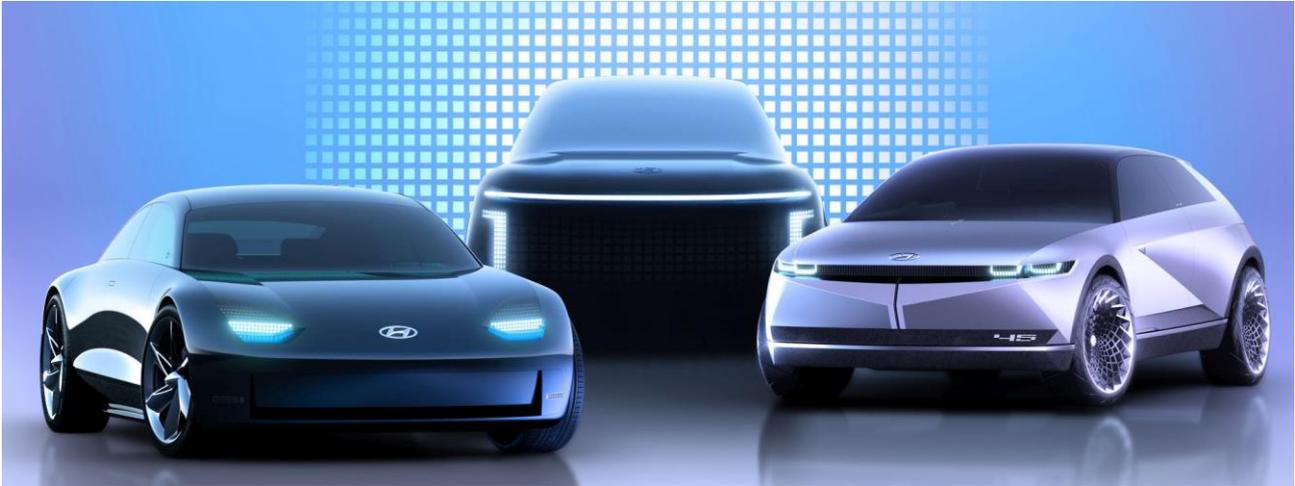


Hyundai actualise sa 'Stratégie 2025'



- **Hyundai a dévoilé la version actualisée de sa 'Stratégie 2025' lors du forum « 2020 CEO Investor Day »**
- **Cette nouvelle Stratégie 2025 repose sur trois piliers : Système de mobilité intelligent, Service de mobilité intelligent et Solution hydrogène (H₂)**
- **Cette Stratégie 2025 est axée sur quatre domaines clés : véhicules électriques (VE), mobilité aérienne urbaine (UAM), technologies de conduite autonome et système de pile à hydrogène**
- **Hyundai entend devenir le leader du marché mondial des véhicules électriques à moyen et long terme**

La Garenne-Colombes, le 17/12/2020

Hyundai Motor Company a annoncé aujourd'hui une nouvelle feuille de route pour sa future Stratégie commerciale 2025 lors du forum « 2020 CEO Investor Day » qui s'est tenu virtuellement à Séoul.

Cette stratégie globale à moyen et long terme de la marque — présentée par le Président et CEO Wonhee Lee et d'autres dirigeants aux différentes parties prenantes, dont les actionnaires et

investisseurs — vise à accélérer le projet de Hyundai de devenir le leader incontesté du futur secteur de la mobilité en tant que fournisseur de solutions de mobilité intelligente.

La feuille de route actualisée de la Stratégie 2025 repose sur trois piliers principaux : système de mobilité intelligent et service de mobilité intelligent — qui font tous deux partie intégrante du projet initial dévoilé en 2019 — et solution hydrogène (H₂), l'ajout de ce troisième pilier reflétant l'engagement de Hyundai en faveur du développement et de la commercialisation des piles à combustible.

Dans le cadre de sa nouvelle stratégie 2025, Hyundai se fixe trois objectifs clés : améliorer la compétitivité de son activité automobile par le biais de l'électrification, se doter de bases solides afin de devenir un fournisseur de services de mobilité de premier plan et promouvoir des initiatives en faveur d'un écosystème de l'hydrogène. Dans le but de proposer des expériences de mobilité innovantes et complètes aux clients de la marque tout en contribuant au développement d'un écosystème à l'échelle du secteur, cette nouvelle stratégie est axée sur quatre domaines clés — véhicules électriques (VE), mobilité urbaine aérienne (UAM), technologies de conduite autonome et système de pile à hydrogène.

