



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CEO Investor Day 2025

Kia renforcera sa croissance par le lancement de nouveaux modèles de VE, de PBV et de pickup

- Kia poursuit son 'Plan S' pour 2030 en développant des stratégies de croissance basées sur de nouveaux produits et réaffirme son engagement en faveur de l'électrification,
- Kia table sur un volume de ventes mondiales de 4,19 millions d'unités et sur une part de marché de 4,5% à l'horizon 2030,
- VE : objectif de ventes de 1,26 million d'unités d'ici à 2030, part de marché mondiale de 4,3% ; développement de la gamme des VE à fort volume,
- PBV : objectif de ventes de 250 000 unités d'ici à 2030, lancement de PV5 en 2025, de PV7 en 2027 et de PV9 en 2029,
- Pickups : lancement d'un nouveau pickup 100% électrique en Amérique du Nord, en s'appuyant sur le succès du pickup Tasman, Kia table sur un objectif de ventes mondiales de 80 000 unités par an pour ce dernier,
- Objectif : réaliser un chiffre d'affaires de 170 000 milliards de wons (105,4 milliards d'euros), et une marge bénéficiaire d'exploitation de plus de 10% à l'horizon 2030,
- Kia investira 42 billions de wons (26 milliards d'euros) sur la période 2025-2029, dont 19 billions (11,8 milliards d'euros) dans de nouvelles activités commerciales,
- Objectifs économiques pour 2025 : Dégager un chiffre d'affaires supérieur à 112 billions de wons (69,4 milliards d'euros), et une part de marché de 3,7%, réaliser une marge bénéficiaire d'exploitation de 11% pour un chiffre de ventes mondiales supérieur à 3,2 millions d'unités.

Rueil-Malmaison, le 16 avril 2025 – Kia Corporation (Kia) a dévoilé ses stratégies à moyen et long termes ainsi que ses objectifs financiers à l'occasion de son 'CEO Investor Day' qui s'est déroulé à Séoul en Corée du Sud.

Dans le cadre de son 'Plan S' actualisé – qui définit le business plan de la marque à moyen et long termes – Kia a présenté sa stratégie commerciale qui vise à réaliser un volume de



ventes mondiales de 4,19 millions d'unités d'ici à 2030, dont 2,33 millions de véhicules hybrides et 100% électriques.

Kia entend s'appuyer sur son agilité et sa flexibilité pour faire face au contexte de marché actuel, et prévoit de diversifier ses moteurs de croissance en lançant de nouveaux modèles – notamment des PBV et des pickups – ainsi que d'autres activités à l'avenir.

« Depuis le lancement de sa stratégie de transformation en 2021, Kia n'a cessé de progresser pour devenir aujourd'hui un fournisseur de solutions de mobilité durables qui révolutionnent la notion d'espace et permettent aux clients de mieux utiliser le temps dont ils disposent en s'affranchissant des moyens de transport traditionnels », **explique**

Ho-Sung SONG, Président et CEO de Kia. « Nous continuerons de développer la marque en mettant en place des stratégies à moyen et long termes destinées à renforcer notre stabilité en interne et à répondre efficacement aux évolutions de l'industrie automobile. »

※ Synthèse du Plan S 2030

Développement des ventes		
Diversification de la gamme	• Ventes mondiales de 4,19 millions d'unités d'ici à 2030 – dont 2,33 millions de véhicules électrifiés (VE : 1,26 million et hybrides : 1,07 million) - 15 modèles de VE et 10 modèles hybrides d'ici à 2030 • Augmenter la capacité de production mondiale de 17% pour la porter à 4,25 millions d'unités d'ici à 2030 • Diversifier la gamme hybride, étoffer les gammes de VE et de PBV, et lancer le pickup Tasman	
	Détails de la stratégie	
Croissance via de nouveaux modèles	VE	• La gamme de VE s'enrichira des modèles EV3, EV4, EV5 et EV2 • Viser un objectif de 1,26 million de ventes de VE d'ici à 2030 • Développer l'offre de services aux clients VE et l'infrastructure de recharge par le biais de partenariats stratégiques • Optimiser la flexibilité de la production sur l'ensemble des sites de production mondiaux
	PBV	• Viser un objectif de 250 000 ventes de PBV d'ici à 2030 • Diversifier l'offre de PV5 en proposant cinq types de carrosserie différents et des modèles de conversion propres à chaque marché • PV7 rejoindra la gamme des PBV en 2027 ; PV9 sera lancé en 2029
	Pickup	• Lancement du pickup Tasman ; objectif : ventes annuelles de 80 000 unités pour une part de marché de 6% • Répondre aux différents besoins du marché en proposant des modèles thermiques et électriques • Lancement prévu d'un nouveau pickup 100% électrique en Amérique du Nord ; objectif de ventes annuelles à long terme de 90 000 unités
Futures activités		• Privilégier le développement des SDV (véhicules définis par logiciel) et de la conduite autonome, développer l'intégration de la robotique, et créer un réseau de transport multimodal grâce aux solutions de mobilité aérienne avancée (AAM) • Lancement du SDV Pace Car en 2026 et mise en œuvre de la conduite autonome de niveau 2+ dès 2027
Objectifs économiques et financiers pour 2025 ainsi qu'à moyen et long termes		



