

Hyundai Motor Company dévoile sa feuille de route en faveur d'une croissance axée sur les bénéfices à l'occasion du CEO Investor Day 2026



- Hyundai réaffirme son objectif de vendre 5,55 millions de véhicules à l'échelle internationale d'ici à 2030, et de s'octroyer ainsi 6 % des parts du marché mondial
- Les véhicules électrifiés représenteront 60 % du mix des ventes à l'horizon 2030, contre 23 % en 2025
- La marque prévoit de lancer plus de 100 modèles inédits ou restylés (49 pour la seule Corée du Sud) d'ici à 2030, dont plus de 18 sur de nouveaux segments de marché et de produit. Rien que dans les huit prochains mois, ce sont sept nouveaux modèles qui feront leur arrivée sur le marché
- Dès le premier semestre 2027, Hyundai lancera ses premiers modèles EREV (véhicules électriques à autonomie étendue), dont l'autonomie devrait dépasser les 960 km
- Accélération de la production aux États-Unis ; le Santa Fe EREV sera produit dans l'usine de Hyundai située dans l'État d'Alabama. 500 000 unités supplémentaires seront produites en Amérique du Nord et le taux d'approvisionnement en pièces finales franchira la barre des 80 %. Hyundai entend augmenter sa capacité de production mondiale d'1,27 million d'unités

d'ici à 2030

- Développement de la commercialisation de solutions robotiques, étude des modes de distribution et de financement : le RMAC prévoit de décupler son activité d'ici la fin de l'année
- Hyundai N, le label hautes performances de Hyundai qui cible tous les passionnés de conduite en quête de sensations fortes et de prestations d'exception, atteindra un volume de ventes annuelles de 100 000 unités d'ici à 2030, grâce notamment à une nouvelle offre de modèles hautes performances grand public
- Genesis, la marque de luxe de Hyundai Motor Company, entame la deuxième décennie de son histoire en proposant un premier modèle hybride, un premier VE à autonomie étendue et son vaisseau amiral, le SUV GV90, avec un objectif de ventes annuelles de 350 000 unités sur plus de 40 marchés d'ici à 2030
- Extension de l'offre de robotaxis avec le début des livraisons de Waymo au quatrième trimestre 2026 ; lancement de la production de robots sur le sol américain en 2028 avec une capacité annuelle de 30 000 unités
- Les différentes étapes de la feuille de route dédiée à la conduite autonome : Atria AI initie dès cette année la collecte de données en temps réel en Corée du Sud, une technologie de conduite autonome de niveau 2+ fera son apparition en 2028 sur le premier SDV produit en série par la marque en collaboration avec NVIDIA, et un centre de données de 100 mégawatts regroupant plus de 50 000 processeurs graphiques (GPU) sera mis en service dès 2029
- Les cellules de batterie développées en interne fournissent deux fois plus de puissance que les précédentes cellules à haute teneur en nickel et assurent une vitesse de recharge supérieure de 40 % ; la nouvelle technologie de protection contre les risques d'emballement thermique sera inaugurée sur le SUV Genesis GV90
- L'objectif de marge bénéficiaire d'exploitation pour 2030 a été relevé à plus de 9 %, au lieu de la fourchette de 8-9 % précédemment annoncée, grâce à une réduction de 3 points de pourcentage du ratio du coût des ventes
- Résultats du premier semestre 2026 : un chiffre d'affaires de 95,2 billions de wons, une marge bénéficiaire d'exploitation de 5,6 %, et une capitalisation boursière s'élevant en moyenne à 105 billions de wons depuis le début de l'année

Hyundai Motor Company a annoncé aujourd'hui une offensive produit des plus ambitieuses à l'occasion de l'édition 2026 de son CEO Investor Day, réaffirmant ainsi l'objectif de la marque de

vendre 5,55 millions d'unités à l'échelle mondiale d'ici à 2030 tout en renforçant la rentabilité de l'ensemble de ses activités.

Hyundai lancera plus de 100 modèles inédits ou restylés d'ici à 2030, et proposera notamment son premier véhicule électrique à autonomie étendue (EREV) qui associe la puissance et l'efficacité d'un véhicule électrique à batterie (BEV) à la commodité d'un chargeur embarqué.

