



Résultats Hyundai 2025 : une performance solide dans un marché en recul

- Hyundai Motor France progresse en 2025 dans un marché en recul, avec 45 621 immatriculations (+0,4% vs 2024) et une part de marché globale de 2,8% (+0,2 point vs 2024)
- La solidité de la gamme, portée entre autres par TUCSON, KONA et par le lancement réussi d'INSTER, permet à la marque d'afficher un mix électrifié représentant 73% des ventes 2025
- Hyundai résiste sur le marché BtoB et s'appuie sur des activités Pièces & Services en croissance

La Garenne-Colombes, Lundi 26 janvier 2026 - Dans un marché automobile français en recul de 5% en 2025, Hyundai Motor France enregistre une performance solide et confirme la pertinence de sa stratégie. La marque totalise 45 621 immatriculations, en progression de +0,4% par rapport à 2024, et atteint une part de marché de 2,8%, en hausse de +0,2 point sur un an. Hyundai réalise ainsi son troisième meilleur résultat depuis l'introduction de la marque sur le marché français en 1992.

Au global, entre 2024 et 2025, Hyundai voit sa part de marché globale passer de 2,64% à 2,80%. Sur le canal des ventes à particuliers, sa part de marché reste stable à 3,04%.

Une progression supérieure au marché

Dans un environnement marqué par la contraction de la demande, Hyundai se distingue par une évolution positive de ses volumes et de sa part de marché. La marque se classe 4^e marque généraliste importée en France et figure dans le Top 10 des constructeurs sur le marché national.

« Dans un marché français en net repli, les résultats 2025 de Hyundai traduisent la solidité de notre stratégie. La progression de notre part de marché repose à la fois sur la pertinence de notre gamme électrifiée et sur l'engagement d'un réseau de concessionnaires de plus en plus spécialisé, capable d'apporter des réponses expertes aux clients particuliers comme professionnels. »

Emmanuelle SERAZIN, Directrice des Ventes Corporate et des Nouvelles Mobilités

Une année 2025 encourageante pour l'électrification

Les choix technologiques de la marque démontrent une fois de plus leur pertinence sur un marché favorable aux véhicules électrifiés. Comme en 2024, l'année 2025 confirme la vision avant-gardiste de Hyundai de s'orienter sur une gamme électrifiée. 73% des véhicules Hyundai immatriculés sur l'année disposaient de motorisations électriques, hybrides ou bien hybrides rechargeables.

Hyundai s'appuie sur son ADN et son offre de SUV pour performer. La marque réalise près de 77% de ses ventes grâce à ses modèles SUV : TUCSON (33,5%), KONA (27,5% dont 36,5% en électrique), BAYON (8,2%) et INSTER (7,9%).

Au total, plus de 70% des véhicules Hyundai vendus en France sont produits en Europe (République Tchèque et Turquie).

BtoB : Hyundai se maintient sur le marché des ventes à professionnels en net recul

Sur le canal BtoB, Hyundai Motor France limite son recul à -1%, dans un marché en baisse de -10%. Cette résistance s'appuie sur une offre produits adaptée aux usages professionnels et sur la compétitivité du coût total de détention. Sur le canal des ventes à sociétés, les immatriculations de véhicules électriques Hyundai enregistrent une progression de +111% sur un an, soit plus du double de la croissance du marché, qui s'établit à +54%.

Pièces, services et réseau : des fondamentaux solides

Les activités Pièces et Services progressent de +9% en chiffre d'affaires global, contribuant à la performance de la marque et de son réseau.

En 2025, Hyundai Motor France et son réseau ont déployé une nouvelle offre de contrats de maintenance pour fidéliser ses clients dès l'achat du véhicule. Au 2nd semestre un client particulier sur deux a opté pour cette offre.

Perspectives 2026

Pour 2026, Hyundai Motor France entend maintenir sa performance sur le marché français, dans un environnement qui restera exigeant. La marque compte poursuivre la montée en puissance de l'électrification de son mix, portée notamment par INSTER, qui connaîtra sa première année pleine de commercialisation, ainsi que par l'élargissement de la gamme de véhicules électriques.

Cette dynamique s'inscrit dans la continuité de la stratégie de Hyundai qui vise à accompagner durablement l'évolution des usages et des attentes des clients particuliers comme professionnels.

Sur le plan produits, l'année sera rythmée par de nombreuses nouveautés, dont les versions Ultime Edition de TUCSON, KONA, i20 et BAYON.

2026 verra également l'arrivée de nouveaux modèles comme STARIA Electric et IONIQ 3.

Au mois d'octobre, à l'occasion du Mondial de l'Automobile de Paris, Hyundai dévoilera toutes les nouveautés à venir sur la fin de l'année 2026 et l'année 2027.

Enfin, dans un contexte de transformation du marché, Hyundai poursuivra, aux côtés de son réseau de concessionnaires, via la Hyundai Academy, les plans de montée en compétences et de spécialisation des équipes déjà engagés, notamment sur la vente de véhicules neufs et d'occasion, le marketing et les solutions de mobilité. L'objectif étant d'apporter à chaque client des réponses expertes, adaptées à l'évolution des usages et des attentes, tant pour les particuliers que pour les entreprises.

S'inscrivant dans la vision de Hyundai Motor Group, aujourd'hui 3^{ème} groupe automobile mondial en volumes et 2^{ème} en rentabilité au troisième trimestre 2025, Hyundai Motor France poursuit sa trajectoire de croissance responsable, en ligne avec sa vision « Progress for Humanity ».

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.

Hyundai partage émotion et passion autour du sport

L'engagement dans le sport est inscrit dans l'ADN de Hyundai et, en 2026, l'histoire continue avec des partenariats dans l'univers du running, un sport auquel se livre plus de 15 millions de Français au moins une fois par semaine.

Partenaire de longue date du sport et des sportifs, Hyundai mise sur la proximité avec les pratiquants, des plus occasionnels aux plus affutés, qu'ils soient ou non engagés dans des courses. A travers le programme « Run to progress », Hyundai les accompagne au quotidien pour leur bien-être ou dans leur préparation à l'approche d'une compétition, c'est le sens de l'engagement de Hyundai auprès des runners.

En 2026, Hyundai Motor France est le partenaire officiel des plus grandes courses nationales, dont le Marathon de Paris (nouveau en 2026) et de près de deux cents épreuves locales via son réseau de distributeurs.