Hyundai Motor Company dévoile sa vision audacieuse d'ici à 2030 et sa feuille de route produit à l'occasion du CEO Investor Day 2025

- Hyundai revoit à la hausse son objectif de ventes mondiales en le portant à 5,55 millions d'unités à l'horizon 2030
- La marque ambitionne de vendre 3,3 millions de véhicules électrifiés, en s'appuyant sur plus de 18 modèles hybrides et une gamme complète de VE
- La marque étendra son activité dans de nouveaux segments, dont ceux des pickups de taille moyenne et des véhicules utilitaires légers
- Nouveaux VE disponibles selon les régions : IONIQ 3 pour le marché européen, un premier VE spécialement conçu pour le marché indien, ainsi que le SUV Elexio et une berline 100 % électrique produits en Chine
- Lancement de modèles électriques à autonomie étendue (EREV) d'ici à 2027, destinés à assurer la transition vers l'électrification complète de la gamme et offrant une autonomie supérieure à 960 km
- La phase 2 de l'expansion de HMGMA permettra d'accroître sa capacité de production de 200 000 unités à l'horizon 2028, et représentera un investissement de 2,7 milliards de dollars qui se traduira par la création de 3 000 nouveaux emplois
- En intégrant le concept d'usine définie par logiciel dans le cadre de l'expansion de ses capacités de production, Hyundai Motor Company prévoit de produire 1,2 million d'unités supplémentaires sur ses chaînes d'assemblage à l'échelle mondiale

Hyundai Motor France
71 Bd National,
La Garenne-Colombes, 92250, FRANCE
www.hyundai.news/fr

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

- Les technologies de batterie de nouvelle génération permettront de réduire les coûts tout en gagnant en performances, avec notamment le lancement, dès 2026, d'un système de gestion des batteries basé sur le cloud
- La plateforme dédiée aux véhicules définis par logiciel contribuera à transformer l'expérience client
- Basée sur une architecture informatique conçue pour les véhicules hautes performances, elle permettra des mises à jour en continu, et proposera des fonctionnalités personnalisées ainsi que des services de mobilité gérés par l'IA
- La marque de luxe Genesis entend lancer une gamme complète de modèles électrifiés (EREV, hybrides et BEV), incluant notamment son SUV phare, dont l'objectif de ventes annuelles est fixé à 350 000 exemplaires à l'horizon 2030
- Les orientations financières 2025 revoient à la hausse l'objectif de croissance du chiffre d'affaires à 5–6 % ; portent la marge bénéficiaire d'exploitation à 6–7 % ; et prévoient un investissement de 77,3 billions de wons d'ici à 2030

NEW YORK/SÉOUL, 18 septembre 2025 – Hyundai Motor Company a dévoilé aujourd'hui la stratégie de croissance la plus ambitieuse de son histoire à l'occasion de son premier CEO Investor Day organisé en dehors de la Corée du Sud.

Cet événement a servi de tremplin à l'entreprise pour présenter sa stratégie à long terme à ses investisseurs et partenaires, mettant particulièrement l'accent sur son engagement à opérer une expansion spectaculaire de sa gamme de produits tout en privilégiant l'excellence de fabrication et l'innovation technologique.

Dans son discours prononcé à New York, le CEO José Muñoz a insisté sur la transformation de Hyundai en un leader mondial de la mobilité, laquelle s'appuie avant tout sur l'extension stratégique de sa gamme de produits, des technologies d'électrification révolutionnaires et des capacités définies par logiciel visant à redéfinir l'expérience automobile.

« Dans un secteur confronté à une mutation sans précédent, Hyundai est idéalement positionné pour réussir sachant qu'il allie des produits séduisants, une grande flexibilité de production, un véritable leadership technologique, des distributeurs d'exception et

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

une dimension internationale, explique José Muñoz, Président et CEO de Hyundai Motor Company. Nous proposons, tous segments confondus, une offre complète de modèles électrifiés, nous localisons notre production sur des marchés clés, et nous nous appuyons sur des technologies révolutionnaires, à l'instar des véhicules définis par logiciel ou des batteries de nouvelle génération. Notre rapidité d'adaptation, associée au formidable potentiel des 50 filiales du Groupe et à notre engagement indéfectible envers les clients, nous permettra de continuer à créer une valeur exceptionnelle pour nos partenaires. C'est une grande chance pour moi d'être chez Hyundai ! »

Hyundai réaffirme sa volonté de vendre 5,55 millions de véhicules au niveau mondial à l'horizon 2030. Sur la base de cette dynamique, les véhicules électrifiés devraient représenter 60 % des ventes totales de la marque pour atteindre 3,3 millions d'unités, et c'est en Amérique du Nord, en Europe et en Corée du Sud que la progression devrait être la plus significative.