« Nos fondamentaux n'ont jamais été aussi solides. Hyundai Motor Group est le troisième plus grand groupe automobile au monde et le deuxième en termes de rentabilité, ce qui nous permet d'investir là où les autres font marche arrière. D'ici à 2030, nous commercialiserons plus de 100 nouveaux modèles disponibles avec un large éventail de motorisations et relèverons notre marge d'exploitation au-delà de 9 %. Nous entendons nous appuyer sur différents partenariats pour développer à grande échelle de nouvelles technologies et opportunités et devenir un acteur clé du secteur de l'IA physique spécialisé dans la production de robots et de robotaxis. » – **José Muñoz, Président et CEO de Hyundai Motor Company.**

Hyundai entend s'appuyer sur les résultats enregistrés au premier semestre 2026. La marque a livré deux millions d'unités à ses distributeurs, générant ainsi un chiffre d'affaires de 95,2 milliards de won, en hausse de 2,7 % sur un an, et une marge bénéficiaire d'exploitation de 5,6 %.

Une offensive produit dans toutes les régions

D'ici à 2030, Hyundai lancera plus de 100 modèles inédits ou restylés au niveau mondial, dont 58 en Amérique du Nord, 49 en Corée du Sud, 41 en Europe, 26 en Inde et 22 en Chine. Nombre d'entre eux seront de nouveaux produits ou inaugureront de nouveaux segments de marché.

Parmi les premiers modèles attendus prochainement figurent notamment la nouvelle Elantra, Nouvelle IONIQ 3, Tucson et Tucson Hybrid Nouvelle Génération, le tout premier Santa Fe en version EREV, un nouveau SUV 100 % électrique du segment A destiné au marché indien, un nouveau SUV du segment B à vocation mondiale, et un nouveau SUV du segment B destiné à l'Europe.

Tucson et Tucson Hybrid Nouvelle Génération feront leur arrivée sur les premiers marchés au quatrième trimestre de cette année, marquant ainsi une nouvelle étape de l'offensive produit de la marque. Avec plus de 10 millions d'exemplaires vendus au total, Tucson est le modèle le plus prisé de Hyundai et continue de témoigner du large attrait de la marque auprès du public.

Le nouveau Santa Fe EREV, qui sera lancé au premier semestre 2027, reflète une approche sans compromis en matière d'électrification. Le Santa Fe EREV devrait revendiquer plus de 960 km d'autonomie, offrant une expérience de conduite digne d'un VE au quotidien tout en évitant aux clients de se soucier des questions d'autonomie et de recharge. Ce véhicule sera produit aux États-Unis dans l'usine de Hyundai située dans l'Alabama.

Mais la dynamique ne s'arrête pas là. Hyundai cible également des « segments inexploités » où la marque est actuellement sous-représentée. Ces segments représentent environ 29 % de la totalité des ventes automobiles, mettant ainsi en évidence de réelles opportunités de croissance. Hyundai prévoit notamment de proposer des véhicules dotés d'une architecture de type carrosserie sur châssis, dont un pickup de moyen gabarit et différents utilitaires légers.

La marque continuera également d'étoffer sa ligne N hautes performances, sachant qu'elle s'est fixé un objectif de ventes annuelles de 100 000 unités à l'horizon 2030.

Se développer au niveau local pour réussir à l'international

D'ici à 2030, Hyundai compte augmenter sa capacité de production mondiale d'1,27 million d'unités, dont 500 000 en Amérique du Nord, 320 000 en Inde, 250 000 sur ses sites d'assemblage de véhicules en sous-ensembles non montés (CKD) et 200 000 en Corée du Sud. L'augmentation des capacités de production nord-américaines inclut l'extension de capacité de 200 000 unités précédemment annoncée sur le site HMGMA, mais non encore effective, tandis que les capacités de production en Corée prennent en compte la nouvelle usine de VE de la marque qui ouvrira prochainement ses portes sur le site d'Ulsan.

