



2024 : Une année de transition pour Hyundai Motor France

- Sur 2024, Hyundai Motor France a immatriculé 45 451 véhicules.
- Sur le canal des ventes à particuliers, Hyundai réalise 56% de ses ventes et maintient ainsi sa part de marché à 3,09%.
- Hyundai atteint la troisième position de marque généraliste importée sur le marché français.
- Si 2025 est une année abordée avec précaution par Hyundai Motor France, les nouveautés annoncées viendront soutenir l'activité, en particulier le lancement de **INSTER**.

06 février 2025 - Sur un marché des véhicules particuliers en déclin autour de 3,2%, Hyundai a connu en 2024 un recul du nombre de ses véhicules immatriculés. Avec 45 451 véhicules immatriculés (-8% par rapport à 2023), Hyundai réalise malgré tout son troisième meilleur résultat depuis l'introduction de la marque sur le marché français en 1992.

Si au global, entre 2023 et 2024, Hyundai voit sa part de marché passer de 2,78% à 2,64%, sur le marché des particuliers, sa part de marché reste constante à 3,09%.

En revanche, sur le canal des ventes aux entreprises, la baisse est plus notable avec -34% en 2024 pour une part de marché de 1,8%.

En plus d'un contexte économique et politique compliqué, ces résultats s'expliquent aussi par l'attente des clients de la version restylée du produit best-seller de la marque, le TUCSON.

Une année 2024 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 2023, l'année 2024 confirme la vision avant-gardiste de Hyundai de s'orienter sur une gamme électrifiée : 64,9% (HEV, PHEV, BEV) et même 78,9% en incluant les véhicules 48V. En comparaison, le marché atteint respectivement 51,8% et 58,3%.

Hyundai s'appuie sur son ADN et son offre de SUV pour performer. La marque réalise près de 73% de ses ventes grâce à ses modèles SUV (TUCSON, KONA, BAYON).

A noter, les ventes de KONA, deuxième modèle le plus vendu avec 27% du mix, sont faites à 37% sur la version 100% électrique.

Au total, plus de 80% des véhicules Hyundai vendus en France sont produits en Europe (République Tchèque et Turquie).

Les ambitions 2025

En 2025, Hyundai vise :

- + 10% de véhicules vendus en France pour atteindre 50 000 immatriculations,
- D'augmenter sa part de véhicules 100% électriques vendus pour atteindre ses objectifs en termes d'émissions de CO2 (CAFE). A eux seuls, ils devront représenter 25% du mix à minima en 2025. L'arrivée du petit SUV urbain INSTER devrait y contribuer très largement (5 000 unités prévues),
- De développer son activité véhicules d'occasion pour assurer une meilleure rentabilité à son réseau,
- D'élargir ses offres de solutions de mobilité comme la location de courte durée, connue sous le nom de MOCEAN Rent.

« L'année 2024 n'a pas été celle escomptée, c'est certain.

De nombreux challenges devront être relevés en 2025 mais je suis confiant dans la capacité de la marque et de son réseau. Nous devons continuer à développer Hyundai sur le marché français et nous allons le faire notamment avec nos véhicules électriques. En effet INSTER va soutenir notre croissance en France sur un segment où nous n'avions pas d'offre électrifiée.

INSTER, c'est la petite citadine qu'on attendait pour offrir un véhicule électrique pouvant être le 2ème véhicule du foyer. C'est là une vraie alternative à un prix raisonnable (à partir de 129 € mois), aux segments A et B thermiques qui permet aux clients de conserver leurs usages et leurs habitudes.

Rappelons qu'en configuration 5 places, INSTER est éligible au bonus écologique. Cela lui permet donc d'être très accessible. Nous avons l'ambition de réaliser au moins 5 000 commandes d'INSTER cette année. »

Lionel French Keogh, Président de Hyundai Motor France

- Fin -

Adresse : Tour NOVA - 71 Boulevard National, 92250 La Garenne-Colombes
[Tram T2 - arrêt Charlebourg]

À propos de Hyundai Motor France

Filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré plus de 45 000 immatriculations en 2024, soit une part de marché de 2,64 %. La gamme Hyundai s'articule autour de 19 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 2025, 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 2025 Hyundai Motor France est le partenaire officiel des cinq plus grandes courses nationales et de près de deux cents épreuves locales via son réseau de distributeurs.