2025	• Lancement de cinq nouveautés, d'un modèle optimisé et de trois nouvelles versions • Objectif de ventes aux distributeurs : 3,22 millions d'unités, soit une progression de 4,1% en glissement annuel • Réaliser un chiffre d'affaires de 112 billions de wons (69,4 milliards d'euros), soit une hausse de 4,7% en glissement annuel ;
À moyen et long termes	• Investissement de 42 billions de wons (26 milliards d'euros) entre 2025 et 2029 pour stimuler la croissance à long terme • Réaliser un chiffre d'affaires de 170 billions de wons (105,4 milliards d'euros) ; un bénéfice d'exploitation de 18 billions de wons (11,2 milliards d'euros) et une marge bénéficiaire d'exploitation supérieure à 10% d'ici à 2030 • Objectif de rendement total pour les actionnaires fixé à 35% sur la période 2025-2027

■ **Augmentation des ventes avec pour objectif d'atteindre une part de marché de 4,5% et un volume de ventes de 4,19 millions d'unités à l'horizon 2030**

Kia prévoit de vendre 1,11 million de véhicules en Amérique du Nord et 774 000 en Europe d'ici à 2030, tout en tablant sur un volume de ventes de 580 000 unités en Corée du Sud. En Inde, Kia entend développer ses ventes grâce au Syros, le dernier-né de la gamme, et s'est fixé un objectif de ventes de 400 000 unités.

La marque ambitionne de vendre 2,33 millions de véhicules électrifiés d'ici à 2030, ce qui correspond à 56% de son objectif de ventes global. Cet objectif inclut les VE et les hybrides¹ qui représentent respectivement 1,26 million d'unités et 1,07 million d'unités. Sur ses principaux marchés, Kia prévoit d'augmenter la part des modèles électrifiés dans ses ventes pour la porter à 70% en Amérique du Nord, à 86% en Europe, à 73% en Corée du Sud et à 43% en Inde.

Pour faire face à la demande, Kia augmentera sa capacité de production mondiale de 17%, la faisant ainsi passer de 3,63 millions d'unités en 2025 à 4,25 millions d'unités à l'horizon 2030.

Kia entend également diversifier sa gamme hybride sur tous les segments, aussi bien sur celui des compactes que sur celui des modèles de grand gabarit, qui inclut notamment ses SUV Seltos et Telluride. Afin de répondre à l'augmentation de la demande de véhicules hybrides, la marque prévoit de porter ses ventes de modèles hybrides à près d'un million d'unités d'ici à 2030 – soit deux fois plus que le chiffre de 490 000 unités annoncé pour 2025.

Afin d'accélérer la transition vers les VE, Kia se positionnera en leader pour favoriser l'adoption massive des VE, et dans cette optique, la marque étoffera sa gamme de VE avec un nouveau modèle à fort volume, EV2, qui viendra donc rejoindre EV3, EV4 et EV5. Kia compte également étendre sa gamme PBV (Platform Beyond Vehicle), qui verra l'arrivée de PV5 dès cette année, et investir le segment des pickups en vue de renforcer son avantage concurrentiel.

¹ Hybrides (HEV), hybrides rechargeables (PHEV), et véhicules électriques à autonomie étendue (EREV)



■ Stratégies de croissance basées sur de nouveaux modèles : VE, PBV, et pickups

Stratégie ① : Renforcer le leadership de la marque dans le domaine des VE en lançant une gamme complète de modèles à fort volume

Kia s'est fixé pour objectif de porter ses ventes de VE à 1,26 million d'unités d'ici à 2030. Pour ce faire, elle s'attachera à renforcer son leadership dans le secteur des VE en misant sur des modèles à fort volume, à améliorer la compétitivité de ses coûts, à développer son offre de services aux clients, et à optimiser ses stratégies de production.