En Amérique du Nord, Hyundai relève de 60 % à 80 % l'objectif d'approvisionnement en pièces locales qu'il avait précédemment annoncé pour 2030. Dans cette région, la marque proposera plus de 10 modèles hybrides d'ici à 2030. Ces hybrides représenteront 50 % du mix des ventes et seront produits dans l'usine de Hyundai en Alabama et sur le site HMGMA (Hyundai Motor Group Metaplant America). En chiffres cumulés, les ventes d'hybrides en Amérique du Nord ont franchi la barre du million d'unités.

En Amérique du Nord, les ventes totales ont continué d'augmenter, affichant une progression supérieure à celle de l'ensemble du marché grâce à une demande record en faveur des véhicules hybrides. Sur les six premiers mois de l'année 2026, la région a vu ses ventes s'établir à 595 457 unités, enregistrant ainsi le meilleur premier semestre de son histoire.

Aux États-Unis, Hyundai a livré 489 656 véhicules au premier semestre, un chiffre en hausse de 3 % tiré par les SUV Tucson et Palisade et par une élargie de véhicules hybrides. Les ventes de IONIQ 5 ont progressé de 9 % au premier semestre 2026. Au Mexique, les ventes ont enregistré une hausse de 10 % au deuxième trimestre tandis qu'elles sont restées stables au Canada, des résultats portés par la demande de véhicules hybrides.

En Europe, la marque entend couvrir 85 % du marché avec une gamme entièrement électrifiée, comprenant cinq nouveaux SUV et véhicules utilitaires légers. D'ici à 2030, Hyundai ambitionne de porter ses ventes de VE en Europe à plus de 420 000 unités, contre 116 000 en 2025.

Hyundai lance la commercialisation de sa nouvelle IONIQ 3 ce mois-ci. Ce véhicule, qui revendique 497 km d'autonomie, est le premier modèle européen de la marque à bénéficier de Pleos Connect, la plateforme d'infodivertissement avec services de véhicule connecté de nouvelle génération de Hyundai Motor Group.

En Inde, Hyundai élargira sa gamme de SUV, en commençant par le lancement d'un nouveau SUV 100 % électrique au quatrième trimestre de cette année. Spécialement adapté et conçu pour le marché indien, ce nouveau modèle sera équipé d'un système d'infodivertissement de nouvelle génération et d'une technologie d'aide à la conduite de niveau 2. L'Inde se verra également proposer un nouveau SUV de taille moyenne à moteur thermique.

En Inde, Hyundai continue d'investir dans une chaîne d'approvisionnement locale, avec pour objectif de se procurer - au sein même du pays - 90 % des composants de ses véhicules d'ici à 2030, grâce à un réseau local de plus de 1 400 fournisseurs et de plus de 900 ingénieurs.

Abritant sur son sol des sites de production d'une capacité d'1,1 million d'unités par an, l'Inde restera un pôle d'exportation majeur pour Hyundai. D'ici à 2030, la marque s'est fixé pour objectif d'exporter environ 30 % de son volume de production en Inde vers les marchés du Moyen Orient, d'Afrique, d'Asie et d'Amérique du Sud.

Les usines coréennes de Hyundai demeurent un pôle d'excellence industrielle absolument vital. Elles comptent 27 000 employés qui produisent environ 1,8 million de véhicules par an – dont 60 % sont exportés vers d'autres marchés.

Un nouveau site de fabrication de VE situé à Ulsan démarrera sa production par le SUV Genesis GV90. Cette nouvelle usine définie par logiciel déploiera 108 outils de production de pointe, des systèmes d'inspection et de contrôle qualité pilotés par l'IA ainsi qu'un agent IA dédié à la fabrication.

En Chine, Hyundai opérera un changement de cap complet en s'appuyant sur les infrastructures de conception et de fabrication du pays et sur des partenariats locaux. À l'instar de IONIQ V dans un premier temps, la marque prévoit de lancer régulièrement de nouveaux produits, notamment un nouveau VE et un VE à autonomie étendue (EREV) en 2027. Hyundai s'appuiera sur des partenariats avec des entreprises technologiques locales, sur des designs innovants, et sur un réseau de distributeurs élargi en vue d'atteindre un objectif de ventes de plus de 500 000 unités à l'horizon 2030.

Au Moyen-Orient et en Afrique, Hyundai entend tirer pleinement parti de sa position de numéro deux dans cette région pour exploiter de nouvelles opportunités de croissance.

