

Hyundai dévoile son concept électrique « Prophecy »



- **Ce nouveau concept-car électrique réinterprète la philosophie de design « Sensuous Sportiness » de la marque**
- **Il élargit le concept de « futurisme optimiste » prôné par la marque en vue d'établir un lien émotionnel entre l'homme et l'automobile**

La Garenne Colombes, 3 mars 2020

Hyundai dévoile son concept-car électrique « Prophecy », un véhicule visionnaire reflète la dernière évolution de la philosophie de design « Sensuous Sportiness » de Hyundai. Il allie sensualité et sportivité, et s'inscrit dans la droite ligne du concept électrique révolutionnaire « 45 », présenté l'année dernière, qui s'affranchissait de toute complexité et se distinguait par des lignes résolument épurées et une structure minimaliste.

« Prophecy » suit la voie de son prédécesseur en se dotant d'une silhouette iconique aux proportions idéales qui joue clairement la carte de l'aérodynamisme. En optant pour un empattement allongé et des porte-à-faux plus courts, les concepteurs de Hyundai ont réussi à créer une « forme automobile ultime ». Il s'agit d'une nouvelle architecture de véhicule électrique définie par des surfaces d'une grande sobriété, des volumes épurés et une harmonie tant esthétique que fonctionnelle.

« Nous avons de nouveau donné naissance à une véritable icône qui établira une nouvelle référence sur le segment des véhicules électriques et permettra d'ouvrir le spectre stylistique de Hyundai à des horizons encore plus vastes, explique SangYup Lee, directeur du Centre de design international de

Hyundai. Cette expansion s'inscrit en partie dans ce que nous appelons le « futurisme optimiste », un concept stylistique incarné par « Prophecy ». Avec ce concept, nous avons pour objectif d'établir un lien émotionnel entre l'homme et l'automobile. »

Le langage stylistique « Sensuous Sportiness » s'exprime pleinement dans le design extérieur de « Prophecy »

La philosophie de design « Sensuous Sportiness » de Hyundai transparait clairement dans les flancs du véhicule (dont les courbes s'apparentent à celles d'une pierre parfaitement érodée par le temps). Ces flancs sont scindés visuellement par une simple ligne courbe épurée qui s'étire de la proue à la poupe avec un minimum de retenue pour conférer au véhicule un design intemporel. Résolument dynamique et élégante, la ligne formée par les panneaux d'aile arrière semble propulser la silhouette du véhicule vers l'avant, même à l'arrêt.

Le design d'ensemble révèle une excellente aérodynamique, une caractéristique indispensable à tout véhicule électrique. La forme hélicoïdale des rayons des jantes du véhicule en est la parfaite illustration, et permet à l'air d'être aspiré et de s'écouler le long des bas de caisse. Le becquet arrière intégré vient accentuer cet effet aérodynamique en exploitant la force d'appui qui contribue à une meilleure stabilité du véhicule à vitesse élevée.

Certains composants sont réalisés dans un matériau acrylique transparent permettant de distinguer très clairement leurs organes fonctionnels internes. Ce matériau - qui se veut un véritable élément de design - est utilisé pour le becquet et les projecteurs et les caméras de surveillance (CMS).

Les feux à LED Pixel, inaugurés sur le concept « 45 », ont fait l'objet d'une nouvelle évolution. Cette technologie d'éclairage d'avant-garde est intégrée dans les projecteurs, les feux arrière et le becquet, témoignant de la grande quantité d'énergie contenue dans les cellules de la batterie du véhicule. Les feux pixellisés sont appelés à devenir un élément de design emblématique de Hyundai.

L'identité de véhicule électrique de « Prophecy » se perçoit jusqu'au niveau de son soubassement. Une large prise d'air montée sous le bouclier aspire l'air frais afin de refroidir plus efficacement les batteries, garantissant ainsi aux clients des performances encore supérieures.

L'intérieur de « Prophecy » exploite les avantages de sa plate-forme de véhicule électrique

En pénétrant à l'intérieur de « Prophecy », on comprend aisément l'intérêt de monter un habitacle tout en longueur sur la plate-forme d'un véhicule électrique et de faire appel aux technologies de conduite autonome. Contrairement à un véhicule classique, « Prophecy » offre un espace intérieur « lifestyle » placé sous le signe du raffinement et du confort.

L'adoption des technologies de conduite autonome apporte une toute nouvelle perspective. Le volant est remplacé par deux manettes qui procurent une expérience de conduite totalement nouvelle, mais néanmoins familière, rassurante et intuitive. Grâce à ces manettes qui peuvent pivoter à gauche et à droite, l'une implantée dans la console centrale et l'autre dans le garnissage de porte, le conducteur est à même de diriger son véhicule avec un maximum de confort. Il a la possibilité d'utiliser toute une série de fonctions, simplement en les sélectionnant sur les boutons intégrés.

L'adoption de manettes a permis de réelles évolutions stylistiques garanties d'une plus grande liberté visuelle pour les occupants. En mode Détente, quasiment aucun obstacle ne vient perturber la vue des passagers. Lorsque leur dossier de siège est confortablement incliné, les passagers perçoivent

uniquement l'affichage qui s'étend sur toute la largeur de l'habitacle et la planche de bord en forme d'aile. En mode Détente, la planche de bord pivote, offrant ainsi un espace intérieur des plus spacieux, et les sièges s'inclinent pour permettre aux passagers de profiter pleinement des contenus affichés à l'écran.

Avec « Prophecy », Hyundai a créé un environnement intérieur dont le design éco-responsable et la nature des matériaux utilisés reflètent sa vision des véhicules électriques de demain. Les prises d'air extérieures montées à la partie inférieure des portes permettent à l'air de circuler dans un système de filtre à air. Ainsi, ce système permet la diffusion permanente d'un flux d'air purifié à l'intérieur du véhicule.

Les coloris et les matériaux intérieurs, associés à l'éclairage ambiant de faible intensité, invitent les passagers à la détente, tandis que les couleurs douces de l'habitacle ont un effet extrêmement apaisant et favorisent le repos et la relaxation.

Le nom « Prophecy » reflète la finalité même de ce concept, et des solutions de mobilité innovantes pour les futurs conducteurs de véhicule électrique.

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

A 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 4,5 millions de véhicules en 2019. 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 2019, Hyundai Motor a enregistré 563 018 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,8% par rapport à 2018, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la cinquième 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 39 970 immatriculations en 2019. 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. En France Hyundai est le partenaire majeur de l'Olympique Lyonnais pour la huitième saison consécutive.

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 remporte le championnat du monde des constructeurs WRC en 2019. 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.