En s'appuyant sur le succès de ses modèles phares que sont EV6 et EV9, Kia étoffera sa gamme de VE à fort volume avec les modèles EV3, EV4, EV5, et EV2.

Elle mettra en œuvre des stratégies innovantes en matière de coûts qui viseront à optimiser ses véhicules en proposant des designs intérieur et extérieur valorisants pour les clients, tout en standardisant les logiciels de ses VE par l'adoption d'une architecture électronique de nouvelle génération.

Kia améliorera son offre de services aux clients en élargissant ses réseaux de maintenance spécialisés, en mettant en place des programmes de formation certifiés dédiés aux réparations des VE, et en proposant des services de diagnostic à distance.

Kia continuera également de développer l'infrastructure de recharge pour VE en concluant des partenariats stratégiques, notamment avec E-pit en Corée du Sud, ainsi qu'avec les coentreprises IONNA en Amérique du Nord et Ionity en Europe.

Optimisation de la production des VE

Pour optimiser sa chaîne logistique, Kia entend développer sa production locale de VE dans plusieurs régions clés. La Corée du Sud fera office de pôle international pour le développement et la production des VE de la marque, tandis que l'Amérique du Nord se verra confier la production des SUV de moyen et grand gabarits, l'Europe celle des SUV et berlines compactes, et l'Inde celle des SUV compacts destinés au marché local.

Kia s'assurera une flexibilité optimale en produisant la totalité de ses modèles – qu'ils soient thermiques, hybrides ou 100% électriques – sur ses 13 sites de fabrication actuellement en service au niveau mondial tout en optimisant son efficacité de production grâce à deux usines dédiées aux VE.

L'usine EVO de Gwangmyeong, en Corée du Sud, qui a débuté son activité l'année dernière, assure la production de EV3. EV4 (berline), le deuxième modèle 100% électrique à fort volume de Kia, a été mis en production en mars dernier et s'apprête à être lancé au niveau mondial. Par ailleurs, Kia prévoit d'agrandir son usine EVO de Hwaseong - qui va débiter la production de PV5 en vue de son lancement en 2025 - dans le but d'y intégrer la production de PV7 en 2027, et de renforcer ainsi son positionnement sur le marché.



Stratégie ② : Développer l'activité PBV en tant que nouveau moteur de croissance

Kia s'apprête à innover au sein de l'industrie de la mobilité en développant son activité PBV, en renforçant sa dynamique de croissance et en redéfinissant ses activités centrées sur les clients.

À l'horizon 2030, la marque entend cibler plus directement la demande croissante de véhicules utilitaires légers (VUL), avec pour objectif de vendre 250 000 PBV en Europe, en Corée du Sud et sur d'autres marchés mondiaux.

Afin de s'assurer une position dominante dans le secteur des PBV, Kia articulera sa stratégie autour de cinq axes principaux :

- Produit
- Fabrication
- Solutions
- Services
- Canaux de distribution

2-1. Une gamme de PBV diversifiée

Après le lancement de PV5 en 2025, Kia entend poursuivre l'extension de sa gamme de PBV en y intégrant PV7 en 2027 et PV9 en 2029. PV5 sera disponible en version VP, Fourgon et Châssis-cabine, et sera également décliné en différents modèles de conversion dont les versions VIP, Camping-car léger, Cabine approfondie, Plateau, et Box/Box réfrigérée.

2-2. Un outil de production dédié aux PBV

Kia met en place un écosystème de production flexible et efficient au sein de son usine EVO de Hwaseong et construit actuellement un centre de conversion dédié aux PBV qui sera chargé du développement et de la fabrication des modèles de conversion. Kia s'associera également dans plusieurs régions clés à de grandes entreprises locales spécialisées dans la conversion de véhicules, afin de veiller à ce que ses PBV personnalisés répondent précisément aux besoins du marché concerné tout en offrant une qualité et une fiabilité exceptionnelles.

2-3. Des solutions personnalisées au service d'une plus grande efficacité opérationnelle

Grâce à ses solutions PBV, qui reposent sur le concept de véhicule défini par logiciel (SDV) de Hyundai Motor Group, Kia entend améliorer les expériences de ses clients en concluant des partenariats stratégiques avec des entreprises technologiques d'envergure internationale.

Les services de gestion de flotte seront optimisés par le biais de la maintenance prédictive et de l'analyse contextuelle des accidents pilotées par l'IA. Ces fonctionnalités seront intégrées dans le système de gestion de flotte de troisième génération de Kia, permettant ainsi aux entreprises d'améliorer leur efficacité opérationnelle et de réduire leurs coûts.



