

# Information de presse

État: 07.03.2022

## Hyundai Motor accélère sa stratégie d'électrification et vise 7% du marché mondial des véhicules l'électrique d'ici à 2030

- Le CEO de Hyundai Motor Jaehoon Chang a dévoilé la feuille de route et les stratégies d'électrification de l'entreprise dans le cadre du forum «CEO Investor Day 2022» qui s'est tenu aujourd'hui
- L'objectif de Hyundai est de vendre 1,87 million de véhicules électriques à batterie (BEV) par an d'ici 2030 en renforçant sa gamme
  - Et de lancer 17 nouveaux modèles BEV d'ici 2030; 11 modèles pour Hyundai et six pour la marque de luxe Genesis
- D'augmenter la capacité de production de BEV centrée sur les régions à forte demande
  - L'entreprise envisage de construire une nouvelle usine de production dédiée aux BEV
- D'optimiser l'efficacité des batteries lithium-ion; développer des technologies pour la nouvelle génération de batteries fait partie intégrante de la stratégie globale de l'entreprise en matière de batteries
- De renforcer la compétitivité des BEV en travaillant à la fois sur les matériaux (hardware) et les logiciels (software)
  - D'introduire une architecture modulaire intégrée (IMA) en 2025
  - D'investir 12 trillions (milliards de milliards) de wons pour améliorer la compétitivité du matériel et des logiciels dans des domaines tels que la connectivité et la conduite autonome
- Hyundai prévoit d'investir un total de 95,5 trillions de wons dans ses activités futures d'ici 2030
  - D'investir 19,4 trillions de wons dans l'électrification
- L'entreprise vise une marge bénéficiaire d'exploitation de 10% ou plus pour les BEV; sur une base consolidée, l'entreprise vise à atteindre une marge bénéficiaire d'exploitation de 10%
- Elle entend poursuivre un progrès durable en renforçant la compétitivité du hardware et des logiciels dans les véhicules électriques, a déclaré le CEO Chang

Hyundai Motor Company a dévoilé aujourd'hui sa feuille de route pour accélérer ses ambitions d'électrification, tout en poursuivant le progrès durable pour l'entreprise.

Le président et CEO Jaehoon Chang et d'autres dirigeants ont présenté leurs plans aux actionnaires et aux investisseurs, ainsi qu'à diverses autres parties intéressées, dans le cadre du forum virtuel «2022 CEO Investor Day». L'entreprise a également révélé ses objectifs en termes de ventes et de résultats financiers à atteindre d'ici 2030.

Les piliers de la feuille de route de Hyundai pour les véhicules électriques à batterie (BEV) sont: le renforcement des gammes de BEV, l'optimisation de la capacité de production et la garantie de la compétitivité des matériaux et des logiciels. Selon ce plan, l'entreprise vise à faire passer les ventes mondiales annuelles de BEV à 1,87 million d'unités et à s'assurer une part de 7% du marché mondial d'ici à 2030.

Hyundai a également présenté ses objectifs financiers à moyen et long terme. D'ici 2030, l'entreprise a prévu d'investir 95,5 trillions de wons dans ses activités futures, dont 19,4 trillions de wons pour l'électrification et 12 trillions de wons pour les compétences logicielles.

D'ici 2030, Hyundai entend aussi atteindre une marge bénéficiaire d'exploitation de 10% ou plus dans le commerce des véhicules électriques, en améliorant la compétitivité dans les matériaux et les compétences logicielles avec des gammes de modèles élargies. Sur une base consolidée, elle vise à assurer une marge de profit d'exploitation de 10 pourcents.

*«Hyundai accélère avec succès sa transition vers l'électrification et devient un leader mondial des véhicules électriques, malgré un environnement commercial rendu difficile par la pénurie mondiale de composants électroniques et par la pandémie qui sévit», a déclaré le **président Chang**. «Parallèlement à ses efforts incessants pour améliorer la valeur des véhicules électriques, Hyundai Motor continuera d'assurer la durabilité de ses activités en tant que «fournisseur de solutions de mobilité» en faisant appel à des technologies avancées, non seulement au niveau du matériel, mais aussi des logiciels.»*

### **Étoffer les gammes de BEV**

Hyundai Motor a relevé les objectifs de ventes de véhicules électriques de 560 000 unités d'ici 2025 précédemment annoncées à 1,87 million d'unités d'ici 2030. Le but de l'entreprise étant d'obtenir 7% de parts de marché au niveau mondial.