Une extension inédite de l'offre produit

L'entreprise compte étendre sa gamme de véhicules hybrides pour porter leur nombre à plus de 18 d'ici à 2030, avec notamment le lancement de modèles hybrides Genesis dès 2026. Le nouveau Hyundai Palisade Hybride héritera également de la technologie TMED-II de nouvelle génération, qui permettra d'optimiser ses performances et son rendement énergétique.

Hyundai lancera son premier pickup de taille moyenne avant 2030 en Amérique du Nord, ciblant ainsi l'un des segments de marché les plus importants de la région. Depuis le lancement du Santa Cruz en 2021, l'entreprise a acquis une précieuse expérience et renforcé la présence de la marque, s'offrant ainsi une position de choix pour étendre son rayonnement sur le marché américain.

La stratégie de Hyundai en matière de VE s'articule autour de produits adaptés aux spécificités régionales conçus pour des marchés spécifiques.

IONIQ 3 illustrera parfaitement la volonté de Hyundai de proposer aux clients du marché généraliste européen des systèmes d'infodivertissement de nouvelle génération. L'Inde accueillera son premier VE spécialement conçu pour les conducteurs du pays, tandis que ce marché disposera également d'une chaîne logistique localisée. La Chine bénéficiera quant à elle du SUV Elexio et d'une berline 100 % électrique destinée au segment C, tous deux produits au niveau local, ce qui marquera une étape clé dans l'engagement de la marque sur le marché chinois.

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

Ces nouveaux modèles viendront compléter l'actuelle gamme de VE de Hyundai – composée de IONIQ 5, IONIQ 6 et IONIQ 9 – offrant ainsi aux clients un large choix de solutions de mobilité sur une grande diversité de marchés.

Les véhicules électriques à autonomie étendue (EREV), dont le lancement est prévu pour 2027, feront appel à des batteries et des moteurs hautes performances afin d'offrir tout à la fois une expérience de conduite similaire à celle des VE et une autonomie supérieure à 960 km résultant d'une intégration optimisée de la batterie et du moteur.

Contrairement aux EREV classiques, les modèles proposés par Hyundai seront dotés de batteries hautes performances développées en interne, qui permettront d'exploiter la pleine puissance du moteur avec moins de la moitié de leur capacité, contribuant ainsi à rendre ce type de véhicule plus accessible tout en offrant une autonomie et des performances d'exception, et en dissipant les inquiétudes des clients liées à l'autonomie.

Hyundai étendra sa gamme N hautes performances pour porter le nombre de ses modèles à sept à l'horizon 2030, avec un objectif de ventes de 100 000 unités au niveau mondial. Nouveau IONIQ 6 N, qui inaugurera une nouvelle génération de VE hautes performances, bénéficiera de trois modes d'optimisation de température et de technologies propres aux modèles N visant à améliorer l'engagement sensoriel des conducteurs.

Sur le segment des véhicules utilitaires, Hyundai étendra son offre sur le marché nord-américain. En plus de proposer ses actuels poids lourds XCIENT Fuel Cell et les semi-remorques de sa filiale Hyundai Translead, l'entreprise envisage également d'investir le marché des vans électrifiés de grand gabarit. À cette fin, Hyundai s'appuiera sur ses pôles de production de véhicules utilitaires déjà existants dans le souci de proposer des solutions logistiques durables.

L'usine définie par logiciel au service d'une approche innovante de la production au niveau mondial

Dans le cadre du plan d'investissement annoncé en août dernier par Hyundai Motor Group, Hyundai Motor Group Metaplant America (HMGMA) s'est fixé pour objectif d'atteindre une capacité de production totale de 500 000 unités d'ici à 2028, principalement axée sur les véhicules hybrides et électriques. Une telle expansion générera 3 000 emplois directs et indirects en Géorgie et impliquera un investissement de 2,7 milliards de dollars sur trois ans.

