

Informazione stampa

Stato: 29.10.2019

Il valore del Marchio Hyundai continua a crescere fortemente

- **Ora al 36esimo posto nelle classifica delle aziende più importanti al mondo**
- **Tra i costruttori di veicoli, Hyundai occupa il sesto posto**
- **L'agenzia leader Interbrand riconosce gli investimenti di Hyundai nella mobilità del futuro**

Hyundai Motor Company (HMC) mantiene e continua la crescita di valore del suo Marchio e si assicura, per il quinto anno consecutivo, un posto tra le prime 40 aziende mondiali valutate da Interbrand. Grazie a una crescita del valore globale del Marchio del 4,6 % per rapporto allo scorso anno, HMC si situa nella classifica di Interbrand al 36esimo posto tra le aziende più importanti al mondo. Tra i costruttori di veicoli HMC si aggiudica la sesta posizione.

Ogni anno l'Agenzia Interbrand, attiva da oltre 40 anni nella valutazione del valore aziendale, rileva tale valore tra le aziende attive a livello mondiale e stila la classifica dei «Best Global Brands». Il valore di un Marchio si ottiene dalla valutazione delle attività finanziarie e dalle misure di marketing adottate. Su queste basi vengono stimati i futuri ricavi aziendali. Interbrand riassume poi il valore del Marchio esprimendolo in dollari statunitensi. Questo importo indica quanto è di successo un'azienda con un Marchio attrattivo per rapporto ad una concorrente con un Marchio poco attrattivo. Tuttavia la somma deve essere considerata indipendentemente dal valore aziendale. Per Hyundai il valore del Marchio è salito dai 13,5 miliardi di dollari dello scorso anno agli attuali 14,1 miliardi.

L'idrogeno è la chiave del successo

Da quando Hyundai è stata inclusa, nel 2005, nella classifica delle 100 aziende più quotate a livello globale, il costruttore coreano di veicoli è riuscito non solo a rimanere nella classifica ma a migliorare la sua posizione di ben 48 posti. Il valore del Marchio espresso in dollari, in questo lasso di tempo, è cresciuto di oltre 10 miliardi di dollari. Nel 2005 HMC si trovava all'84esima posizione con un valore del Marchio di 3,5 miliardi di dollari. Hyundai è entrata nella top 40 dal 2015.

*«Hyundai Motor si impegna a diventare azienda leader per la mobilità del futuro», spiega **Veljko Belamaric, Managing Director di Hyundai Suisse**. «Lo fa tenendo conto dei drastici cambiamenti nel settore automobilistico e cerca di sfruttare questi mutamenti come una nuova opportunità, sempre con uno sguardo attento alle esigenze dei clienti.»*

«Gli investimenti lungimiranti nella tecnologia di propulsione a idrogeno e gli sforzi per espandere il business delle tecnologie legate alla futura mobilità., hanno influito in modo decisivo nei progressi del valore del Marchio Hyundai», afferma **Mike Rocha, Direttore Interbrands per le valutazioni dei Marchi**. «Inoltre la chiara visione dell'azienda per una società basata sull'idrogeno e il successo del passaggio verso il settore della robotica, hanno sufficientemente dimostrato una cosa: Hyundai Motor Company ha reagito in modo proattivo ai cambiamenti che le aziende dovranno affrontare per la mobilità del futuro».

Un importante traguardo aziendale di Hyundai Motor Group (HMG), che oltre al Marchio Hyundai è anche proprietario di Kia Motors, è stato riassunto nella Vision 2030 dell'azienda. Questo obiettivo non concerne solo la costruzione di vetture a propulsione elettrica dall'idrogeno, ma è anche un Piano aziendale per accelerare il cambiamento verso una società basata sull'idrogeno. Secondo Vision 2030 la produzione di celle a combustibile per il settore dei trasporti, dovrebbe essere potenziata in modo da arrivare ad un Pianeta che utilizza energie pulite.

I costruttori di veicoli non devono continuare a vendere solo vetture

Hyundai Motor sta per abbandonare il paradigma convenzionale che una casa automobilistica deve solo vendere vetture. HMG sta infatti espandendo le sue offerte e le soluzioni alternative per la mobilità del futuro. Queste includono sistemi di robotica per la guida autonoma, micro mobilità (per esempio con gli E-scooter), Ridesharing (trasporti organizzati di piccoli gruppi), connettività e sistemi tecnici simili. Tutte queste innovazioni consentiranno di aumentare ulteriormente la competitività.

* * *

A disposizione dei media per domande redazionali:

Hyundai Suisse

Nicholas Blattner, tel.: +41 44 816 43 45; fax: +41 44 816 43 09; e-mail: nicholas.blattner@hyundai.ch

I comunicati stampa e le immagini possono essere visionati e/o scaricati sul sito destinato ai media di Hyundai all'indirizzo: news.hyundai.ch