



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia Corporation et Kia France annoncent leurs chiffres de ventes pour février 2021

- En février, les ventes mondiales ont atteint 210 177 unités, soit une hausse de 7% en glissement annuel,
- En Corée du Sud, les ventes ont bondi de 31% pour atteindre 37 583 unités,
- En dehors de la Corée du Sud, les ventes ont grimpé de 2,9% à 172 594 unités,
- En France, Kia a immatriculé 3 437 véhicules, soit une part de marché de 2,6% avec une performance cumulée positive de 0,1% sur un marché global à -14,2%,
- Kia s'attachera à mettre en œuvre sa nouvelle stratégie « Plan S » et à développer sa gamme de nouveaux modèles, comprenant notamment son premier véhicule électrique dédié et la berline K8.

Rueil-Malmaison, 4 mars 2021 – Kia Corporation a enregistré un total de 210 177 unités vendues en février, soit une hausse de 7% par rapport au même mois de l'année dernière.

Au niveau mondial, les ventes de Kia ont été principalement tirées par ses modèles de SUV, à commencer par le Sportage et le Seltos qui se sont respectivement vendus à 26 790 et 26 619 exemplaires, suivis de la citadine Rio avec 18 417 unités.

Ventes en Corée du Sud

En Corée du Sud, les ventes se sont établies à 37 583 unités, faisant ainsi un bond de 31% par rapport à février 2020. Cette forte hausse s'explique par les perturbations qu'a connues la production l'année dernière pendant la pandémie de Covid-19, et par la dynamique des ventes du monospace Carnival et de la berline K5.

Ventes en dehors de la Corée du Sud

Par rapport à février 2020, Kia a vu ses ventes en dehors de la Corée du Sud grimper de 2,9% à 172 594 unités, dopées par ses SUV Sportage et Seltos, et par sa citadine Rio.

Malgré le contexte économique défavorable lié à la persistance de la crise sanitaire, Kia s'attachera à poursuivre la mise en œuvre de sa stratégie à moyen et long termes baptisée « Plan S », qui a été réactualisée au début du mois de février 2021, tout en assurant la dynamique de ses ventes et sa rentabilité grâce au lancement de plusieurs nouveaux



modèles, parmi lesquels son premier véhicule électrique dédié et la berline K8 (remplaçante de la K7).

	Fév. 2021	Fév. 2020	Évolution en glissement annuel	Janvier 2021	Évolution en glissement mensuel	Cumul 2021	Cumul 2020	Évolution en cumul annuel
Ventes en Corée du Sud	37 583	28 681	31,0%	41 481	-9,4%	79 064	65 731	20,3%
Ventes à l'étranger	172 594	167 727	2,9%	184 252	-6,3%	356 846	351 411	1,5%
Ventes mondiales	210 177	196 408	7,0%	225 733	-6,9%	435 910	417 142	4,5%

Note de l'éditeur :

* Les chiffres de ventes sont basés sur les ventes aux distributeurs.

* Les chiffres de ventes mensuelles figurant dans ce communiqué de presse n'ont pas été audités et sont fournis à titre préliminaire.

Ventes en France

De son côté, Kia France a immatriculé 3 437 véhicules en février 2021, soit une part de marché de 2,6%. Cumulée depuis le 1^{er} janvier 2021, la performance de Kia en France est positive à 0,1% sur un marché global à -14,2%. La gamme du crossover compact familial Kia Niro (Hybride, Hybride Rechargeable et 100% électrique) maintient sa place de champion des ventes en France, avec 810 immatriculations. La citadine Kia Picanto se place en deuxième position, avec 547 immatriculations. Elle est suivie de très près par le SUV Kia Sportage qui atteint 526 immatriculations en ce mois de février 2021.

###



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 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.

Movement that inspires