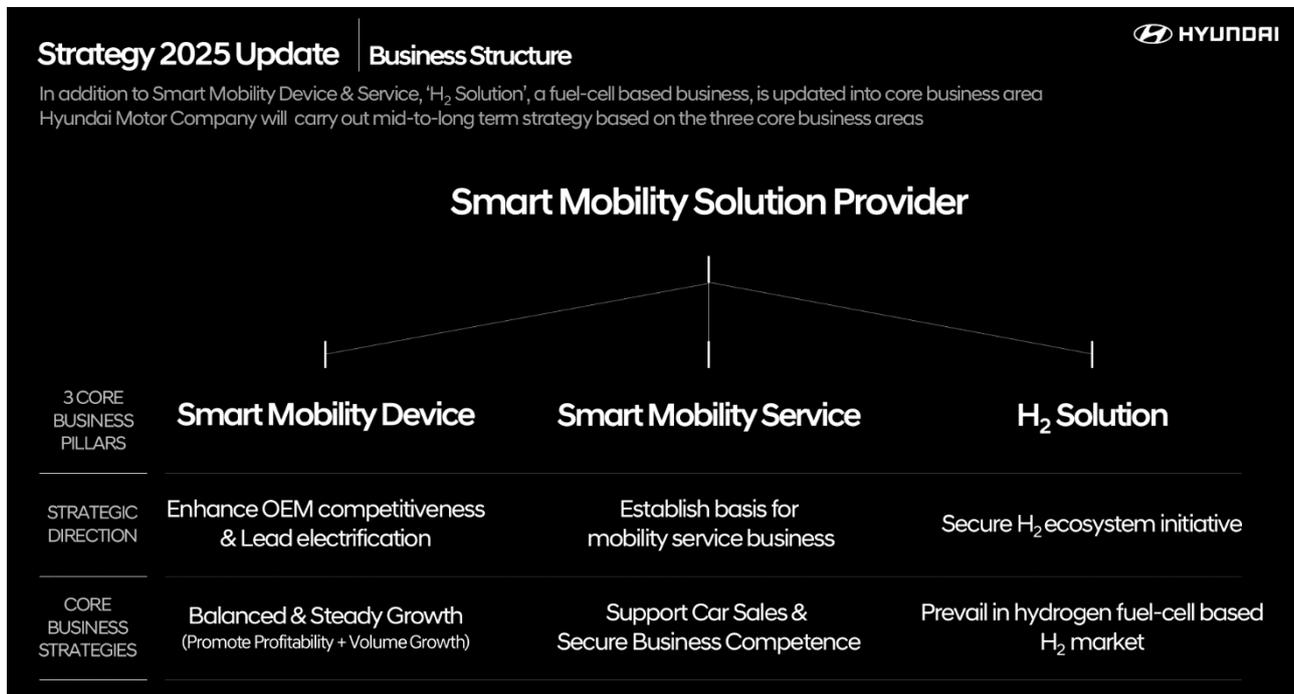
« 2020 a été la première année de mise en œuvre de notre Stratégie 2025. Malgré un contexte économique difficile dû à la pandémie mondiale de COVID-19, nous avons réussi à poser les bases de notre croissance pour les cinq ans à venir. Hyundai se dote désormais de nouvelles stratégies pour répondre à l'évolution rapide de l'environnement économique. Outre ses efforts sans relâche pour améliorer sa rentabilité, Hyundai continuera de réaliser des investissements à moyen et à long terme afin de jeter les bases d'une croissance durable dans les années à venir. »

Président Lee

Lors du forum, plusieurs dirigeants de l'entreprise, dont Albert Biermann, Président et responsable du département R&D de Hyundai Motor Group, Jaiwon Shin, vice-président exécutif et responsable de la division UAM, Saehoon Kim, vice-président senior et responsable du centre des piles à combustible et Woongjun Jang, vice-président et responsable du centre de conduite autonome, ont présenté des projets ayant trait à chacun des domaines d'activité concernés.

Hyundai a également dévoilé ses objectifs financiers à moyen et long terme, parmi lesquels un investissement de 60,1 billions de wons (environ 45 milliards d'euros) d'ici 2025, la réalisation d'une marge d'exploitation de 8 % dans le secteur automobile et l'obtention d'une part du marché automobile mondial de 5 %.

