



Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 13 octobre 2016

Kia Motors se hisse à la 69^{ème} place du classement 2016 des meilleures marques mondiales d'Interbrand



- La valeur de la marque Kia a progressé de 12% pour atteindre 6,3 milliards de dollars US,
- La valeur de la marque a été multipliée par 7 depuis 2006,
- Kia gagne cinq places dans le classement des meilleures marques mondiales, le constructeur occupait ainsi la 74^{ème} place en 2015.

La valeur globale de la marque Kia Motors a progressé de 12% par rapport à l'année dernière, d'après le classement exclusif des 100 meilleures marques mondiales établi par Interbrand. Selon l'étude 2016, qui vient d'être publiée, Kia a gagné cinq places et devient la 69^{ème} meilleure marque mondiale en termes de valeur. La valeur de marque estimée du constructeur coréen est ainsi passée de 5,7 milliards de dollars US en 2015 à 6,3 milliards de dollars US en 2016. La valeur de la marque a été multipliée par sept (603%) depuis 2006, année même où le constructeur a décidé d'axer sa stratégie de croissance sur le design de ses véhicules.

« Malgré les incertitudes économiques et la stagnation du marché automobile dans plusieurs régions du monde, cette hausse de la valeur de la marque Kia témoigne clairement des efforts entrepris par le constructeur pour favoriser une croissance régulière et continue de sa notoriété. Cette performance nous incite véritablement à poursuivre notre mission visant à devenir la marque automobile la plus désirable aux yeux des clients », a expliqué **Charles Suh**, Vice-Président Sénior de la division Corporate Marketing de Kia Motors.

Mike Rocha, Directeur International de l'évaluation des marques chez Interbrand, a déclaré quant à lui : « *La hausse spectaculaire de la valeur de la marque Kia ces dernières années peut être considérée comme le résultat direct de l'intérêt grandissant des clients pour le design séduisant et les caractéristiques des véhicules de la gamme Kia, et de l'engagement de Kia à l'échelle mondiale dans des activités de communication axées sur le renforcement de son image de marque. Les performances de la marque Kia, sur le marché européen notamment, résultent de sa solide gamme de SUV mais aussi de ses programmes de communication client expérientiels, en ligne et hors ligne.* »

Dynamisme, originalité et fiabilité – les valeurs fondamentales de la marque Kia

Cette hausse significative - et continue - est le fruit des efforts déployés à l'échelle de l'entreprise pour renforcer son image et favoriser un attachement émotionnel des clients à la marque et à ses produits. Depuis 2012, la campagne marketing internationale de Kia, baptisée « A Different Beat » (Un rythme différent), a permis à l'entreprise de mettre en avant le dynamisme, l'originalité et la fiabilité de ses véhicules.

La plus belle réalisation de Kia au cours des 12 derniers mois est certainement sa première place au classement de l'étude sur la qualité initiale 2016 de JD Power aux États-Unis. C'est la première fois en 27 ans qu'une marque généraliste arrivait en tête de cette étude qui se veut une référence dans l'industrie en matière d'évaluation de la qualité des véhicules neufs. Kia a surclassé tous les autres constructeurs grâce aux performances exclusives de son crossover Kia Sportage et de son crossover urbain Kia Soul. Kia s'est également vu décerner la troisième place du classement des marques non premium dans le cadre de l'étude « Automotive Performance, Execution and Layout (APEAL) » de J.D. Power portant sur la satisfaction des clients vis-à-vis de leur véhicule neuf aux États-Unis.

L'excellence de Kia en matière de design a une nouvelle fois été saluée en 2016 ; le nouveau Kia Sportage et la nouvelle berline Kia Optima se sont ainsi vu attribuer les célèbres prix du design 'red dot' et 'iF'. D'autres nouveaux produits et technologies ont contribué à renforcer l'image de la marque, notamment le lancement du crossover hybride Kia Niro et de la nouvelle Kia Cadenza sur certains marchés. Lors du Consumer Electronics Show (CES) 2016, Kia a présenté sa vision du futur en matière de technologies de conduite autonome et annoncé le lancement de son nouveau label 'DRIVE WISE', donnant corps à sa philosophie visant à concevoir des véhicules conjuguant intelligence et sécurité, grâce à des technologies d'aide à la conduite de pointe (ADAS).

