

Hyundai continua a crescere nella classifica dei 100 “Best Global Brands” di Interbrand

- Secondo Interbrand, Hyundai sale al 35° posto della classifica 2016 del “valore del brand”, confermandosi al 6° posto assoluto del settore automotive
- Il valore del brand Hyundai si attesta oggi a 12,55 miliardi di dollari, con una crescita del +11,1% rispetto al 2015

5 ottobre 2016 – Secondo la classifica dei **100 “Best Global Brands”**, promossa da **Interbrand**, il valore globale del brand **Hyundai sale quest’anno in 35° posizione assoluta** (rispetto alla 39° dell’anno scorso), raggiungendo 12,55 miliardi di dollari, in crescita dell’11.1% rispetto al 2015. L’azienda coreana sale anche alla 6a posizione della classifica Top 10 dei brand automotive internazionali, davanti a Audi, Volkswagen, Nissan e Porsche.

Hyundai ha mantenuto le vendite globali a cinque milioni di unità, grazie anche ai suoi lanci di successo dei modelli Creta, Sonata e Tucson, rafforzando nel contempo la sua filosofia moderna di Brand Premium attraverso una maggiore differenziazione tra le identità di Hyundai e di Genesis. Per il futuro, la casa coreana intende raggiungere volumi ancora più elevati grazie ai modelli a motorizzazione elettrica IONIQ, le auto ad alte prestazioni Hyundai N e al Progetto IONIQ ispirato alla mobilità del futuro.

Wonhong Cho, Executive Vice President di Hyundai Motor, ha affermato: *"Il modello di punta del brand può diventare obsoleto nel giro di pochi anni, quindi non possiamo limitare la nostra visione nei confronti dei veicoli eco-friendly. Per mantenere il nostro tasso di crescita come marchio globale, dobbiamo ridefinire il modello di business tradizionale e vedere noi stessi non solo come una società di trasporto, ma anche come un fornitore di servizi di mobilità. Con il progetto IONIQ affronteremo questo nuovo paradigma, rafforzando Hyundai Motor come uno dei marchi più importanti del mondo."*

Riconoscendo il grande traguardo raggiunto da Hyundai, Mike Rocha, Global Director of Brand Valuation di Interbrand ha affermato: *"Nel corso dell'ultimo anno, Hyundai ha ancora una volta ridefinito i suoi limiti lanciando la nuova IONIQ alla conquista della leadership nella mobilità del futuro, differenziando il brand Genesis in modo da chiarire la sua diversa identità e offrendo esperienze innovative come Hyundai Motorstudio Digital. Non vediamo l'ora di osservare come sarà il prossimo anno di crescita per Hyundai come uno dei precursori della mobilità del futuro"*.

Espandendo ulteriormente la portata del marchio, il sub-brand ad alte prestazioni Hyundai Motor

'N' è stato lanciato a settembre 2015, con l'obiettivo di rendere accessibili ad una vasta gamma di clienti auto intuitive, ad alte prestazioni e divertenti da guidare. I Concept di RM16, Hyundai N 2025 Vision Gran Turismo e RN30, presentati nel 2016, sono ispirati dalla passione della casa automobilistica per le alte prestazioni e si evolveranno nel primo vero modello Hyundai N.

Il valore del brand Hyundai dal 2006 a oggi (Interbrand)

Anno	Classifica generale	Valore del brand (mld \$)
2016	35	12.5
2015	39	11.3
2014	40	10.4
2013	43	9.0
2012	53	7.5
2011	61	6.0
2010	65	5.0
2009	69	4.6
2008	72	4.8
2007	72	4.5
2006	75	4.1

Classifica Interbrand 2016 - brand automotive

Posizione	Azienda	Valore del brand (mld \$)
1	Toyota	53.6
2	Mercedes-Benz	43.5
3	BMW	41.5
4	Honda	22.1
5	Ford	12.9
6	Hyundai	12.5
7	Audi	11.8
8	VW	11.4
9	Nissan	11.0
10	Porsche	9.5

**Le classifiche di Interbrand sono calcolate sulla base dei bilanci finanziari delle aziende e combinati con le attività di marketing, che a propria volta riflettono il profitto potenziale del brand.*

CARLO E. SABBATINI

Manager, PR & Ufficio Stampa
Hyundai Motor Company Italy

ANDREA CRESPI

Managing Director
Hyundai Motor Company Italy

PR & Press Relations Hyundai Motor Company Italy

Carlo E. Sabbatini · PR Manager · tel. 02.3805.8641 · email carlo.sabbatini@hyundai.it

Marta Marchi · Digital PR · tel. 02.3805.8640 · email marta.marchi@hyundai.it

Informazioni su Hyundai Motor Company

Fondata nel 1967, Hyundai Motor Company fa capo a Hyundai Motor Group, che dal 2009 si è inserito stabilmente fra i 5 più grandi Costruttori mondiali. Nel 2015 il Gruppo ha superato gli 8 milioni di esemplari prodotti (di cui 4,96 milioni con marchio Hyundai), con un +5% rispetto al 2014. Attivo in 190 Paesi con oltre 48 filiali dirette, Hyundai Motor Group impiega oltre 95mila dipendenti e conta 34 stabilimenti in 10 diverse nazioni (Corea inclusa), con 6.038 dealers ed un fatturato globale superiore a 51 miliardi di Euro. In Italia, forte di una rete ufficiale di 115 concessionarie, Hyundai si è consolidata al 3% del mercato nazionale, con oltre 37mila esemplari venduti (dati Gen-Ago 2016). L'Italia è il primo mercato europeo della B-MPV ix20. Inoltre, i30, ix20, i40, Tucson e Santa Fe hanno tutte ottenuto "5 Stelle" di sicurezza dall'istituto EuroNCAP. Secondo il ranking "Best 100 Global Brands 2014" di Interbrand, il valore del marchio Hyundai è

cresciuto dell'8% rispetto al 2014 ed occupa oggi la 39a posizione assoluta a livello mondiale, confermandosi il brand automobilistico che cresce più velocemente dal 2006. Nello sport, Hyundai è da anni Partner Ufficiale di FIFA e UEFA (di recente agli Europei in Francia 2016). La partnership con FIFA ha avuto inizio nel 1999, e continuerà a vedere Hyundai come sponsor *automotive* dei campionati FIFA fino al 2022. Tutte le Hyundai vendute in Italia dispongono del miglior pacchetto di servizi disponibile sul mercato, "5 Anni a Chilometraggio Illimitato" (comprendono 5 anni di garanzia, 5 anni d'assistenza stradale e 5 anni di controlli gratuiti) e del "Lifetime Mapcare" con aggiornamento gratuito delle mappe di navigazione.

Servizio Clienti: 800.359.127 | Online: Hyundai.it | Area Press: Press.hyundai.it

Social: Facebook.com/Hyundai.Italia | YouTube.com/HyundaiItalia | Twitter.com/Hyundai.Italia | Instagram.com/Hyundai.Italia