Nouvelle stratégie 2025



Au début de la pandémie de COVID-19, Hyundai prédisait que cette crise précipiterait la digitalisation de l'industrie automobile et augmenterait la demande des clients en faveur de solutions durables, tout en accélérant la transition des carburants fossiles vers l'électrification, avec une hausse des investissements dans l'écosystème de l'hydrogène au niveau mondial.

S'agissant des piliers « Système de mobilité intelligente » et « Service de mobilité intelligente » de sa stratégie 2025, Hyundai prévoit de renforcer sa chaîne de valeur et sa gamme de produits tout en accélérant sa transformation digitale avec comme objectif de fournir des véhicules et services optimisés basés sur des données. Hyundai entend également lancer son activité de service de mobilité intelligente en se basant sur des plates-formes de mobilité intégrées. La marque élargira ainsi le cadre de la mise à disposition de ses services de mobilité en s'appuyant sur les communautés locales et diversifiera son business model à valeur ajoutée en faisant appel aux données des véhicules.

S'agissant du pilier « Solution H₂ », Hyundai s'attachera à accélérer son projet d'écosystème de l'hydrogène en optimisant sa technologie de pile à combustible et en étendant son activité Pile à combustible au-delà du simple développement de véhicules à pile à combustible. Le Groupe prévoit d'étendre l'application de son système de pile à combustible à tous les secteurs du transport, et notamment aux navires, aux trains, aux chariots élévateurs et aux solutions de mobilité aérienne urbaine.

Véhicules électriques (EV)

Hyundai, qui débutera sa campagne de lancement de produits par IONIQ 5 en 2021, prévoit de vendre 560 000 véhicules électriques par an d'ici 2025. Il compte lancer plus de 12 modèles électriques à batterie (BEV), dont des BEV reposant sur la plate-forme de Hyundai Motor Group dédiée aux véhicules électriques, baptisée [E-GMP](#).

À moyen et long terme, Hyundai entend asseoir son leadership sur le marché mondial des véhicules électriques et s'octroyer une part de 8 à 10 % de ce marché d'ici 2040. À compter de 2030, Hyundai étendra progressivement son offre de BEV sur des marchés clés tels que les États-Unis, l'Europe et la Chine, avec pour objectif ultime d'électrifier la totalité de sa gamme de produits à l'horizon 2040. Il encouragera également la démocratisation des véhicules électriques sur des marchés émergents tels que l'Inde, la Russie et le Brésil en proposant une plus grande diversité de modèles électriques.

Pour atteindre cet objectif, Hyundai veillera à garantir sa compétitivité de production par une standardisation accrue de ses pièces et une réduction de ses coûts. Afin de répondre aux différents besoins de ses clients régionaux, la marque prévoit de mettre en œuvre des stratégies d'exploitation optimisées par région pour ses véhicules électriques.

En plus de produire des modèles électriques de classe mondiale, Hyundai s'attachera plus particulièrement à développer ses activités liées aux infrastructures de charge et aux batteries. La marque prévoit de construire 20 bornes de recharge ultra-rapide en Corée d'ici 2021. À l'étranger, elle continue de conduire plusieurs projets de réseau de charge ultra-rapide en collaboration avec différents partenaires, dont IONITY en Europe.

Dans le cadre de sa marque de luxe Genesis, Hyundai lancera un BEV dédié et un modèle électrique dérivé en 2021. Après la Corée et certains marchés américains, Genesis compte étendre sa présence en Chine et en Europe afin de gagner en notoriété et de susciter l'engouement des clients pour cette marque de luxe éco-responsable.

Mobilité aérienne urbaine (de l'anglais UAM, Urban Air Mobility)

En sa qualité de fournisseur de solutions de mobilité intelligente, Hyundai continuera de développer des concepts de mobilité aérienne urbaine, à savoir des moyens de transport innovants qui permettront de réduire la congestion des villes et d'améliorer la qualité de vie des populations.

Lors du [CES 2020](#) de janvier dernier, Hyundai a présenté sa vision de la mobilité du futur en lançant son concept de véhicule aérien personnel baptisé 'S-A1', dont le développement repose sur quatre principes clés : sécurité, silence de fonctionnement, accessibilité et conception axée sur l'humain.