La croissance rapide de la clientèle dans ces pays stimule la demande en camions et en SUV, offrant ainsi des opportunités de tout premier ordre à Hyundai, dont la marque - déjà bien établie - détient 8,4 % des parts sur ces marchés à forte rentabilité.

Hyundai investit sur ces marchés en implantant de nouvelles usines d'assemblage en Arabie Saoudite et en Algérie, lesquelles font partie intégrante d'un réseau de huit sites de production répartis en Afrique, au Moyen-Orient et au Pakistan.

Genesis ouvre un nouveau chapitre de son histoire

Au cours de ses 10 premières années d'existence, Genesis a connu une croissance fulgurante, la marque ayant atteint un chiffre de ventes cumulées d'un million de véhicules plus rapidement que n'importe quel autre constructeur automobile premium. Genesis entame sa deuxième décennie en poursuivant sur cette dynamique.

Le GV90, nouveau fleuron de Genesis, incarne tout ce que la marque a à offrir en matière de luxe et de technologie. Le GV80 Hybrid, premier modèle hybride de la marque dont le lancement est prévu au quatrième trimestre, se distingue par des performances et une efficacité améliorées. Début 2027, Genesis lancera un SUV électrique à autonomie étendue qui affichera jusqu'à 1 030 km d'autonomie.

Grâce au GV90 et aux nouvelles motorisations proposées dans sa gamme, Genesis peut désormais s'implanter sur certains des segments les plus porteurs du marché - en rapide expansion - des véhicules de luxe.

Genesis entend s'établir sur plus de 40 marchés et vendre 350 000 véhicules par an à l'horizon 2030. Dans le cadre de cette stratégie, Genesis se fixe comme objectif d'augmenter de 50 % le nombre de ses points de vente pour le porter à 270 au niveau mondial.

Après l'Italie, la France, les Pays-Bas, la Tunisie et le Maroc en début d'année, Genesis se lancera en Espagne au quatrième trimestre, portant ainsi à 5 le nombre de marchés investis en 2026. Genesis s'implantera prochainement en Inde et en Asie-Pacifique.

Partenariats stratégiques

Les premiers robotaxis IONIQ 5 Waymo seront livrés au quatrième trimestre. Assemblés dans l'usine HMGMA de Géorgie avec le soutien de la chaîne d'approvisionnement locale, ces véhicules tirent pleinement parti des capacités du Groupe en matière de production, de conception, de logiciel et de financement.

Ces véhicules permettront d'étendre les services de robotaxis au niveau mondial dès 2027.

Motional, filiale de Hyundai Motor Group, fera également appel à des IONIQ 5 en version robotaxi sans conducteur lors du lancement de son service commercial, prévu pour la fin de l'année.

L'entreprise fait son entrée sur le marché des trois-roues électriques en partenariat avec TVS Motor Company en proposant des véhicules, conçus par Hyundai et fabriqués par TVS, qui sont passés du stade de concept à celui de prototype en moins de 24 mois.

Hyundai et Amazon renforcent leur partenariat dans trois domaines. Amazon Autos se développera à l'international début 2027, en s'établissant sur son premier marché hors des États-Unis ; la technologie embarquée Alexa sera déployée sur l'ensemble de la gamme Hyundai, puis sur celle de Genesis ; AWS renforcera les capacités de Hyundai en matière de cloud et d'intelligence artificielle ; les deux entreprises étudient également la possibilité d'utiliser les véhicules à pile à combustible de Hyundai dans les entrepôts d'Amazon.

En collaboration avec Boston Dynamics, Hyundai accélère le développement de robots industriels pilotés par l'intelligence artificielle, en vue de leur commercialisation. Le centre d'applications robotiques Metaplant (RMAC) a ouvert ses portes aux États-Unis en juin dernier et décuplera sa taille d'ici à la fin de l'année. Conçu pour simuler de véritables environnements opérationnels, le RMAC entraîne des robots IA destinés à la fabrication, collecte des données issues du monde réel et effectue les tests et vérifications nécessaires avant qu'un robot ne soit intégré dans une chaîne de production.

