

Hyundai dresse un bilan très positif pour son retour au Mondial de l'Auto de Paris 2026



- Une forte affluence et **4 000 contacts qualifiés** générés sur le stand
- Cinq nouveautés majeures présentées au public : IONIQ 3, IONIQ 6N, BAYON, TUCSON et STARIA Electric.
- Un intérêt marqué pour les modèles électriques et hybrides Hyundai, avec une forte attractivité des nouveaux TUCSON et BAYON qui seront lancés en début d'année prochaine.
- IONIQ 3 est le véhicule le plus vendu de la gamme Hyundai en France depuis le début du salon.
- La présence de notre robot Spot illustre l'appartenance de Hyundai à un groupe technologique mondial

La Garenne-Colombes, le 20 octobre 2026 – Hyundai dresse un bilan très positif de sa participation au Mondial de l'Auto de Paris 2026. Avec **518 000 visiteurs au total, 270 000 passages sur notre stand, 4 000 contacts qualifiés générés, et 430 opportunités commerciales à concrétiser par notre réseau**, la marque a bénéficié d'une très forte affluence et d'un vif intérêt pour ses nouveautés.

Les outils mis en place pour mesurer la qualité du parcours des visiteurs sur le stand affichent également des résultats très positifs avec une note de satisfaction moyenne de 4.7/5. Ces indicateurs confirment l'intérêt intact du grand public pour l'automobile, ses nouvelles formes de mobilité et l'attractivité de notre marque au sein de notre dispositif de plus de 1100 m2.

« Cette édition du Mondial de l'Auto est un véritable succès pour Hyundai. Nous avons ressenti sur le stand un élan de passion pour l'automobile, avec des visiteurs très intéressés par nos nouveautés électriques et hybrides. Nous voulions faire du stand Hyundai la plus belle concession éphémère de notre réseau pendant ces 6 jours et le challenge est relevé avec brio! Ce salon nous a également permis de montrer que Hyundai est un constructeur automobile au cœur d'un groupe technologique mondial, capable d'allier innovation, accessibilité et plaisir de conduite »

Vincent Després, Président de Hyundai Motor France.

Hybride et 100% électrique au centre des échanges

Les véhicules 100% électriques ont suscité de nombreuses questions concernant l'autonomie, la recharge, les temps de charge et les coûts d'utilisation. Les équipes Hyundai ont pu présenter de manière concrète les avantages de cette technologie et conseiller les visiteurs en fonction de leurs usages quotidiens.

Les modèles hybride ont également retenu l'attention. Ne nécessitant pas de recharge extérieure, cette technologie permet de bénéficier d'une conduite électrifiée en toute simplicité. Cet intérêt pour les deux motorisations conforte la stratégie de Hyundai, qui propose une offre électrifiée complémentaire répondant à des besoins et à des usages diversifiés.

Cinq nouveautés majeures présentées au public

Le Mondial de l'Auto a été l'occasion pour Hyundai de dévoiler cinq modèles importants :

- **IONIQ 3**, une aéro-compacte 100 % électrique offrant une habitabilité digne du segment supérieur et près de 500 km d'autonomie ;
- **TUCSON Nouvelle Génération**, le SUV compact emblématique de Hyundai ;
- **BAYON Nouvelle Génération**, qui associe design expressif, technologies et confort ;

- **STARIA Electric**, un grand monospace électrique pouvant accueillir jusqu'à neuf occupants et bénéficier d'une recharge rapide ;
- **IONIQ 6 N**, une sportive électrique conjuguant performances sur circuit et polyvalence au quotidien.

L'accueil réservé à TUCSON et BAYON Nouvelle Génération constitue un signal particulièrement encourageant pour leurs futurs lancements.

Une expérience au-delà de l'automobile

Le partenariat de Hyundai avec l'UEFA Champions League a également suscité un vif intérêt, avec **3 740 participations** au jeu-concours organisé sur le stand.

IONIQ 5 équipée du système de conduite autonome Waymo Driver a également attiré l'attention des visiteurs. Développée dans le cadre du partenariat stratégique entre Hyundai et Waymo, elle associe la plateforme 100 % électrique de Hyundai à la technologie autonome de sixième génération de Waymo. Destinée à intégrer progressivement le service Waymo One, elle illustre la capacité de Hyundai à mettre son expertise industrielle et électrique au service des nouvelles formes de mobilité autonome.

Enfin, la présence de **Spot**, le robot quadrupède développé par Boston Dynamics, a permis de présenter une autre facette de Hyundai. Elle rappelle que la marque automobile évolue au sein d'un groupe technologique engagé dans la robotique, l'intelligence artificielle et les solutions de mobilité du futur.

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

À propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company est présente dans plus de 200 pays et compte plus de 120 000 employés qui se consacrent à relever les défis réels de la mobilité à travers le monde. Fidèle à sa vision « Progress for Humanity », Hyundai Motor accélère sa transformation pour devenir un fournisseur de solutions de mobilité intelligente. La société investit dans des technologies de pointe telles que la robotique et la mobilité aérienne avancée (AAM) afin de proposer des solutions de mobilité révolutionnaires, tout en poursuivant une innovation ouverte pour introduire les services de mobilité du futur. Dans la perspective d'un avenir durable pour le monde, Hyundai poursuivra ses efforts pour introduire des véhicules zéro émission équipés de technologies de pointe en matière de piles à combustible à hydrogène et de véhicules électriques.

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.