Afin d'occuper une position de leader sur le marché de la mobilité aérienne urbaine, Hyundai entend créer une gamme complète de véhicules aériens destinés à couvrir les besoins des secteurs du transport de passagers et de fret.

La marque prévoit de lancer un système de transport aérien automatisé (UAS) équipé d'un groupe propulseur hybride en 2026, et un véhicule aérien urbain 100 % électrique, optimisé pour une exploitation intra-urbaine en 2028. Dans les années 2030, Hyundai envisage de lancer un concept de mobilité aérienne régionale destiné à relier des villes voisines entre elles.

Dès la phase de développement initiale, Hyundai inscrira la conception de ses solutions de mobilité aérienne urbaine dans une perspective de production commerciale évolutive. En outre, il prévoit de développer un groupe propulseur alimenté à l'hydrogène pour l'aviation en faisant appel à une technologie de pile à combustible propre à Hyundai capable d'offrir une efficacité et une autonomie de vol inégalées.

Hyundai poursuivra sa collaboration avec différents acteurs de la sphère publique et privée afin de créer un écosystème de la mobilité aérienne urbaine à la fois sûr et efficace susceptible d'être accepté par le plus grand nombre.

Technologie de conduite autonome

Hyundai accélère ses efforts pour développer des technologies de conduite autonome - notamment dans le domaine de la fusion des données des capteurs - ainsi qu'un contrôleur intégré.

Hyundai a recours à la technologie de fusion des capteurs qui intègre et traite les informations collectées à partir de différents capteurs tels que des caméras et radars. La marque équipera ses futurs véhicules de série d'un plus grand nombre de caméras et de systèmes LIDAR destinés à améliorer leur précision de reconnaissance.

Hyundai développe actuellement un contrôleur intégré de nouvelle génération en adjoignant des processeurs hautes performances à son contrôleur actuel. Diverses technologies évoluées telles que les systèmes de conduite autonome de niveau 3, les fonctions de stationnement autonome et les dispositifs de reconnaissance d'images basés sur le deep learning pourront être exploités avec ce contrôleur de nouvelle génération. La fonction de mise à jour à distance OTA (Over-the-Air) notamment sera mise en œuvre sur ce nouveau contrôleur dès 2021. La fonction FoD (Feature on Demand) sera également proposée.

À compter de 2022, Hyundai prévoit de proposer des modèles équipés de technologies de conduite autonome de niveau 3. En outre, il accélérera la commercialisation de technologies de niveau 4 et 5 en nouant différents partenariats au niveau mondial. La création de Motional Inc., une co-entreprise entre Hyundai et Aptiv Inc., s'inscrit directement dans le cadre des efforts de collaboration internationale de Hyundai. Hyundai entend poursuivre sa collaboration et ses investissements stratégiques avec diverses entreprises d'envergure mondiale aux États-Unis, en Chine et en Israël tout en maintenant ses efforts en interne dans le but de faire progresser les technologies de conduite autonome et d'élargir leur champ d'application.

Systeme de pile à combustible

Ce jour même, Hyundai a également lancé 'HTWO', une nouvelle marque destinée à représenter son système de pile à hydrogène de classe mondiale. Fruit de plus de 20 ans d'expérience de Hyundai dans la technologie des piles à combustible alimentées à l'hydrogène, cette marque fera de l'hydrogène un symbole d'énergie positive pour l'humanité. HTWO désigne la molécule d'hydrogène (H₂), tout en représentant à la fois « l'hydrogène » et « l'humanité », les deux principaux piliers de l'activité Pile à combustible de Hyundai. Le lancement de la marque HTWO contribuera au développement de cette activité au niveau mondial tout en favorisant l'extension de l'écosystème de l'hydrogène.

Avec HTWO, Hyundai intensifie ses efforts en vue de développer un système de pile à combustible de nouvelle génération capable de s'adapter à diverses formes de mobilité telles que les UAM, les automobiles, les navires et les trains. Non seulement ce nouveau système de pile à combustible sera disponible pour différents produits et services de mobilité, mais garantira également de meilleures performances et une durabilité accrue à un prix accessible tout en offrant une architecture allégée dotée d'une densité énergétique optimisée. Grâce à ce système de pile à combustible de nouvelle génération, Hyundai entend proposer une gamme diversifiée et extrêmement efficace de véhicules alimentés à l'hydrogène.

