



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# Kia Corporation et Kia France annoncent leurs chiffres de ventes pour le mois de novembre 2022

- En novembre, les ventes mondiales ont atteint 252 825 unités\*, soit une hausse de 15% en glissement annuel,
- Les ventes en dehors de la Corée du Sud ont augmenté de 15,4% en glissement annuel pour atteindre 200 625 unités,
- Les ventes en Corée du Sud se sont établies à 52 200 unités, soit une hausse de 13,4% en glissement annuel,
- En cumul annuel, les ventes mondiales de Kia EV6 ont plus que triplé par rapport à leur niveau de 2021, avec 73 167 unités écoulées,
- Les ventes de Kia en France ont atteint 4 110 unités\*\* en novembre 2022, soit une hausse de 1,3% en glissement annuel,
- Sur les 11 premiers mois de l'année, Kia France se maintient dans le Top 10 des marques automobiles les plus vendues dans l'Hexagone,
- Le Kia Sportage franchit, en France, le record des 12 000 unités immatriculées en 2022,
- Kia continue d'assurer la dynamique de ses ventes tout en améliorant sa rentabilité grâce à de nouveaux modèles tels que le très primé Kia EV6.

**Rueil-Malmaison, 6 décembre 2022** – Kia Corporation a enregistré un total de 252 825 unités vendues dans le monde en novembre 2022, soit une hausse de 15% en glissement annuel.

Au mois de novembre, les ventes mondiales de Kia ont été principalement portées par sa gamme de SUV, le Sportage et le Seltos ayant enregistré les meilleurs résultats. En novembre, le Sportage s'est écoulé à 39 335 exemplaires au niveau mondial, suivi du Seltos avec 27 947 unités et du Sorento avec 19 949 unités.

Les excellents résultats du Kia EV6 témoignent de la compétitivité de la marque sur le marché mondial des véhicules électriques. En cumul annuel, les ventes de Kia EV6 ont plus que triplé par rapport à leur niveau de 2021, avec 73 167 unités écoulées.

### **Ventes en dehors de la Corée du Sud**

En dehors de la Corée du Sud, les ventes de Kia ont atteint 200 625 unités, en progression de 15,4% en glissement annuel. Les SUV Sportage et Seltos ont continué de tirer les ventes de Kia à l'étranger, avec respectivement 33 573 et 24 498 unités vendues. En novembre, Kia a enregistré de solides résultats sur plusieurs marchés clés tels que les États-Unis, l'Europe, l'Asie-Pacifique, l'Inde et l'Amérique centrale et du Sud.



## Ventes en Corée du Sud

En Corée du Sud, les ventes de Kia se sont établies à 52 200 unités, soit une progression de 13,4% en glissement annuel. Sur le marché coréen, le Sorento est arrivé en tête des ventes de véhicules de tourisme de la marque avec 6 656 unités écoulées. Le deuxième SUV le plus vendu a été le Sportage avec 5 762 unités.

## Perspectives de l'entreprise

À l'avenir, pour répondre aux enjeux actuels du marché, Kia continuera d'ajuster au mieux sa production en fonction de l'état de ses stocks, et de limiter au maximum les perturbations de production. En s'appuyant sur ses nouveaux modèles compétitifs, tels que EV6 100% électrique – élu Voiture européenne de l'année 2022 en février dernier – Kia assurera la dynamique de ses ventes afin d'accroître sa part de marché et d'améliorer sa rentabilité tout en poursuivant sa rapide transition en vue de devenir un fournisseur de solutions de mobilité durables.

## Résultats (novembre)

Objet	Nov. 2022	Nov. 2021	Évolution en glissement annuel	Oct. 2022	Évolution en glissement mensuel	Cumul 2022	Cumul 2021	Évolution en cumul annuel
Ventes en Corée du Sud	52 200	46 042	13,4%	43 032	21,3%	490 532	487 227	0,7%
Ventes à l'étranger	200 625	173 803	15,4%	196 339	2,2%	2 173 202	2 080 864	4,4%
Ventes mondiales	252 825	219 845	15,0%	239 371	5,6%	2 663 734	2 568 091	3,7%

## Ventes en France. Une croissance solide.

Au mois de novembre 2022, Kia France a immatriculé 4 110\*\* véhicules, ce qui représente une croissance de 1,3% par rapport à novembre 2021. Ce mois-ci, le nouveau SUV Kia Sportage maintient, une fois encore, son statut de best-seller de Kia, avec 1 631 immatriculations, et atteint même, en cumul depuis le début d'année, **le record de ventes encore jamais accompli en France par ce modèle, avec 12 050 immatriculations !** Il est suivi par la famille Ceed (5 portes, Ceed SW, ProCeed et XCeed) qui compte 600 immatriculations. C'est enfin la citadine Kia Picanto qui clôt le Top 3 des ventes Kia de novembre, en réalisant 461 immatriculations.

Rappelons que le Kia Sportage et les modèles de la famille Ceed sont fabriqués dans l'usine européenne de Kia, située à Zilina, en Slovaquie. Ce sont ainsi, à nouveau, 2 modèles européens qui font partie du top 3 des ventes Kia en France, en novembre.

De janvier à novembre 2022, le volume de ventes de Kia France s'élève désormais à 41 786 unités, soit une augmentation de 3,7% par rapport à la même période en 2021. Ce résultat permet à la marque de mobilité de conserver ses 3% de part de marché, sur un marché en baisse de 8,7%, et **de se maintenir dans le Top 10 des marques automobiles les plus vendues en France.**

Sur les 11 premiers mois de l'année, la performance commerciale de Kia est portée par les immatriculations de véhicules électrifiés (HEV, PHEV et EV) qui affichent un volume de 22 645 unités, et représentent ainsi 54,2% des ventes de la marque. Les véhicules 100% électriques (e-Soul, Niro EV, EV6 et EV6 GT), représentant à eux seuls 17% des ventes de Kia en France.



**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.

\*\* Source : Dataneo au 30/11/2022.

###



## 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 (Hyundai Motor Group)**

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**

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 44 215 véhicules sur l'année 2021 (+ 13,2% vs 2020 et 2,7% 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 Niro EV, Sportage, Stinger, Sorento et EV6) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrifié. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 215 points de vente.

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

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**

#### **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.