



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia et Rafael Nadal lancent l'initiative « Kia Clubhouse » destinée à inspirer la nouvelle génération de fans de tennis

- Une expérience de portée mondiale visant à rendre le tennis plus accessible,
- Lors de l'événement de lancement organisé à Paris, les enfants se sont vu offrir des séances d'entraînement et des équipements pour leur donner envie de prolonger leur passion du tennis tout au long de leur vie,
- Rafael Nadal, Ambassadeur de la marque Kia, y a fait une apparition surprise avec la volonté d'être une source d'inspiration pour les enfants,
- Cette initiative sera étendue à d'autres villes de la planète qui accueilleront les prochains tournois du circuit.

Rueil-Malmaison, 20 mai 2022 – Kia Corporation et Rafael Nadal se sont associés pour lancer « Kia Clubhouse », une nouvelle initiative destinée à rendre le tennis plus accessible et à inspirer la nouvelle génération de fans de tennis. L'événement de lancement s'est déroulé à Paris en présence de 18 enfants issus de l'association « Fête le Mur » et de six enfants licenciés au Tennis Club Gennevillois. Fidèle à sa philosophie « Movement That Inspires » / (Du mouvement vient l'inspiration), Kia a mis à disposition une flotte de véhicules destinés à assurer le transport des enfants, comprenant différents modèles de la marque dont EV6, son premier véhicule électrique sur plateforme dédiée, et le nouveau Sportage, son SUV phare.

À leur arrivée, les enfants se sont vu offrir un cadeau souvenir spécial, un pack de bienvenue contenant des équipements de tennis de marque Babolat, destiné à leur donner envie de prolonger leur passion du tennis tout au long de leur vie. Invité surprise de cet événement, Rafael Nadal a pu accueillir les enfants et partager avec eux toutes les expériences qui l'ont poussé à pratiquer ce sport.

Le détenteur de 21 titres en Grand Chelem et Ambassadeur mondial de la marque Kia a déclaré : « *La fondation Rafael Nadal a énormément œuvré pour soutenir les enfants qui en ont le plus besoin, et nous avons clairement observé l'impact que le tennis et le sport en général pouvaient avoir sur l'éducation des enfants. Aussi, je me réjouis d'être associé à Kia pour l'initiative « Kia Clubhouse » qui vise à rendre le tennis plus accessible à davantage d'enfants dans le monde. J'espère sincèrement que cette initiative inspirera d'autres acteurs à faire de même.* »



Dans le cadre de l'expérience « Kia Clubhouse », les enfants ont participé à un grand nombre d'activités, notamment à une masterclass consacrée aux techniques et coups magiques du tennis, organisée par Ben Simonet, véritable figure du tennis freestyle en France, et à toute une série de défis proposés par la joueuse professionnelle Alizé Lim. Les enfants ont également pu mesurer leurs progrès lors de toutes sortes d'épreuves, de défis et de matches, avant de conclure la journée par un tournoi amical et une cérémonie de remise de prix.

L'initiative « Kia Clubhouse » sera étendue à l'échelle internationale dès l'année prochaine, une expérience mémorable qui sera reproduite dans d'autres grandes villes du monde, également connues pour leur amour du tennis.

Artur Martins, Vice-Président Senior et responsable de la division Expérience de Marque et Client chez Kia Corporation, a déclaré : *« Chez Kia, nous pensons qu'il est primordial de donner les moyens aux individus de vivre leur vie pleinement. « Kia Clubhouse » entend offrir aux enfants un espace leur permettant de pratiquer le tennis, un sport auquel ils n'auraient jamais eu accès sans cette initiative. Avec Rafael Nadal, nous espérons donner envie aux enfants de tous horizons de nous rejoindre et de jouer au tennis. »*

Fête le Mur est une organisation socio-sportive à but non lucratif basée à Paris qui soutient plus de 13 000 enfants défavorisés, et compte plus de 76 implantations en France métropolitaine et dans les DOM-TOM. En partenariat avec l'équipementier de renom Babolat, elle s'appuie sur le sport, et plus particulièrement le tennis, pour proposer à ses bénéficiaires un parcours d'accompagnement complet qui pourra les mener jusqu'à l'insertion professionnelle et faciliter leur intégration sociale.

###



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 e-Niro, 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.