Hyundai prévoit de lancer 17 modèles électriques, 11 sous la marque Hyundai et 6 sous la marque de luxe Genesis d'ici 2030, dans le but d'étoffer son offre de BEV.

La nouvelle gamme de véhicules électriques de Hyundai comprendra trois berlines, six SUV, un utilitaire léger et un véhicule d'un nouveau type. Cette année, Hyundai commercialisera IONIQ 6, suivie par IONIQ 7 en 2024.

Du côté de la marque de luxe Genesis, la gamme électrique se composera de deux limousines et de quatre SUV, y compris la version électrifiée du GV70 qui sera lancée cette année. À partir de 2025, tous les nouveaux modèles lancés par Genesis seront électrifiés.

### **Optimiser les capacités de production de véhicules électriques**

Pour accélérer sa transition vers l'électrification, Hyundai Motor s'efforce de mettre au point un processus hautement efficace de fabrication des BEV. Pierre angulaire de l'innovation en ce qui concerne la chaîne de valeur de la mobilité de l'entreprise, le Centre Mondial d'Innovation de Hyundai Motor à Singapour (HMGICS) va concevoir une plateforme d'innovation de fabrication centrée sur l'humain. Cette nouvelle plateforme devrait permettre d'apporter des innovations spectaculaires en matière d'efficacité de production grâce à un système de production flexible, un degré d'automatisation avancé et une technologie de jumelage numérique. À l'avenir, cette innovation sera étendue à toutes les usines du groupe dans le monde.

Outre les unités de production de véhicules électriques déjà existantes en Corée du Sud et en République tchèque, Hyundai prévoit d'étendre progressivement ses bases de fabrication de véhicules électriques, en commençant par l'usine de production récemment entrée en fonction en Indonésie. Cette usine indonésienne commencera à fabriquer des véhicules électriques cette année, pour aider à accroître le volume de production de véhicules électriques.

Parallèlement au développement des unités de production de BEV, l'entreprise s'efforce d'augmenter le taux d'approvisionnement en batteries au niveau local par le biais d'alliances stratégiques avec des fabricants de batteries dans les régions principales, y compris aux États-Unis, pour garantir un approvisionnement suffisant en batteries. Grâce à ces alliances, l'entreprise espère obtenir plus de 50% des batteries au lithium de nouvelle génération nécessaires pour ses véhicules électriques dès 2025.

Hyundai va également diversifier ses sources d'approvisionnement en batterie pour consolider la compétitivité de ses futurs BEV. L'entreprise s'est assurée d'un approvisionnement suffisant en batteries pour atteindre ses objectifs de vente d'ici 2023. Hyundai prévoit de poursuivre sa collaboration avec divers fabricants de batteries, pour s'assurer 170 GWh de batteries pour ses modèles, y compris ceux de la marque de luxe Genesis, d'ici 2030.

En ce qui concerne les batteries de nouvelle génération, telles que les batteries solides, Hyundai collabore avec divers partenaires mondiaux pour améliorer leur densité énergétique et leur rentabilité.

### **Assurer la compétitivité matérielle et logicielle**

Hyundai Motor prévoit d'introduire une Architecture Modulaire Intégrée (IMA), dérivée de sa plateforme électrique modulaire mondiale (E-GMP), lancée avec succès en 2021, qui sert de base aux IONIQ 5 et GV60. La plateforme IMA ne sera pas seulement utilisée pour les véhicules électriques de Hyundai Motor destinés au transport de passagers mais également pour les véhicules à but particulier (PBV), ce qui permettra de rationaliser la production et de réduire les coûts.

L'IMA a été développée dans le but de standardiser non seulement un châssis, mais également les systèmes de batterie et de moteur. Cette architecture innovante pourra être utilisée pour les modèles de BEV de tous les segments et elle améliorera leur autonomie.

Contrairement au système actuel de développement des véhicules électriques, qui comprend des types de batteries différents pour chaque modèle, l'IMA permet d'utiliser des packs de batterie standardisés, mais montés de façon flexible, quel que soit le modèle, ce qui permet d'optimiser les coûts. Grâce au système «cell to pack», la nouvelle architecture permet de garantir une densité énergétique suffisante et de diminuer les temps de recharge.

