



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **Kia France change officiellement de nom dans le cadre de son nouvel engagement en faveur d'un avenir et de nouvelles mobilités durables**

- Dans le cadre de sa nouvelle orientation de marque, **Kia Motors France change de raison sociale et devient Kia France,**
- **La transformation de Kia s'inscrit pleinement dans ses ambitions en matière de mobilité durable et high-tech.**

**Rueil-Malmaison, 30 avril 2021** – Témoinnant de sa volonté d'offrir des solutions de transport durables à tout un chacun, Kia France a officiellement enregistré ses nouvelles raison sociale et identité, alors même qu'elle étend son activité à de nouveaux secteurs et accélère le développement de véhicules écoresponsables de nouvelle génération.

Kia Motors France devient Kia France, une nouvelle raison sociale qui souligne l'engagement de la marque envers sa stratégie à long terme « Plan S » dévoilée l'année dernière, qui permettra à Kia d'occuper une position de leader sur le futur marché de la mobilité durable. Cette stratégie prévoit notamment le développement de véhicules électriques (VE) et véhicules électriques à batterie (BEV), de solutions et services de mobilité, et de véhicules à usage spécial évolués (PBV). Parallèlement à cette démarche, Kia s'attachera dans le même temps à promouvoir une production plus durable en faisant appel aux énergies propres et aux matériaux recyclables.

Kia est déterminée à démocratiser les BEV et prévoit de renforcer sa gamme de produits au niveau mondial en lançant sept nouveaux BEV dédiés d'ici à 2026. Parmi ces nouveaux modèles, figureront plusieurs véhicules de tourisme, SUV et MPV destinés à différents segments, chacun intégrant les technologies de pointe de la nouvelle plateforme internationale modulaire électrique (E-GMP) en vue de garantir une excellente autonomie et un temps de recharge ultra rapide. Kia a débuté cette aventure des plus passionnantes en mars dernier par le lancement de EV6, son crossover d'avant-garde 100% électrique.

Le changement de raison sociale de la marque lui permettra également de renforcer son attrait auprès d'un public plus large. **Marc HEDRICH, président de Kia France explique :** « *Le changement de notre raison sociale nous ouvre de nouveaux horizons et souligne l'émergence de nouvelles activités répondant, voire dépassant, les multiples attentes de nos clients. Ce changement nous impose également d'adapter notre culture de travail et de favoriser la créativité de tous nos collaborateurs afin de créer un environnement de travail inspirant.* »



## 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 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. 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.