2-4. Des packs de services garants d'une plus grande fluidité opérationnelle

Kia associera ses solutions de gestion de flotte à des prestations clés, dont des services de financement, de recharge et de maintenance, afin de rationaliser l'exploitation et la gestion des véhicules pour les clients B2B. Ces packs de services seront intégrés dans un système de facturation unique, en vue de garantir une expérience de paiement parfaitement fluide et un maximum de facilité d'utilisation aux clients professionnels.

2-5. Un parcours client et des canaux de vente optimisés

Kia entend améliorer le parcours des clients B2B en optimisant ses canaux de vente en ligne et hors ligne.

Sur le terrain, la marque sélectionnera dans son réseau des concessions spécialisées dans les PBV et aménagera des espaces Business où les clients professionnels pourront découvrir l'ensemble de la gamme PBV, ainsi que les solutions et services connexes, au sein d'un seul et même lieu.

En ligne, Kia proposera à ses clients un site dédié aux PBV ainsi qu'un portail destiné à ses partenaires spécialistes de la conversion de véhicules afin de leur garantir un accès facilité aux informations et services relatifs aux PBV.

Kia poursuivra le développement de son activité PBV sur tous ses marchés et dans ses différents business models. L'entreprise entend élargir sa base de clientèle au-delà des traditionnels acheteurs particuliers de véhicules de tourisme pour investir le segment des VU destinés aux professionnels. Au niveau régional, Kia prévoit d'étendre son activité PBV depuis ses principaux marchés cibles – l'Europe et la Corée du Sud – jusqu'à l'Amérique du Nord, le Moyen-Orient, la région Asie-Pacifique et le Japon.

Stratégie ③ : Investir un nouveau segment, celui des pickups, grâce au lancement du Tasman

Kia entend répondre aux différents besoins du marché des pickups en proposant des modèles thermiques et 100% électriques. Le tout premier pickup de la marque, baptisé Tasman, sera lancé en Corée du Sud, en Australie et sur certains marchés émergents, avec un objectif de ventes annuelles de 80 000 unités et une part de marché escomptée de 6%.

En Amérique du Nord, Kia projette de lancer un pickup 100% électrique reposant sur une nouvelle plateforme, et conçu pour un usage urbain et de plein air. Pour ce modèle innovant, Kia table sur un volume de ventes annuelles de 90 000 unités et sur une part de marché de 7%. Ce véhicule offrira l'une des meilleures habitabilités et l'une des capacités de chargement les plus généreuses de sa catégorie, tout en bénéficiant d'un système d'attelage particulièrement robuste, de remarquables aptitudes en tout-terrain, et de systèmes de sécurité et d'infodivertissement de dernière génération.

■ Axes de développement produit et futures activités

La stratégie produit de Kia vise à répondre aux différents besoins des clients en s'appuyant sur quatre piliers principaux : **connectivité, conduite autonome, performances et design.**



- **Connectivité** : Kia compte développer sa fonction OTA afin d'assurer la mise à jour logicielle à distance de ses véhicules et de proposer des aides au diagnostic. Les services de véhicule connecté qui étaient proposés dans 34 pays en 2024 seront étendus à 71 pays en 2026, et notamment aux régions Moyen-Orient, Asie-Pacifique et Amérique latine.
- **Conduite autonome** : Kia prévoit d'optimiser son logiciel de conduite autonome développé en interne ainsi que son intégration à bord de ses véhicules tout en s'associant à des partenaires externes pour la gestion des données embarquées, des infrastructures et des normes applicables. Ces évolutions s'inscriront dans la droite ligne du processus de transition de la marque vers les SDV.
- **Performances** : Kia entend améliorer les performances de conduite et le rendement énergétique de ses véhicules grâce à des motorisations hybrides de nouvelle génération et à un concept de véhicule électrique à autonomie étendue (EREV) qui conjugue les avantages des VE à ceux des véhicules thermiques. Les batteries bénéficieront d'une technologie avancée qui permettra d'accroître leur densité énergétique et leurs performances par temps froid, tandis qu'une nouvelle gestion électronique sera développée pour optimiser la vitesse de recharge, la sécurité et la durabilité des véhicules.
- **Design** : Kia continue de faire évoluer sa philosophie de design 'Opposites United' / (L'Alliance des contraires), en l'appliquant à ses futurs modèles 100% électriques, dont EV2.