Cinq types de moteurs, standardisés, pourront être installés sur l'IMA, en fonction des besoins du modèle. Ce système de motorisation modulaire permet d'assurer la compétitivité en termes de coût et de poids, comme en termes d'efficacité du moteur.

Hyundai Motor va également s'efforcer de développer des architectures logicielles pour garantir aux clients une expérience propriétaire satisfaisante. L'entreprise prévoit d'utiliser des mises à jour «over the air» (OTA) sur tous les nouveaux modèles lancés à partir de fin 2022 et de l'étendre à tous les modèles Hyundai d'ici 2025. De plus, le nombre d'unités de contrôle intégrées pourra être réduit d'un tiers d'ici 2030.

En termes de technologie de conduite autonome, le Highway Driving Pilot (HDP), une fonction de conduite autonome de niveau 3, sera intégré à la Genesis G90 dès le second semestre de cette année. Le «Motional», la joint-venture en matière de conduite autonome entre Hyundai Motor Group et Aptiv, prévoit d'élargir la zone de service d'un robotaxi sur base de IONIQ 5, après son lancement commercial en 2023. Et d'entamer le service de livraisons en conduite autonome cette année, via un partenariat avec Uber Eats.

Hyundai réalisera sa transformation logicielle en développant les secteurs d'activité de la mobilité, de la connectivité et d'autres services basés sur les données, ainsi qu'en améliorant la compétitivité de ses logiciels. Pour y parvenir, l'entreprise va créer des centres d'excellence spécialisés dans le développement logiciel, en Corée et à l'étranger.

D'ici 2030, l'entreprise va investir un total de 12 trillions (milliards de milliards) de wons pour accroître la compétitivité dans le domaine des logiciels, dont 4,3 trillions de wons dans le développement de technologie dans des domaines comme la connectivité et la conduite autonome, 4,8 trillions de wons pour des investissements stratégiques dans des start-ups et des instituts de recherche et 2,9 trillions de wons dans les technologies d'information et de communication (ICT). L'entreprise a pour objectif que, après 2030, les revenus des activités liées aux logiciels représentent environ 30% du chiffre d'affaires total.

### **Objectifs financiers**

Hyundai a également dévoilé ses objectifs financiers à moyen et long terme jusqu'en 2030, y compris un investissement de 95,5 trillions de wons. Sur cet investissement total, 39,1 trillions de wons seront dévolus à la recherche et au développement et 43,6 trillions de wons seront consacrés aux dépenses pour améliorer la compétitivité des affaires. Les 12,8 trillions de wons restants sont destinés aux investissements stratégiques.

Ce plan de dépenses de 95,5 trillions de wons inclut 19,4 trillions de wons pour des investissements dans le secteur de l'électrification, pour augmenter le potentiel de production d'EV, la construction de stations de recharge et la conclusion d'alliances technologiques stratégiques.

D'ici 2030, le but de Hyundai est d'atteindre une marge bénéficiaire de 10% ou plus dans les véhicules électriques, en augmentant les volumes de vente et en innovant dans les structures de coûts. L'élargissement de la gamme des véhicules électriques, le développement de batteries de nouvelle génération efficaces et l'IMA doivent aider l'entreprise à atteindre ses objectifs financiers. Sur une base consolidée, l'entreprise s'est fixé comme objectif une marge d'exploitation de 10%.

Comme elle l'a communiqué un peu plus tôt dans l'année, Hyundai vise une croissance de 13 à 14% de son chiffre d'affaires consolidé et une marge bénéficiaire d'exploitation consolidée de 5,5 à 6,5% en 2022. L'objectif de l'entreprise est de vendre un total de plus de 4,3 millions de véhicules.

Grâce à une politique de rendement favorable au marché, Hyundai Motor s'efforce aussi d'accroître la valeur pour les actionnaires. Malgré les soucis liés aux incertitudes qui entourent actuellement le marché, l'entreprise prévoit de maintenir sa politique de dividendes annuels au même niveau que l'année dernière.

\* \* \*

**Personne de contact:**

**Blattner Nicholas**

Public Relations Manager

Hyundai Suisse

T +41 44 816 43 45

T +41 79 412 13 11

[nicholas.blattner@astara.com](mailto:nicholas.blattner@astara.com)

Les communiqués de presse et les photos peuvent être consultés ou téléchargés sur le site Internet de Hyundai réservé aux médias: [news.hyundai.ch](http://news.hyundai.ch)