Hyundai entend déployer le robot industriel humanoïde Atlas au sein de Hyundai Motor Group Metaplant America dès 2028.

« Permettez-moi de vous donner un aperçu de notre potentiel de développement et de déploiement de notre activité robotique, a déclaré **José Muñoz** au cours de sa présentation. Boston Dynamics fait désormais partie intégrante de Hyundai Motor Group. Nous développons actuellement Spot et Stretch et bientôt, nous produirons les robots humanoïdes Atlas en grande série. Nous disposons d'ores et déjà, via nos partenaires revendeurs, d'un réseau de distribution potentiel pour la vente de robots. Et Hyundai Capital conduit une étude de faisabilité sur le financement des ventes de robots. Développement, production, distribution, vente et financement des solutions robotiques : tel est le pouvoir de notre Groupe ! »

De la valeur matérielle à la valeur logicielle

Hyundai met en œuvre un système de volant d'inertie de données pour améliorer ses capacités en matière de véhicules définis par logiciel (SDV), où la collecte de données, l'analyse de données, l'amélioration de l'IA et des services et le déploiement des mises à jour à distance (OTA) forment un cycle vertueux. Ce volant d'inertie de données permettra d'améliorer l'expérience client et la qualité des véhicules Hyundai, et ce changement commence déjà à profiter aux clients.

À commencer par le Grandeur restylé, l'entreprise intègre dans ses véhicules le système d'infodivertissement Pleos Connect et l'agent d'IA générative Gleo AI. Les données issues de ces véhicules sont analysées pour améliorer Gleo AI et développer de nouvelles fonctionnalités pour le système Pleos Connect, les résultats bénéficiant directement aux clients par le biais des mises à jour OTA.

Nous mettons en œuvre ce même cycle vertueux pour la conduite autonome. Hyundai Motor Group harmonise son architecture de capteurs autour de l'écosystème NVIDIA afin que les données collectées par Hyundai, Kia, 42dot et Motional puissent être intégrées et exploitées selon une norme unique et cohérente.

Dès 2029, alors que la croissance des volumes de données relatives à la conduite autonome devrait s'accroître, Hyundai mettra en service le centre de données Saemangeum AI, une installation de 100 mégawatts capable d'accueillir plus de 50 000 processeurs graphiques (GPU). C'est en reliant les données issues de son système mondial de production en série, de son intelligence artificielle intégrée et de l'infrastructure sous-jacente que l'entreprise entend se positionner sur les marchés des véhicules définis par logiciel (SDV) et de la conduite autonome.

Une feuille de route par étapes pour la conduite autonome

Hyundai a défini, étape par étape, sa feuille de route en matière de conduite autonome. D'ici à la fin de l'année, son intelligence artificielle dédiée à la conduite autonome, Atria AI, sera déployée à Gwangju, dans la province du Jeolla du Sud, afin de collecter des données sur les situations de conduite imprévues que ce type de modèles a le plus besoin de connaître.

En 2028, grâce à un partenariat stratégique avec NVIDIA, Hyundai intégrera une technologie de conduite autonome de niveau 2+ sur son premier SDV produit en série. L'entreprise collectera et analysera ces données de conduite pour faire évoluer et actualiser Atria AI.

Atria AI sera progressivement déployée sur les véhicules de série, permettant ainsi d'étendre les capacités de conduite autonome du niveau 2+ à 4. Hyundai Motor Group commercialise plus de sept millions de véhicules par an, et les données issues de cette flotte permettront d'accroître l'apprentissage de l'IA et d'améliorer ses performances rapidement. À plus long terme, l'objectif de la marque est d'équiper la plupart de ses véhicules de série d'un système de capteurs standardisé et d'une plateforme informatique basée sur l'intelligence artificielle.

Des VE optimisés et des coûts réduits

Depuis le développement en interne de ses premiers systèmes hybrides jusqu'à la mise en œuvre de son actuelle plateforme modulaire internationale électrique (E-GMP), Hyundai a toujours été à la

pointe de l'électrification. Ce travail se poursuit dans le domaine des batteries qui en constituent le cœur.

