

Communiqué de presse

Du papier à l'acier : Hyundai donne vie à sa philosophie de design et dévoile son nouveau IONIQ 3 100 % électrique lors de la Milan Design Week

- Hyundai annonce sa présence à l'édition 2026 de la Milan Design Week
- Le point d'orgue sera la présentation en première mondiale de IONIQ 3 100 % électrique
- « Unfold Story » : l'exposition organisée par la marque mettra en avant sa philosophie de design exclusive sous une forme résolument innovante

Hyundai annonce sa participation à la Milan Design Week 2026 qui se tiendra du 21 au 26 avril prochains (journée presse : le 20 avril). C'est à la Torneria Tortona de Milan – le centre créatif du design européen qui regroupe des médias de premier plan, des influenceurs et des créateurs de renom – que les visiteurs pourront découvrir la philosophie de design de Hyundai sous une forme tangible et concrète.

Au travers d'une installation immersive, ils auront l'opportunité de découvrir le process de conception exclusif de Hyundai. Chaque facette de cette installation, intitulée « Unfold Story », reflète la philosophie de design intérieur et extérieur de la marque, avec pour ambition d'en donner une vision claire et accessible aux visiteurs de la Milan Design Week.

L'exposition « Unfold Story » illustre la manière dont Hyundai donne vie au design – ou comment à partir d'une simple feuille de papier, le constructeur réussit à donner naissance à une véritable œuvre d'art en acier. Ainsi, elle met plus particulièrement l'accent sur la façon dont les idées se transforment en objet de mobilité grâce à la matière, au savoir-faire et à la technologie.

Par ailleurs, des ateliers dédiés organisés par des designers de la marque permettront aux visiteurs d'explorer les principes qui sous-tendent la philosophie de design de Hyundai – et de découvrir en quoi ils ont eu un impact direct sur la création de IONIQ 3, qui se veut l'incarnation même de cette approche, et sera dévoilé pour la toute première fois à Milan.



Hyundai dévoile IONIQ 3 à la Milan Design Week

La présentation en première mondiale de ce véhicule constitue le point d'orgue de la participation de Hyundai à cet événement et représente la prochaine étape de l'évolution stylistique de la marque. Plutôt que de présenter un produit seul, Hyundai entend montrer de quelle façon sa philosophie de design donnera directement naissance à ses futurs véhicules.

De plus amples détails sur ce modèle seront révélés à l'occasion de sa présentation officielle à Milan. L'installation, le véhicule et les ateliers créent conjointement un narratif unique — qui va du concept à l'objet — démontrant ainsi la manière dont Hyundai aborde la mobilité du futur à travers le design.

À propos de Hyundai Motor Europe

Le siège social de Hyundai Motor Europe a été officiellement créé en 2000, avec son siège principal situé à Offenbach, en Allemagne. En tant que siège régional, il est responsable de la vente de véhicules dans 41 pays européens à travers 2 191 points de vente et détient une part de marché de 4,1 % en 2024. Plus de 70 % des véhicules Hyundai vendus dans la région sont des modèles conçus, testés et fabriqués en Europe, adaptés aux besoins spécifiques des clients européens. Ces véhicules sont produits dans les usines de production de la société en République Tchèque et en Turquie.

En 2024, environ 12 % des voitures Hyundai vendues en Europe étaient des véhicules à zéro émission (BEV et FCEV), dont les lauréats respectifs du prix World Car of the Year 2022 et 2023, IONIQ 5 et IONIQ 6. Cela renforce la position de Hyundai en tant que l'un des principaux constructeurs de véhicules zéro émission en Europe, alors que l'entreprise se transforme en fournisseur de solutions de mobilité intelligente.

Fidèle à sa vision « Progress for Humanity » et à son engagement clair en faveur des véhicules électriques, Hyundai s'apprête à introduire davantage de véhicules électriques à batterie (BEV) dans sa gamme électrique et à électrifier tous ses modèles en Europe d'ici 2027.

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.