L'extension de la gamme des modèles 'GT' – dotés de motorisations suralimentées haute performance, de suspensions sport et d'un design empreint de performance – a contribué à rehausser l'attrait et le dynamisme de la marque Kia.

Parallèlement à l'évolution constante de sa gamme de produits et à la hausse des performances de chacun de ses modèles, ses partenariats officiels avec les plus grands événements sportifs de la planète ont contribué à renforcer la dynamique de croissance de la marque Kia. Ses accords de partenariat avec la FIFA, l'UEFA, la NBA, la LPGA et l'Open d'Australie ont offert au constructeur une foule d'occasions de se rapprocher de ses clients, jeunes de cœur et d'esprit, dans le monde entier.

Le classement des meilleures marques mondiales d'Interbrand

Le 17^{ème} rapport d'Interbrand sur les meilleures marques mondiales répertorie les 100 meilleures marques mondiales en termes de valeur, analysant à différents égards l'influence de la notoriété d'une marque sur ses performances – à savoir répondre aux attentes des clients ou encore favoriser une valeur économique supérieure. La méthodologie d'Interbrand fut la première méthode d'évaluation de marque certifiée ISO. Ce classement se fonde sur le croisement de différents critères, aboutissant à la valeur globale d'une marque : les performances financières des produits et services de la marque, l'influence de la marque sur la décision d'achat du client et l'impact de la notoriété de la marque sur le prix de vente et les revenus de l'entreprise.

À PROPOS DE KIA

Offrir la meilleure garantie constructeur européenne comme gage de qualité et de sérénité.

Grâce à l'excellente qualité des véhicules Kia, la marque démontre son leadership en matière de garantie et son engagement à satisfaire ses clients comme à réduire les coûts de maintenance de ses véhicules.

Pour Kia, offrir 7 ans de garantie / 150 000 km sur l'ensemble de sa gamme VP est, en Europe, un engagement sans précédent dans l'histoire de l'automobile qui vise à créer une véritable relation de confiance à long terme avec ses clients. En plus d'être une véritable garantie constructeur européenne, elle est transférable entre les possesseurs successifs du véhicule.

La satisfaction clientèle reste ainsi la première préoccupation de Kia.

Kia Motors Corporation

Kia Motors Corporation est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondée en 1944, Kia est la marque automobile la plus ancienne de Corée du Sud. Partie intégrante du Hyundai-Kia Automotive Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia possède 14 unités de fabrication et d'assemblage réparties dans 5 pays. Ces usines produisent plus de 3 millions de véhicules chaque année, véhicules qui sont vendus et entretenus par un réseau de distributeurs et concessionnaires présent dans 180 pays. Aujourd'hui, Kia emploie plus de 50 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 44 milliards de \$.

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors Corporation

Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 29 146 véhicules sur l'année 2015 (+ 3,4 % de progression vs 2014 et 1,5 % de part de marché). Kia Motors France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 13 modèles (Picanto, Rio, Venga, Soul, Soul EV 100 % électrique, cee'd, cee'd_SW, pro_cee'd, Carens, Niro, Sportage, Optima et Sorento) allant de la petite voiture citadine au grand 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 207 points de représentation.

« **Kia partenaire de vos plus belles émotions** »

Football

Kia est très présent dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'un des partenaires officiels de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football. Sur le continent européen, Kia a signé jusqu'en 2017 un partenariat avec l'UEFA EUROTOP.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie.

L'ambassadeur international de la marque est le charismatique champion Rafael NADAL.

Le logo Kia

Doté d'un dessin en trois dimensions, l'emblème de Kia reflète l'image jeune et dynamique de la marque. L'intense couleur rouge suggère la passion pour le soleil et symbolise la forte détermination de Kia d'avancer de façon enthousiaste et divertissante. L'ellipse fine et raffinée du logo symbolise le globe terrestre et fait référence au statut de Kia en tant qu'acteur majeur de l'industrie automobile mondiale.