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

D'ici à 2030, Hyundai entend produire sur le sol américain plus de 80 % des véhicules vendus aux États-Unis, et accroître la part de la chaîne d'approvisionnement pour la porter de 60 à 80 %.

Au niveau mondial, l'entreprise prévoit d'accélérer ses capacités de production en les augmentant de 1,2 million d'unités d'ici à 2030. Ce chiffre comprend notamment 500 000 unités supplémentaires produites par HMGMA, 250 000 unités issues du pôle d'exportation multi-modèles de Pune en Inde, et 200 000 unités en provenance de l'usine de VE d'Ulsan.

Les sites d'assemblage de sous-ensembles prémontés (CKD) implantés en Arabie Saoudite, au Vietnam, en Afrique du Nord et dans d'autres pays devraient fournir, pour leur part, 250 000 unités supplémentaires. Dans le cadre de l'initiative « Saudi Made », l'usine saoudienne de Hyundai, dont l'activité devrait débuter au quatrième trimestre 2026, sera dotée de robots de nouvelle génération et d'un outil de production localisé qui lui assureront une capacité de production de 50 000 unités.

Au-delà de la simple augmentation de ses volumes de production, l'entreprise compte mettre pleinement en œuvre le concept d'usine définie par logiciel pour atteindre l'excellence en matière de fabrication. Le centre d'innovation de Hyundai Motor Group à Singapour (HMGICS) continue d'étendre ses technologies révolutionnaires à l'ensemble des usines du Groupe à travers le monde, favorisant ainsi des améliorations quantifiables sur le plan de la flexibilité de production.

HMGMA prévoit de produire un mix de 10 modèles hybrides et électriques, tandis que 12 modèles 100 % électriques devraient sortir des chaînes de production de la nouvelle usine d'Ulsan grâce à ses systèmes entièrement robotisés de dernière génération qui permettent de réaliser des opérations de maintenance prédictive, de simulation numérique et d'autodiagnostic.

L'intégration de Boston Dynamics a contribué à faire évoluer les technologies robotiques fondamentales, et à améliorer ainsi l'excellence opérationnelle grâce à l'automatisation intelligente et à la collaboration homme-robot. Au-delà même de la production, ces avancées s'étendent à la logistique, aux infrastructures intelligentes et aux applications de mobilité qui seront proposées à l'avenir.

Accélération des technologies avancées

L'innovation en matière de batteries demeure au cœur de la stratégie de Hyundai. La

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

marque continue d'améliorer la durabilité, la rentabilité et la sécurité de ses batteries en s'appuyant sur sa philosophie de conception axée sur les clients. Ces avancées témoignent du leadership de l'entreprise dans le domaine des technologies de batterie et de son engagement à proposer des véhicules électrifiés à la fois sûrs et fiables.

La stratégie adoptée par Hyundai en ce domaine donnera lieu à des améliorations de tout premier ordre d'ici à 2027 : réduction des coûts de 30 %, augmentation de 15 % de la densité énergétique et diminution de 15 % des temps de recharge, lesquelles contribueront à renforcer nettement la compétitivité des VE. L'entreprise a analysé les données de durabilité de plus de 50 000 IONIQ 5, certains ayant parcouru plus de 400 000 kilomètres, et il en est ressorti que la plupart d'entre eux avaient conservé plus de 90 % des performances de leur batterie.

Parmi les technologies de sécurité avancées de Hyundai figure le système de gestion de la batterie (BMS), l'un des plus performants du secteur, qui réalise des diagnostics prédictifs en temps réel lors des phases de conduite, de recharge et d'arrêt. Dès 2026, le BMS basé sur le cloud collectera les données issues de différents environnements de véhicule, en faisant appel à une technologie propriétaire de modélisation avancée pour garantir des diagnostics plus rapides et plus précis. Il existe de multiples couches de sécurité exclusives comprenant notamment des barrières de séparation, des relais ultra-sécurisés, des boucliers réfractaires et des évents de sécurité qui empêchent tout emballement thermique et assurent une protection contre les incendies.

Hyundai est également l'un des leaders du marché dans le domaine de la technologie des piles à combustible, avec 73 000 véhicules électriques à pile à hydrogène vendus à ce jour. L'entreprise développe des systèmes de pile à combustible de nouvelle génération destinés exclusivement à des applications utilitaires, offrant un maximum d'efficience, de durabilité et de puissance pour répondre aux exigences de la mobilité de demain.

