



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia lance la production du nouveau Sportage en Europe

- La production de la cinquième génération du SUV Sportage débute sur le site Kia de Žilina en Slovaquie,
- S'appuyant sur une approche flexible et modulaire, cette usine high-tech supervise le process de production avancé du Sportage électrifié,
- « Patrie spirituelle » du Sportage, la Slovaquie a produit trois générations de ce SUV populaire et maintes fois primé.

Rueil-Malmaison, 4 novembre 2021 – La production du nouveau Kia Sportage a officiellement débuté dans l'usine de pointe de la marque, située à Žilina en Slovaquie. Le Sportage de cinquième génération constitue le dernier d'une longue lignée de modèles Sportage produits en Slovaquie depuis 2006, l'année du lancement de la production de l'usine. En quinze ans, ce sont plus de deux millions d'unités qui y ont été fabriquées afin de répondre à la demande des clients européens en faveur du Sportage.

Pour la première fois depuis le lancement du modèle d'origine il y a 28 ans, une version européenne du Sportage a été spécialement conçue, développée et optimisée pour répondre aux attentes des clients européens. Reposant sur une nouvelle architecture, le nouveau Sportage associe un design extérieur à la fois fluide, athlétique et résolument moderne à un intérieur de niveau premium - dernier cri - doté d'un écran incurvé parfaitement intégré et offrant les technologies de connectivité les plus évoluées du marché.

Le Sportage hérite en outre de motorisations hybrides d'avant-garde lui garantissant des performances encore supérieures, et notamment des niveaux d'émissions et de consommation nettement inférieurs. Ainsi, et c'est une première pour le Sportage, une version hybride (HEV) évoluée est désormais disponible, aux côtés d'une version hybride légère (MHEV) et d'une nouvelle déclinaison hybride rechargeable (PHEV)*. Cette dernière version privilégie le mode de conduite tout électrique, permettant à son conducteur d'accomplir la plupart de ses déplacements journaliers sans émettre le moindre rejet polluant (ex. : trajets domicile-travail ou courses du quotidien). Le Sportage propose également une gamme de moteurs essence et Diesel écoresponsables de dernière génération déclinés en différents niveaux de puissance et d'efficacité, et associés à diverses transmissions. Démontrant toute la flexibilité et la modularité de cette usine ultramoderne de Kia en Slovaquie, les quatre versions du Sportage – PHEV, HEV, MHEV et à moteur thermique – seront assemblées à Žilina.



Outre les versions classiques à traction du nouveau Sportage, plusieurs déclinaisons haut de gamme à transmission intégrale seront également produites en Slovaquie, tout comme la très enthousiasmante version GT-line. Le site européen accueillera également une autre première pour le modèle Sportage : un toit noir est désormais disponible sur la version GT-line du nouveau SUV, permettant ainsi d'accentuer son caractère sportif et de souligner le profil dynamique du montant C.

*« Le lancement de la production de notre nouveau Sportage de cinquième génération dans notre usine slovaque marque un nouveau moment clé dans cette année particulièrement chargée – et couronnée de succès jusqu'à présent », a commenté **Jason JEONG, Président de Kia Europe.** « Notre usine de Žilina partage déjà une riche histoire avec le Sportage, et je suis ravi qu'elle accueille cette gamme de cinquième génération et supervise désormais l'assemblage des versions écoresponsables et électrifiées du Sportage. »*

L'usine slovaque de Kia a produit trois générations du SUV Sportage, à commencer par le modèle de deuxième génération en 2006. Depuis lors, près de deux millions d'exemplaires du Kia Sportage ont été produits en Slovaquie : 104 500 unités du modèle de deuxième génération, 797 500 unités du modèle de troisième génération et plus d'un million d'unités du modèle actuel, entré en production fin 2015. En début d'année, le quatre millionième véhicule Kia a été fabriqué en Europe depuis le lancement de la production en Slovaquie en 2006.

###

Note aux éditeurs

* Le lancement de la production de la version hybride rechargeable (PHEV) du nouveau Sportage est prévu en février 2022.

###



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 Corporation

Kia est une marque de mobilité d'envergure internationale qui a pour vision de créer des solutions de mobilité durable 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 75 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 est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 39 052 véhicules sur l'année 2020 (-13,3% vs 2019 et 2,4% de part de marché). Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 10 modèles (Picanto, Rio, e-Soul, Stonic, famille Ceed – Ceed 5 portes, Ceed SW, ProCeed et XCeed, famille Niro – Niro Hybride, Niro Hybride Rechargeable et e-Niro, Sportage, Stinger, Sorento et EV6) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 217 points de vente.

Kia et le sport

e-sport

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'e-sport, et celle qui connaît la croissance la plus rapide. Ce jeu attire plus de 100 millions de joueurs chaque mois, tandis que les 12 ligues officielles réunissent des milliards de spectateurs dans le monde. Le LEC, l'élite européenne de League of Legends, enregistre une audience record avec plus de 800 000 vues pour la seule saison 2020.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'une des marques partenaires officielles de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football. Sur le continent européen, Kia a signé jusqu'en 2021 un partenariat avec l'UEFA Europa League.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2023. 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.