Par le biais de différents partenariats stratégiques avec des entreprises spécialisées dans l'hydrogène, l'énergie et la logistique au niveau mondial, Hyundai a réussi à étendre son activité Pile à combustible, contribuant ainsi à accélérer le développement d'une société de l'hydrogène et à jeter les bases de sa marque HTWO, en privilégiant dans un premier temps des pôles régionaux de premier plan tels que la Corée, les États-Unis, l'Europe et la Chine.

Depuis la commercialisation en 2013 de son ix35 - premier véhicule électrique à pile à combustible de série au monde - Hyundai étend son offre de véhicules à pile à combustible comprenant notamment le SUV NEXO, le poids lourd XCIENT et un bus électrique, qui sont autant de solutions de mobilité zéro émission. En tant que membre du Conseil de l'Hydrogène, une coalition mondiale

d'entreprises issues des secteurs de l'industrie, du transport et de l'énergie partageant la même vision et la même ambition à long terme pour l'hydrogène, Hyundai s'engage à favoriser la transition vers une énergie propre.

Objectifs financiers

Dans le cadre de la feuille de route de sa Stratégie 2025, Hyundai a dévoilé ses nouveaux objectifs financiers à moyen et long terme - définis sur la période 2020-2025 - parmi lesquels un investissement de 60,1 billions de wons (environ 45 milliards d'euros) d'ici 2025, une marge d'exploitation de 8 % dans le secteur automobile et une part du marché automobile mondial de 5 %. Il s'agit de la nouvelle version du plan annoncé en décembre 2019 qui sera mise en œuvre en dépit de la dégradation du contexte économique due à la pandémie.

Sur le total des investissements prévus, 36,6 billions de wons (environ 27.3 milliards d'euros) seront alloués à la R&D et aux dépenses d'investissement afin d'améliorer la compétitivité des activités existantes, tandis que 23,5 billions de wons (environ 17.5 milliards d'euros) seront dédiés aux technologies d'avenir, parmi lesquelles l'électrification, les piles à hydrogène, la mobilité aérienne urbaine (UAM), la conduite autonome, les plates-formes et services de mobilité, la connectivité, l'intelligence artificielle et la robotique.

Les investissements dans les activités électrification et hydrogène ont nettement augmenté pour atteindre 14,9 billions de wons (environ 11.1 milliards d'euros) contre 10,4 billions (environ 7.7 milliards d'euros) annoncés l'année dernière, suite à la mise en œuvre à grande échelle de l'activité hydrogène et à l'extension de la gamme de véhicules électriques.

Malgré les incertitudes du marché mondial liées à la pandémie de COVID-19, Hyundai maintiendra son objectif de 8 % pour sa marge d'exploitation dans le secteur automobile d'ici 2025 en adoptant une structure de coûts innovante destinée à jeter les bases de sa croissance durable à l'avenir.

Concernant les véhicules à moteur thermique, pour lesquels une reprise de la demande est attendue après la pandémie de COVID-19, Hyundai s'attachera à rétablir sa rentabilité en étendant plus largement ses plates-formes de troisième génération à différents modèles, en optimisant la production au niveau de ses sièges régionaux, en adoptant des modèles de distribution innovants et en favorisant l'extension de sa marque de luxe Genesis au niveau mondial.

Côté véhicules électriques, Hyundai veillera à asseoir son leadership en lançant sa plate-forme E-GMP. Il entend renforcer la compétitivité de son activité VE à tous les niveaux (développement, production et commercialisation) afin d'atteindre un niveau de rentabilité comparable à celui de son activité véhicules à moteur thermique.

Hyundai s'efforce également de garantir davantage de valeur à ses actionnaires en adoptant une politique de rendement en harmonie avec le marché. En dépit des inquiétudes liées à l'incertitude du contexte économique en 2021, Hyundai envisage le versement de dividendes annuels au vu du redressement de ses liquidités et bénéfices.

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

[À 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 4,5 millions de véhicules en 2018. 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 2018, Hyundai Motor a enregistré 543 292 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,9% par rapport à 2017, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la quatrième 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 35 542 immatriculations en 2018. 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.

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 a

depuis amassé dix victoires et a terminé deuxième du championnat des constructeurs à trois reprises. 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 (WTCR). 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.