S'appuyant sur ses capacités de conception accumulées au fil des ans, Hyundai développe en toute indépendance ses propres cellules de batterie. Elles offrent un rendement plus de deux fois supérieur à celui des cellules à forte teneur en nickel utilisées auparavant par l'entreprise, tout en réduisant le temps de recharge de 40 %.

Ces cellules hautes performances seront intégrées au VE à autonomie étendue annoncé pour le premier semestre 2027. Ce modèle utilisera moins de la moitié de la capacité de batterie d'un véhicule électrique comparable, tout en offrant des performances de batterie et une dynamique de conduite dignes de celles d'un véhicule électrique. Les modèles de VE lancés l'année prochaine feront appel à des cellules NCM à teneur moyenne en nickel, qui permettent de réduire le coût de la batterie d'environ 30 % tout en maintenant un niveau de performance optimal en conditions de conduite réelles.

Afin de renforcer la durabilité des VE Hyundai, l'entreprise améliorera son système de gestion des batteries (BMS) basé sur le cloud pour accroître leur durée de vie de 20 % en moyenne d'ici à 2028.

L'entreprise développe également de nouvelles technologies de sécurité de pointe. La protection contre l'emballement thermique (TRP) empêche la propagation de la chaleur aux cellules adjacentes en cas d'incendie de la batterie, grâce à un système de batterie conçu pour dissiper la chaleur et à une barrière structurelle implantée entre les cellules qui permet de contenir la chaleur. Les solutions existantes permettaient uniquement de retarder le transfert de chaleur pendant un certain temps. Le système TRP bloque la chaleur à la source indépendamment du type de batterie.

Ces deux technologies fonctionnent de concert. Le système BMS basé sur le cloud constitue la première ligne de défense : il détecte en temps réel les signes d'anomalie au niveau d'une cellule et prend des mesures préventives. Le système TRP fait office de seconde ligne de défense, bloquant structurellement la diffusion de la chaleur. Hyundai a validé la technologie TRP grâce à plus de 200 essais répétés sur des batteries NCM de type prismatique et à poche. Cette technologie sera inaugurée sur la gamme Genesis.

Orientations financières et valeur pour les actionnaires

Hyundai a revu à la hausse son objectif de marge d'exploitation consolidée pour 2030 à plus de 9 %, au lieu des 8 à 9 % annoncés précédemment. Cette hausse s'explique par l'essor des modèles hybrides, depuis les compactes jusqu'aux véhicules de grand gabarit en passant par les modèles haut de gamme, ainsi que par la mise en œuvre d'un plan de réduction des coûts à l'échelle de l'entreprise. Le résultat d'exploitation total devrait augmenter de 11 % sur la même période.

Au cours de cette période, l'entreprise réduira son ratio du coût des ventes de 3 points de pourcentage par rapport à l'objectif précédent annoncé l'année dernière : 1,5 point grâce à des innovations en matière de coûts tout au long du cycle de vie des véhicules, 1,0 point grâce à la réduction des coûts des matériaux et 0,5 point grâce à la localisation.

L'entreprise maintient ses prévisions concernant sa marge bénéficiaire d'exploitation pour 2026, comprise entre 6,3 et 7,3 %, contre 6,2 % en 2025, malgré un contexte économique difficile. Ces prévisions s'appuient sur une rentabilité accrue due à la hausse des ventes de véhicules hybrides et sur l'impact du lancement de nouveaux modèles au second semestre.

S'agissant de la rémunération des actionnaires, Hyundai continuera d'appliquer un taux de distribution total d'au moins 35 %, un dividende minimum de 10 000 wons par action et un dividende trimestriel de 2 500 wons par action. L'entreprise procédera également à l'annulation de toutes les actions propres qu'elle détient, à l'exception de celles affectées à la rémunération des salariés, comme approuvé lors de l'assemblée générale des actionnaires de mars 2026. Le montant à annuler s'élève à environ 0,8 billion de wons, sur la base du cours de clôture précédent. De plus amples informations concernant l'annulation des actions propres sont disponibles sur le site Internet de la Bourse de Corée. Afin de favoriser une communication plus claire avec le marché, le terme « rendement total pour les actionnaires » (TSR) a été remplacé par « taux de distribution totale » (TPR).

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 2026) et de près de deux cents épreuves locales via son réseau de distributeurs.