



*Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 6 janvier 2021.*

Kia dévoile ses nouveaux logo et signature de marque, et engage son audacieuse transformation pour le futur



Movement that inspires

- **Kia célèbre sa toute nouvelle identité et sa nouvelle signature de marque, symboles de son audacieuse transformation pour le futur,**
- **Le design du nouveau logo conjugue des éléments de « symétrie », de « rythme » et « d'élévation », qui reflètent le nouvel esprit de Kia ainsi que son engagement vis-à-vis de ses clients,**
- **Kia révèle la nouvelle signature de la marque : « Movement that inspires » / (Du mouvement vient l'inspiration),**
- **Kia inscrit son nom au « Guinness World Record » en établissant le record du monde du « Plus grand nombre de drones à avoir lancé simultanément des feux d'artifice » lors du spectacle pyrotechnique donné à l'occasion de la présentation de son nouveau logo,**
- **Kia présentera au monde entier les nouvelles orientation et stratégie de la marque le 15 janvier prochain.**

6 janvier 2021 – Kia a dévoilé les nouveaux logo et signature de marque internationaux, annonçant sa transformation en profondeur et sa toute nouvelle orientation. Le lancement de ce nouveau logo reflète clairement l'ambition de Kia d'occuper, à l'avenir, une position de leader sur le marché de la mobilité en revisitant chacune des facettes de son activité.

Movement that inspires

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.

« Le nouveau logo de Kia témoigne de la volonté de la marque de devenir une icône du changement et de l'innovation », déclare Ho-Sung SONG, Président et CEO de Kia. « L'industrie automobile connaît actuellement une période de transformation accélérée, et Kia agit de manière résolument proactive afin d'orienter ces changements et de s'y adapter au mieux. Notre nouveau logo reflète notre ferme volonté de susciter l'inspiration de nos clients car leur mobilité se doit d'évoluer, et d'inciter nos collaborateurs à relever les défis auxquels nous sommes confrontés dans un secteur en rapide mutation. »

Ce nouveau logo a été dévoilé à l'occasion d'un spectacle pyrotechnique donné dans le ciel de Incheon, en Corée du Sud. Cet événement a vu 303 drones pyrotechniques lancer des centaines de feux d'artifice dans le cadre d'une véritable chorégraphie synchronisée destinée à inaugurer et à célébrer les nouveaux débuts de Kia. Ce faisant, la marque a inscrit son nom au « Guinness World Record » en établissant le record du monde du « Plus grand nombre de drones à avoir lancé simultanément des feux d'artifice ». La vidéo de ce fantastique spectacle est disponible sur la chaîne YouTube de Kia :

https://www.youtube.com/watch?v=s61_IsjgLzc&feature=youtu.be .

Présentation des nouvelles orientation et stratégie de la marque le 15 janvier prochain

Outre son nouveau logo, Kia a dévoilé la nouvelle signature internationale de la marque : « Movement that inspires » (Du mouvement vient l'inspiration). De plus amples détails sur la nouvelle stratégie de Kia - notamment sur l'orientation et la philosophie de la marque - ainsi que sur la manière dont elle sera appliquée à sa future gamme de produits, seront communiqués à l'occasion de l'événement digital « New Kia Brand Showcase » qui se tiendra le vendredi 15 janvier 2021 à 09h00 heure coréenne / 01H00 heure française. Cet événement sera retransmis sur la chaîne YouTube de Kia.

Le lancement du nouveau logo de la marque fait suite à l'annonce par Kia en 2020 de sa stratégie à long terme baptisée « Plan S » (cf : notre communiqué du 13/05/2020). Dans le cadre de son Plan S, Kia s'est notamment fixé pour objectif d'occuper une position de leader sur le marché automobile mondial. Pour ce faire, la marque s'attachera à démocratiser les véhicules électriques et à lancer un large éventail de services de mobilité, spécialement conçus pour répondre aux besoins et attentes des clients et des marchés locaux.

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 Motors Corporation

Kia Motors Corporation est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondée en 1944, Kia fait partie intégrante de Hyundai Motor Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia vend aujourd'hui environ 3 millions de véhicules chaque année dans 190 pays, le constructeur possède des unités de fabrication et d'assemblage réparties dans 6 pays et emploie plus de 52 000 personnes à travers le monde. Kia réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 50 milliards de \$.

Kia se veut le chef de file de la transition vers les véhicules électriques et développe des services de mobilité pour aider les utilisateurs du monde entier à relever les défis de demain. Une philosophie de marque que l'on retrouve dans sa nouvelle signature « Movement that inspires » (Du mouvement vient l'inspiration).

Kia France est la filiale française de Kia Motors 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 216 points de vente.

« Kia partenaire de vos plus belles émotions »

Football

Kia est très présent dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'un des partenaires officiels 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.