisées relayées aux clients via le design, tandis que la sportivité entend matérialiser ces valeurs par le biais de solutions de mobilité innovantes.

Certains attributs stylistiques du « Fil Rouge » ont été repris sur le modèle de Sonata, huitième génération, et l'Elantra de septième génération.

2019 – « 45 »

Hyundai a dévoilé son concept électrique « 45 » au salon international de l'Automobile de Francfort en 2019. Ce concept rend hommage à l'héritage de la marque tout en étant résolument orienté vers l'avenir. Le concept « 45 » marque le début d'une nouvelle ère pour Hyundai en matière de design automobile à l'heure de l'électrification, des technologies de conduite autonome et de la mobilité intelligente. Il est une interprétation moderne du célèbre Hyundai Pony Concept, présenté il y a 45 ans.

Le caractère emblématique du concept « 45 » se définit par sa structure monocoque et sa conception aérodynamique et allégée, qui ne sont pas sans rappeler les avions des années 1920. L'appellation de ce modèle fait également référence aux angles à 45 degrés caractérisant l'avant et l'arrière du véhicule, donnant naissance à une silhouette en forme de diamant préfigurant la future orientation stylistique des modèles électriques de la marque.

Ce nouveau concept s'affranchit de toute complexité, reprenant les lignes épurées et la structure minimaliste du concept coupé d'origine. À l'instar du « Fil Rouge » avant lui, le concept « 45 » se veut une nouvelle interprétation du langage stylistique « Sensuous Sportiness » de Hyundai.

2019 – Vision T

À l'occasion de l'édition 2019 du Salon AutoMobility de Los Angeles, Hyundai a dévoilé son concept de SUV hybride rechargeable Vision T. S'articulant autour du concept de dynamisme, il préfigure ainsi l'orientation stylistique des futurs SUV de la marque.

S'inspirant directement du design « Sensuous Sportiness », Vision T se distingue des autres SUV par des angles marqués et des arêtes saillantes qui créent un réel contraste entre la silhouette élancée du véhicule et ses lignes cunéiformes résolument masculines.

2020 – « Prophecy »

Le concept-car le plus récent de Hyundai, baptisé « Prophecy », a été dévoilé en mars 2020. Contrastant avec son prédécesseur le concept « 45 », « Prophecy » se distingue par des lignes fluides et tout en rondeurs, s'affranchissant quasiment de toute arête saillante et de tout angle marqué. Sa silhouette néoclassique fait écho à celle des voitures de luxe des années 1920 et 1930. Toutefois, certains attributs exclusifs tels que son éclairage pixellisé et ses jantes aérodynamiques lui confèrent un caractère avant-gardiste. Son appellation « Prophecy » laisse clairement entendre qu'il préfigure de futurs modèles de la marque.

Le concept « Prophecy » se veut la toute dernière interprétation du langage stylistique « Sensuous Sportiness ».

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 4,5 millions de véhicules en 2019. 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 NEXO premier SUV électrique alimenté à l'hydrogène et en lançant IONIQ, premier modèle au monde à offrir trois types de groupe propulseur électrifié.

À propos de Hyundai Motor Europe

En 2019, Hyundai Motor a enregistré 563 018 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,8% par rapport à 2018, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la cinquième année consécutive Hyundai observe un record de vente en Europe. La gamme Hyundai est la plus jeune en Europe et 75% des véhicules vendus en Europe sont des modèles conçus, fabriqués, testés et construits en Europe pour répondre aux besoins des clients européens. L'Europe est desservie par une vaste infrastructure, cela comprend deux usines : en République tchèque et en Turquie, qui ont une capacité annuelle combinée de 600 000 unités. Hyundai Motor vend des véhicules dans 41 pays européens à travers près de 3 000 points de vente. Hyundai Motor offre une garantie unique de cinq ans kilométrage illimité sur tous ses modèles.

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.

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 huitième saison consécutive.

Fondée le 19 décembre 2012, Hyundai Motorsport GmbH est responsable des activités mondiales du sport automobile, comprenant le FIA World Rally Championship (WRC) et des projets en Customer Racing. En WRC, Hyundai Motorsport a rapidement acquis une solide réputation en remportant sa première victoire lors de sa première saison en 2014. L'équipe remporte le championnat du monde des constructeurs WRC en 2019. Depuis la création de ses activités de Customer Racing en septembre 2015, Hyundai Motorsport est devenu un partenaire de confiance pour les équipes et les pilotes à la recherche de succès en rallye ou sur les pistes de course du monde entier. De la Hyundai i20 R5 à la Hyundai i30 N TCR, les voitures construites par Hyundai Motorsport ont remporté des victoires dans plusieurs championnats, y compris les épreuves nationales de rallyes en France et en Espagne, ainsi que le titre de Champion de Monde équipes et pilotes lors de leur première participation au FIA Championnat du monde des voitures de tourisme (WTCC). Unifiés sous Hyundai Motorsport, WRC et Customer Racing jouent un rôle déterminant dans le développement de la marque haute performance de Hyundai.

Engagé dans le cadre du programme de professionnalisation des sportifs de haut niveau mis en place par le Ministère des Sports, Hyundai soutient la skieuse acrobatique Perrine Laffont.

Championne de France pour la première fois en 2013 à seulement 15 ans, 3ème au classement général de la coupe du Monde en 2016, médaillée d'argent en ski de bosses et médaillée d'or en ski de bosses parallèle aux championnats du



monde de Sierra Nevada en 2017, Perrine a pu compter sur le soutien de Hyundai lors de sa participation aux Jeux Olympiques de Pyeongchang 2018 durant lesquels elle a décroché le titre de championne olympique de ski de bosses. Perrine a également remporté la Coupe du monde de ski de bosses en mars 2018, décrochant ainsi le premier globe de cristal de sa carrière. Etudiante en IUT de commerce à Annecy, elle développera ses compétences professionnelles lors de stages dans différents services de Hyundai Motor France.