Étendre les futurs domaines d'activité : SDV, conduite autonome, robotique et AAM

Pour accélérer les innovations de Hyundai Motor Group en matière de SDV, Kia coopère avec différentes entités du groupe, dont la Division Plateforme de Véhicule Avancée et 42dot, son centre mondial dédié aux logiciels.

Kia accélère sa transition vers les SDV en développant trois technologies clés : une architecture électrique/électronique (E/E) avancée totalement compatible avec les mises à jour et destinée à optimiser les performances ; un système d'exploitation des SDV robuste conçu pour garantir une expérience d'utilisation à la fois stable et ininterrompue ; et un logiciel qui fournit une plateforme d'applications intuitives et ultra-personnalisées en vue d'améliorer la connectivité et la fonctionnalité.

En 2026, Kia prévoit de dévoiler son SDV Pace Car, qui intégrera une technologie SDV complète et un dispositif de conduite autonome basé sur l'IA. Suite au lancement de ce modèle, Kia entend mettre en œuvre des solutions de conduite autonome de niveau 2+, qui intègrent des systèmes autonomes plus évolués et plus stables ainsi qu'une technologie pilotée par l'IA, tout en jetant les bases d'une production en grande série et d'un écosystème logiciel complet dès 2027.

Kia collabore avec les principales filiales technologiques de Hyundai Motor Group, dont Motional, Boston Dynamics et Supernal, en vue d'intégrer les technologies de demain à ses véhicules et de développer de nouveaux business models.



Kia s'est associée à Motional pour appliquer les technologies de conduite autonome à sa gamme de véhicules électriques. Côté logistique, Kia et Boston Dynamics se préparent à l'avenir de l'automatisation, en utilisant le robot logistique Stretch du spécialiste de la robotique et en associant les PBV de la marque au robot quadrupède Spot pour les livraisons du dernier kilomètre.

Grâce à son partenariat avec Supernal, entreprise spécialisée dans la mobilité aérienne avancée (AAM), Kia entend connecter ses PBV aux solutions de mobilité aérienne afin de créer un réseau de transport multimodal ultra-efficace.

■ Objectifs économiques et financiers annuels et à moyen et long termes

Malgré un contexte mondial incertain l'année dernière, Kia a enregistré des résultats record, dont un chiffre d'affaires annuel de 107,4 billions de wons (66,6 milliards d'euros) et une marge bénéficiaire d'exploitation de 11,8%.

Poursuivant sur la même dynamique qu'en 2024, Kia s'est fixé un objectif de ventes aux distributeurs de 3,22 millions d'unités en 2025, soit une hausse de 4,1% en glissement annuel. En outre, l'entreprise table sur un chiffre d'affaires de plus de 112 billions de wons (69,4 milliards d'euros) (+4,7% par rapport à l'année précédente), avec une marge bénéficiaire d'exploitation de 11%.

En 2025, Kia lancera cinq nouveautés, un modèle optimisé et trois nouvelles versions. Avec son pickup Tasman, Kia entend créer une nouvelle demande et stimuler la croissance de son chiffre d'affaires, tandis que EV4 continuera de contribuer à une plus large adoption des VE. Parallèlement, le lancement de PV5 marquera les débuts de l'activité PBV de Kia.

À moyen et long termes, Kia entend réaliser un chiffre d'affaires de 170 billions de wons (105,4 milliards d'euros) et un bénéfice d'exploitation de 18 billions de wons (11,2 milliards d'euros) d'ici à 2030 – avec une marge bénéficiaire d'exploitation de plus de 10%.

L'entreprise prévoit de maintenir une solide rentabilité à long terme en s'appuyant sur une croissance des volumes, des stratégies d'amélioration de la rentabilité des véhicules hybrides et électriques, et la transformation de son business model grâce aux logiciels, tout en mettant l'accent sur les SDV.

■ Futur plan d'investissement et politique de retour aux actionnaires

Kia prévoit d'investir 42 billions de wons (26 milliards d'euros) au total sur les cinq prochaines années. Ce chiffre représente une hausse de quatre billions (2,5 milliards d'euros) de wons par rapport à l'objectif annoncé l'année dernière. Sur ce montant, 19 billions de wons (11,8 milliards d'euros) seront alloués aux futurs domaines d'activité, tels que l'électrification, les SDV, la robotique et l'AAM.

Kia a également réitéré ses objectifs financiers à moyen terme pour la période 2025-2027, à savoir une croissance annuelle du chiffre d'affaires de plus de 10%, une marge bénéficiaire



d'exploitation de plus de 10% et un ratio de rendement des capitaux propres (ROE) de plus de 15%.

