

# Communiqué de presse

État: 29.10.2019

## La valeur de la marque Hyundai poursuit sa forte hausse

- Désormais au 36<sup>e</sup> rang du classement des entreprises le plus important du monde
- Parmi les constructeurs automobiles, Hyundai occupe la sixième place
- L'agence leader Interbrand honore les investissements de Hyundai dans la mobilité du futur

Hyundai Motor Company (HMC) poursuit la croissance continue de la valeur globale de sa marque et s'assure pour la cinquième année consécutive une place parmi les 40 entreprises du monde les mieux évaluées par Interbrand. Après une progression de la valeur de la marque Hyundai de 4,6 % par rapport à l'année précédente, HMC occupe à présent la 36<sup>e</sup> place du classement actuel des marques mondiales. HMC occupe la sixième position parmi les constructeurs automobiles répertoriés.

Entreprise leader depuis plus de 40 ans dans le conseil des marques, l'agence Interbrand évalue chaque année les entreprises présentes à l'échelle mondiale et établit à partir de ce constat le classement «Best Global Brands». La valeur d'une marque résulte d'une estimation de ses activités économiques et financières et de ses mesures en matière de marketing. Sur cette base, les futurs chiffres d'affaires notamment sont extrapolés, et Interbrand résume pour finir la valeur de la marque en un montant en dollars. Ce chiffre indique le succès d'une entreprise ayant une marque attrayante par rapport à un concurrent ayant une marque non attrayante. Le total doit toutefois être considéré indépendamment de la valeur de l'entreprise. Concernant Hyundai, la valeur de la marque est passée par rapport à l'année précédente de 13,5 à 14,1 milliards de dollars.

### L'hydrogène est la clé du succès

Depuis que Hyundai a intégré en 2005 le classement des 100 meilleures entreprises, le constructeur automobile coréen ne s'est pas contenté de maintenir son rang: il a même progressé de 48 places. La valeur de la marque exprimée en argent a augmenté pendant cette période de plus de dix milliards de dollars. En 2005, HMC occupait la 84<sup>e</sup> place avec une valeur de la marque de 3,5 milliards de dollars. Hyundai a accédé au Top 40 en 2015.

*«Hyundai Motor a pour ambition de devenir une entreprise leader dans la mobilité du futur», déclare **Veljko Belamaric, Managing Director de Hyundai Suisse.** «Nous y parviendrons si nous considérons le bouleversement dramatique que connaît l'industrie automobile comme une opportunité et si nous saisissons cette occasion; mais en ayant toujours le regard porté sur nos clients.»*

«Les investissements à long terme dans la technologie à base d'hydrogène et les efforts permanents d'étendre les activités liées aux technologies de la mobilité du futur ont énormément contribué à la croissance récente de la valeur de la marque Hyundai», déclare **Mike Rocha, directeur de l'évaluation des marques chez Interbrand**. «S'ajoute à cela que la vision claire de l'entreprise pour une société basée sur l'hydrogène et son accession réussie dans le secteur de la robotique ont démontré une chose: Hyundai Motor Company réagit de manière proactive aux bouleversements auxquels l'industrie de la mobilité sera confrontée à l'avenir.»

Un objectif majeur de l'entreprise Hyundai Motor Group (HMG) dont fait partie, outre HMC, également Kia Motors, sera formulé dans la vision 2030. Cet objectif inclut non seulement la construction de véhicules électriques à hydrogène, mais également un plan d'accélération de la mutation vers une société basée sur l'hydrogène. Car selon la vision 2030, la capacité de production de systèmes de piles à combustible doit être accrue dans le secteur du transport, afin de créer un monde reposant sur l'utilisation d'une énergie propre.

### **Les constructeurs automobiles ne doivent plus se contenter de vendre des voitures**

Hyundai Motor est en train de s'affranchir du modèle de pensée traditionnel selon lequel un constructeur automobile doit avoir pour activité principale la vente de voitures. L'entreprise développe sa gamme d'offres et de solutions alternatives pour la mobilité du futur. Celle-ci comprend des systèmes robotiques destinés à la conduite autonome, la micromobilité (par exemple au moyen de trottinettes électriques), le ridesharing (transport organisé de petits groupes de personnes), la connectivité et d'autres secteurs technologiques similaires. Toutes ces innovations permettront d'accroître encore la compétitivité de la marque.

\* \* \*

#### **Personne de contact:**

##### **Hyundai Suisse**

Nicholas Blattner, tél.: +41 44 816 43 45; fax: +41 44 816 43 09; e-mail: [nicholas.blattner@hyundai.ch](mailto:nicholas.blattner@hyundai.ch)

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)