Hyundai accélère sa transition vers les véhicules définis par logiciel (SDV) grâce à un éventail complet de technologies centré sur l'architecture E&E, elle-même basée sur le domaine informatique et des entrées/sorties (CODA), une architecture matérielle simplifiée qui découple le logiciel du matériel pour maximiser l'efficacité et l'évolutivité en matière de développement. Cette structure repose sur l'ordinateur de bord hautes performances (HPVC) et les contrôleurs de zone, qui permettent de réduire la complexité des câblages et de supprimer le besoin de contrôleurs physiques supplémentaires.

Au cœur de la stratégie SDV de la marque se trouve Pleos, un système d'exploitation

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

distribué embarqué qui permet des mises à jour logicielles rapides, des améliorations personnalisées des fonctionnalités des véhicules et une expérience de conduite plus sûre et plus flexible. Le matériel étant découplé du logiciel, Pleos offre un environnement plug-and-play hautement flexible qui est compatible avec diverses solutions matérielles et accélère l'intégration des mises à jour de sécurité et des nouvelles fonctionnalités.

Hyundai lancera Pleos Connect, son système d'infodivertissement de nouvelle génération, à compter du second semestre de l'année prochaine. Ce dernier intègre plusieurs technologies clés, telles que la fonction multi-fenêtres, la personnalisation basée sur le profil d'utilisateur et un marché d'applications tierces embarqué, lesquelles créeront de nouvelles opportunités de revenus basées sur les services.

Les technologies d'IA jouent également un rôle clé dans la stratégie SDV de Hyundai. Atria AI autorise la conduite autonome sans carte de navigation détaillée, Gleo AI garantit des interactions intuitives reposant sur la reconnaissance vocale et Capora AI optimise la gestion de flotte grâce à l'analyse de données à grande échelle.

Transformation de la marque de luxe Genesis

Genesis, la marque premium de Hyundai, célèbre son 10e anniversaire avec des résultats exceptionnels. La marque a atteint le chiffre d'un million de ventes cumulées en moins de huit ans et affiche une marge bénéficiaire à deux chiffres sur plus de 20 marchés mondiaux, renforçant ainsi son statut de marque automobile premium de premier plan.

Genesis ambitionne de vendre 350 000 véhicules par an d'ici à 2030 en consolidant sa présence aux États-Unis, en Europe, au Moyen-Orient, en Corée du Sud, en Chine et sur les marchés émergents. La vision produit de la marque inclut des SUV de luxe tels que les concepts X Gran Equator et Neolun, des modèles iconiques qui suscitent l'émotion comme le concept X Gran Coupé, ainsi que Magma Halo et des véhicules ultra-personnalisés qui renforcent son positionnement haut de gamme.

L'écurie Genesis Magma Racing fera ses débuts dans le cadre du Championnat du monde d'endurance FIA en 2026 et de l'IMSA SportsCar Championship en 2027, contribuant à transposer les innovations technologiques issues de la compétition dans l'ensemble des modèles de la gamme Genesis.

La marque entend renforcer son implantation sur 20 marchés européens tout en consolidant sa présence sur ses marchés principaux en s'appuyant sur son outil de production basé aux États-Unis et sur le lancement de plusieurs modèles électriques à autonomie étendue. La plateforme de nouvelle génération est adaptée aux configurations multi-énergies et à l'intelligence des SDV grâce à son architecture CODA. Parallèlement, elle sait préserver les

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

caractéristiques de conduite qui font l'ADN de la marque, à savoir la robustesse et l'agilité.

Écosystème de partenariats stratégiques

Hyundai accélère sa pénétration des marchés et son développement technologique en nouant des alliances transformatrices.

Sa collaboration avec Waymo inclut des prototypes dérivés de IONIQ 5 qui, après avoir fait l'objet d'une homologation, ont été livrés en vue d'être testés sur les routes publiques américaines dès cette année. Ces véhicules intègrent la technologie de conduite 100 % autonome de Waymo, marquant ainsi une étape clé dans la stratégie de mobilité autonome de Hyundai.

Dans le cadre de son partenariat stratégique avec General Motors, Hyundai lancera, dès 2028, cinq modèles co-développés avec le constructeur américain. Selon la marque, une fois que la production aura atteint son plein régime, les ventes de ces véhicules devraient dépasser les 800 000 unités.