Pour atteindre des objectifs financiers équilibrés à moyen terme, Kia vise sur cette période un rendement total pour les actionnaires (TSR) de 35%, incluant les dividendes, le rachat d'actions et l'annulation d'actions.

L'entreprise continuera de mettre en œuvre une politique de retour favorable aux actionnaires, avec un dividende par action minimum de 5 000 wons (3,10 euros). Dans un souci de transparence, l'entreprise rachètera et annulera jusqu'à 10% de son bénéfice net.

N.B. : Les conversions en euros de ce communiqué ont été réalisées sur la base du taux de change suivant : 1 KRW = 0,00062 EUR

###



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 client reste ainsi la première préoccupation de Kia.

Kia Corporation (Hyundai Motor Group)

Kia est une marque de mobilité d'envergure internationale qui a pour vision de créer des solutions de mobilité durables à destination de ses clients, des communautés et des sociétés du monde entier. Fondée en 1944, Kia fournit des solutions de mobilité depuis plus de 80 ans. Avec 52 000 collaborateurs dans le monde, une présence sur plus de 190 marchés, et des sites de production dans six différents pays, l'entreprise vend actuellement quelque trois millions de véhicules par an. Kia se veut avant-gardiste de la démocratisation des véhicules électrifiés et électriques et développe une vaste gamme de services de mobilité, encourageant ainsi des millions d'individus à travers le monde à explorer les meilleurs moyens de déplacement. La signature de marque de Kia – 'Movement that inspires' / (Du mouvement vient l'inspiration) – reflète l'engagement de Kia à susciter l'inspiration des clients par le biais de ses produits et services.

Kia France

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 43 861 véhicules sur l'année 2024. Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 13 modèles (Picanto, Stonic, EV3, famille Ceed – Ceed 5 portes, Ceed SW, et Xceed, famille Niro – Niro Hybride, Niro Hybride Rechargeable et Niro EV, Sportage, Sorento, EV6, EV6 GT et EV9) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrique. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 216 points de vente.

Kia France, partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis 2021

Kia France est partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis janvier 2021, offrant un soutien aux activités et à la communauté locale. Partageant des valeurs communes qui sont le mouvement, la qualité et la satisfaction des clients, Kia France et la vallée de Chamonix-Mont-Blanc ont un engagement mutuel fort dans la transition écologique et énergétique.

Le crossover Kia EV6, élu Voiture Européenne de l'Année 2022

Le crossover Kia EV6 a été élu Voiture Européenne de l'Année 2022 lors du prestigieux 'Car of the Year (CoTY) Award'. Ce modèle 100% électrique à la pointe de l'innovation a été sacré vainqueur par un jury constitué de 59 journalistes automobiles de renom, issus de 22 pays européens. Kia est la première marque coréenne qui remporte ce prix très convoité. Il conforte ainsi son engagement stratégique de devenir un fournisseur de solutions de mobilité durables.

Kia et le sport esport

Kia Corporation est partenaire du League of Legends European Championship (LEC) depuis 2019. Depuis son lancement en 2009, League of Legends est devenu la plus importante plateforme d'esport, et celle qui connaît la croissance la plus rapide. Ce jeu attire plus de 100 millions de joueurs chaque mois, tandis que les 12 ligue officielles réunissent des milliards de spectateurs dans le monde. Kia France va encore plus loin en signant un partenariat de deux ans avec Team Vitality, club leader d'esport qui compte 12 millions de fans.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales et françaises. Depuis 2007, Kia est l'une des marques partenaires officielles de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football, et a renouvelé son engagement jusqu'en 2030.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2028. L'ambassadeur international de la marque est le charismatique champion Rafael NADAL.

Le nouveau logo Kia

Ce logo symbolise la nouvelle orientation de la marque et les valeurs qu'elle promet d'offrir à ses clients par le biais de futurs produits et services, et les expériences qui en découleront. Kia affirme sa promesse de marque en imaginant un nouveau logo s'apparentant à une signature manuscrite. La ligne rythmée et continue du logo exprime l'engagement de Kia à créer des expériences inspirantes, tandis que sa symétrie procure un réel sentiment de confiance. Les lignes ascendantes du logo traduisent les hautes ambitions que Kia nourrit pour la marque, et surtout, la richesse de l'offre qu'elle propose à ses clients.

Movement that inspires

Du mouvement vient l'inspiration