



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia a atteint une part de marché record en Europe en 2020, malgré un recul général du marché

- **416 715 véhicules Kia vendus en Europe en 2020,**
- **Kia enregistre sa part de marché annuelle la plus élevée de son histoire avec 3,5% contre 3,2% en 2019,**
- **Les ventes de véhicules électrifiés ont augmenté de 60% en glissement annuel,**
- **Les ventes de véhicules 100% électriques ont bondi de 197% contre 112% pour les ventes de véhicules hybrides rechargeables,**
- **Pour la première fois, les ventes de véhicules électrifiés Kia ont dépassé les 100 000 unités,**
- **Les modèles hybrides et 100% électriques représentent désormais plus d'un quart des ventes de Kia en Europe.**

20 janvier 2021 – En 2020, Kia a atteint une part record sur le marché européen, et enregistré l'une des plus fortes progressions annuelles en termes de part de marché. Selon les nouvelles données publiées par l'Association Européenne des Constructeurs Automobiles (ACEA), Kia a vu sa part de marché européenne grimper de 3,2% à 3,5% au cours de l'année.

En Europe, les ventes annuelles totales de Kia ont chuté de 17% à 416,715 unités, en raison des conséquences économiques de la pandémie de COVID-19 sur tout le continent. Toutefois, la marque a été moins impactée que le marché européen dans son ensemble, qui a reculé de 24,3% en glissement annuel. Kia a en effet enregistré une part de marché record de 3,5%.

Les derniers chiffres de ventes illustrent également l'importance croissante de la gamme électrifiée de Kia sur un marché européen en pleine mutation. Malgré le ralentissement général du marché, les motorisations hybrides et électriques demeurent un moteur de croissance clé pour Kia : en Europe, en 2020, les véhicules électrifiés représentaient 25,5% des ventes de Kia – soit plus d'un modèle vendu sur quatre.



Wong-Jeong JEONG, Président de Kia Europe, a déclaré : « 2020 a été l'une des années les plus difficiles non seulement pour Kia, mais également pour l'ensemble du secteur. La pandémie ayant entraîné un arrêt soudain des ventes au début de l'année, nos marchés européens ont réagi à cette crise en prenant un certain nombre de mesures destinées à aider nos clients, et à assurer la livraison et l'entretien de leurs véhicules dans le respect des règles sanitaires et de sécurité. En réalité, au troisième trimestre 2020, nous avons enregistré notre meilleur résultat de ventes, sous l'effet combiné de deux facteurs : une demande jusqu'alors refoulée et la popularité grandissante de nos véhicules électrifiés. »

« Tout au long de la pandémie, nous avons réussi à poursuivre le lancement de modèles inédits ou restylés, et intensifié l'électrification de notre gamme de produits afin de répondre à la demande croissante de nos clients en faveur de groupes propulseurs évolués », **a-t-il ajouté.** « Kia fait totalement peau neuve en 2021. Nos nouveaux logo et signature de marque – « Movement that inspires » / (Du mouvement vient l'inspiration) – influenceront nos projets dans les années à venir. À commencer par le lancement dans le courant de cette année d'un tout nouveau modèle électrique Kia, qui reposera sur notre plate-forme E-GMP. Ce véhicule offrira une recharge rapide, une accélération parfaitement homogène, et une autonomie accrue permettant d'effectuer de longs trajets. Nous travaillons également au lancement de toute une série de nouveaux services de mobilité durable pour nos clients, alors même que nous entamons notre transformation en profondeur en vue de passer du statut de constructeur automobile à celui de fournisseur de solutions de mobilité. »

Augmentation de 60% des ventes de véhicules électrifiés en glissement annuel

L'intérêt grandissant des clients pour les motorisations électrifiées de nouvelle génération a largement contribué au succès de Kia l'année dernière. Les ventes totales de véhicules hybrides, hybrides rechargeables et 100% électriques de la marque ont bondi de 66 386 à 106 466 unités (+60,4%) en 2020 (hors modèles hybrides légers). L'année dernière, Kia a vendu pour la première fois plus de 100 000 véhicules électrifiés – en d'autres termes, un véhicule Kia sur quatre vendu en Europe était électrifié.

La gamme Niro, offrant des versions hybride, hybride rechargeable et 100% électrique, est restée la gamme de modèles électrifiés la plus vendue de la marque. Elle est également devenue la deuxième gamme la plus vendue de la marque, avec un total de 77 498 unités (+34,7% par rapport à 2019). Le Niro Hybride s'est écoulé à 32 384 unités tandis que les ventes du Kia Niro Hybride Rechargeable (14 082 unités, +38,8%) et du Kia e-Niro 100% électrique (31 032 unités, +213,5%) ont enregistré une nette progression.

Les ventes du Kia e-Soul 100% électrique ont également poursuivi leur tendance à la hausse, avec un total de 7 999 unités vendues, soit une augmentation de 147,5% en glissement annuel. Le lancement de versions hybrides rechargeables de la Kia Ceed SW et du Kia XCeed a également stimulé les ventes de véhicules électrifiés, qui ont atteint 14 511 unités en chiffres combinés l'année dernière.



La championne des ventes de Kia en Europe : la gamme Ceed

Malgré les conséquences de la pandémie, 2020 a vu les ventes européennes de la gamme Ceed augmenter de 4,1% à 114 759 unités (contre 110 201 unités en 2019).

L'intérêt grandissant des clients pour cette gamme Ceed redynamisée fait suite au lancement réussi des nouvelles versions hybrides rechargeables de la Kia Ceed SW et du Kia XCeed. Le crossover compact XCeed a été lancé fin 2019 et constitue déjà le modèle le plus apprécié de la gamme Ceed, avec 43 880 unités vendues en 2020. La berline 5 portes Ceed et la Ceed SW se sont respectivement écoulées à 25 809 et 30 116 unités, tandis que le Shooting Brake ProCeed s'est vendu à 14 954 unités.

Le très apprécié SUV Kia Sportage conserve sa position de troisième modèle Kia le plus vendu en Europe, avec 70 344 unités. Le crossover du segment B Kia Stonic s'est écoulé, quant à lui, à 51 322 unités, tandis que la citadine Kia Picanto se classe en cinquième position des ventes de la marque avec 48 213 unités.

Une nouvelle marque est synonyme de transformation pour Kia en 2021

Kia a récemment dévoilé son nouveau logo et sa nouvelle signature de marque, qui reflètent clairement son ambition d'occuper à l'avenir une position de leader sur le marché de la mobilité en revisitant chacune des facettes de son activité.

D'ici à 2027, Kia lancera sept véhicules 100% électriques (BEV) dédiés sur plusieurs segments. Reposant sur la nouvelle plate-forme internationale modulaire électrique (E-GMP) de Hyundai Motor Group, ces modèles intégreront des technologies de pointe destinées à leur garantir une excellente autonomie et un temps de recharge ultra rapide. Le premier modèle de la nouvelle génération de véhicules électriques dédiés de Kia sera dévoilé au premier trimestre 2021, reflétant ainsi le « changement de cap » de Kia en faveur de l'électrification. Reposant sur la nouvelle technologie de la plate-forme E-GMP, ce véhicule électrique dédié arborera un design typique d'un crossover, tout en offrant une autonomie de plus de 500 kilomètres et un temps de recharge ultra rapide inférieur à 20 minutes. Il sera également le premier modèle Kia au niveau mondial à bénéficier du nouveau logo de la marque.

###



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 9 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 et Sorento) 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 partenaire de vos plus belles émotions »

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.