Cette gamme comprendra des vans utilitaires électriques destinés au marché nord-américain, ainsi que des véhicules compacts, des SUV compacts et des camions compacts et de taille moyenne pour l'Amérique centrale et du Sud, exploitant ainsi pleinement l'expertise de GM et les capacités de production de Hyundai.

Le partenariat de Hyundai avec Amazon Autos permet de renforcer la notoriété de la marque, d'améliorer le taux de conversion des ventes et de tirer parti du haut niveau de satisfaction client d'Amazon pour atteindre de nouveaux publics.

Cette collaboration contribue également à améliorer la rentabilité des distributeurs grâce à de nouvelles options de financement, à des offres annexes et à une meilleure visibilité des ventes hors ligne. Cette initiative s'inscrit dans l'objectif de l'entreprise de moderniser l'expérience client et d'étendre sa présence sur le marché automobile en ligne.

Projections financières et valeur pour les actionnaires

Lors du CEO Investor Day, Seung Jo (Scott) Lee, Directeur financier de Hyundai, a présenté les stratégies financières de l'entreprise. Il a annoncé les nouvelles orientations annuelles de Hyundai, son futur plan d'investissement, ses objectifs financiers à moyen et long termes, et sa politique de retour aux actionnaires.

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

Le chiffre d'affaires cible a été revu à la hausse de 5-6 %, soit une augmentation de deux points de pourcentage par rapport au chiffre annoncé en janvier dernier. L'entreprise a révisé à la baisse son objectif de marge bénéficiaire d'exploitation à 6-7 % (-1 point de pourcentage), en raison de l'impact des nouveaux droits de douane imposés par les États-Unis.

Hyundai a annoncé un plan d'investissement de 77,3 billions de wons sur cinq ans entre 2026 et 2030, soit 7 billions de plus par rapport aux prévisions de l'année dernière. Cet investissement sera réparti de la façon suivante : 30,9 trillions de wons pour la recherche et le développement (R&D), 38,3 trillions de wons pour les dépenses en capital (CAPEX) et 8,1 trillions de wons pour les investissements stratégiques.

Cette stratégie vise à renforcer la compétitivité mondiale de l'entreprise grâce au développement de talents dans le domaine des logiciels, à l'expansion de ses capacités au niveau local et à des investissements dans des secteurs stratégiques, dont celui des technologies d'avenir.

Pour accélérer la localisation et gagner en rentabilité, l'entreprise investira 15,3 billions de wons en vue d'accroître ses capacités de production et de bâtir un écosystème de la robotique aux États-Unis, dans le cadre de l'engagement plus large de Hyundai Motor Group à investir 26 milliards de dollars aux États-Unis.

Hyundai entend atteindre une marge bénéficiaire d'exploitation durable de 7-8 % d'ici à 2027 et de 8-9 % d'ici à 2030 en s'appuyant sur un meilleur mix produit – incluant les hybrides et les modèles de la marque Genesis – une stratégie de localisation efficace et une plus forte rentabilité.

Entre 2025 et 2027, Hyundai mettra en œuvre une politique de rendement total pour les actionnaires (TSR) de plus de 35 %, comme annoncé lors du CEO Investor Day 2024. Hyundai atteindra cet objectif en combinant dividendes, rachats d'actions et annulations d'actions propres avec une grande flexibilité. L'entreprise maintiendra également un dividende par action (DPS) minimum de 10 000 wons.

« Nous ne nous contentons pas de nous adapter au changement – nous en sommes l'un des principaux acteurs, conclut José Muñoz. Grâce à notre engagement en faveur de l'électrification, à nos investissements dans les véhicules définis par logiciel, à notre souci d'excellence en matière de fabrication et à notre volonté affirmée de considérer chaque client comme un invité d'honneur, nous œuvrons à bâtir l'entreprise de mobilité du futur. »

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.

– 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.

Déclaration de non-responsabilité : Selon Hyundai Motor Company, les informations contenues dans le présent communiqué étaient exactes au moment de leur publication. Cependant, le groupe peut télécharger des informations nouvelles ou actualisées le cas échéant, et estime qu'il n'est pas responsable de la précision des informations interprétées et utilisées par le lecteur.