



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia s'associe à The Ocean Cleanup

- **Kia annonce la signature d'un partenariat mondial de sept ans avec The Ocean Cleanup, une organisation à but non lucratif engagée dans la lutte contre la pollution plastique des océans,**
- **Kia soutiendra des opérations dans les océans et la construction de dispositifs de nettoyage des cours d'eau « Interceptor Original™ » par le biais de financements et de contributions en nature,**
- **Dans le cadre de ce partenariat, Kia intégrera dans les processus de sa chaîne de valeur du plastique récolté par The Ocean Cleanup puis ensrecyclé,**
- **Ce partenariat s'intègre dans la stratégie de Kia de devenir un « fournisseur de solutions de mobilité durable ».**

Rueil-Malmaison, 29 avril 2022 – Kia Corporation et The Ocean Cleanup ont noué un partenariat officiel pour lutter contre la pollution plastique des grands cours d'eau du monde. Ce partenariat signe une avancée majeure dans le parcours de Kia pour devenir un « fournisseur de solutions de mobilité durable » et parvenir à la neutralité carbone à l'horizon 2045.

Dans le cadre de ce partenariat, Kia soutiendra The Ocean Cleanup dans sa mission d'éliminer les déchets plastiques des océans et fournira des matériaux pour la construction de son « Interceptor Original™ », une embarcation qui piège le plastique présent dans les cours d'eau avant qu'il n'atteigne l'océan. Le soutien financier de Kia permettra à The Ocean Cleanup de lancer des projets de nettoyage des océans et des cours d'eau et de créer un nouveau système de recirculation des ressources afin d'intégrer le plastique récolté dans les processus de production et la chaîne de valeur de Kia.

Le 27 avril, au siège de Kia à Séoul, Ho Sung SONG, président et CEO de Kia Corporation, et Boyan SLAT, fondateur et CEO de The Ocean Cleanup, ont participé à la cérémonie de signature qui a confirmé officiellement le partenariat mondial entre Kia et The Ocean Cleanup. Cet accord marque l'ouverture d'une coopération de sept ans à travers laquelle les deux organisations exploreront des façons innovantes de co-développer des solutions favorisant un futur plus durable.

Ho Sung SONG, président et CEO de Kia Corporation, a déclaré : « *Pour mener à bien l'ambition de Kia de bâtir un futur durable, il ne suffit pas d'intervenir dans les domaines des produits et services, il faut également instaurer des changements positifs pour la planète. Kia va continuer à avancer et à inspirer en concluant des partenariats ouverts avec diverses organisations comme The Ocean Cleanup qui ont des technologies et des idées innovantes à faire valoir* ».



The Ocean Cleanup est une organisation non lucrative basée aux Pays-Bas qui développe des technologies évolutives afin de débarrasser les océans du plastique en endiguant le flux provenant des cours d'eau et en nettoyant ce qui s'est déjà accumulé dans les océans. Pour ce volet nettoyage, The Ocean Cleanup met au point des dispositifs de grande envergure permettant de recueillir les déchets plastiques, qui sont ensuite récupérés régulièrement. Afin de juguler le flot de déchets déversé par les cours d'eau, The Ocean Cleanup a conçu des solutions baptisées Interceptor™ qui font barrage au plastique des rivières avant qu'il n'atteigne l'océan.

Pendant sept ans, Kia fournira un appui à The Ocean Cleanup en tant que partenaire mondial officiel par le biais de contributions financières et en nature, qui soutiendront les opérations de l'organisation dans les océans et la fabrication de différents dispositifs de nettoyage des cours d'eau : les solutions Interceptor™ de The Ocean Cleanup. Kia fournira également au siège de l'organisation aux Pays-Bas quatre véhicules 100% électriques, à savoir un Kia EV6 et trois nouveaux Kia Niro. En retour, The Ocean Cleanup remettra à Kia du plastique récupéré afin qu'il soit réutilisé et partagera les résultats de ses travaux de recherche ainsi que des données utiles sur la réduction de la pollution plastique.

Boyan SLAT, fondateur et CEO de The Ocean Cleanup, a pour sa part déclaré : « *Le plastique n'est pas en soi un mauvais matériau, mais il doit être utilisé de manière responsable. Nous démontrons qu'il est possible de faire de la pollution une solution en lançant des applications qui aident à nettoyer les océans et, dans le même temps, en association avec notre partenaire Kia, nous apportons la preuve que le plastique recyclé peut être utilisé de manière durable. J'espère que d'autres nous emboîteront le pas. Cette coopération est une nouvelle étape dans nos efforts pour assurer que notre récolte ne finisse pas à nouveau sa course dans l'environnement et pour encore intensifier nos activités de nettoyage.* »

Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie d'entreprise et la vision de Kia, qui est de bâtir un futur durable pour la mobilité (voir communiqué de presse du 17 novembre 2021). Kia entend porter sa part de réutilisation du plastique à 20% d'ici à 2030 et contribuer toujours plus à la protection de l'environnement en créant un « cercle vertueux du recyclage » pour réduire l'impact climatique de la mise au rebut des véhicules.

Kia a confirmé son engagement à agir pour un futur plus durable avec son nouveau Kia Niro dévoilé lors du salon de la mobilité de Séoul le 25 novembre 2021 et présenté en première française au Salon de Lyon, le 7 avril dernier. Le nouveau Kia Niro intègre des matériaux durables issus de papier peint recyclé et de feuilles d'eucalyptus et utilise une peinture acrylique pour minimiser l'impact sur l'environnement et réduire les déchets. Kia prévoit en outre d'étendre ses matériaux écoresponsables à l'ensemble du véhicule, avec un plan pour supprimer progressivement l'utilisation de cuir d'origine animale dans tous les véhicules.



#

À PROPOS DE THE OCEAN CLEANUP

The Ocean Cleanup conçoit des technologies évolutives pour débarrasser les océans de la planète des déchets plastiques. Pour atteindre cet objectif, l'organisation mise sur une approche sur deux fronts : endiguer le flux en provenance des cours d'eau et nettoyer le plastique déjà accumulé dans les océans. Pour ce dernier volet, The Ocean Cleanup met au point des dispositifs de grande envergure qui recueillent les déchets plastiques qui sont ensuite récupérés régulièrement. L'origine du plastique est retracée à l'aide d'un modèle de chaîne d'approvisionnement développé par DNV pour authentifier les allégations d'origine lors du recyclage en nouveaux produits. Pour juguler le flot de plastique déversé par les cours d'eau, The Ocean Cleanup a conçu *Interceptor™*, des solutions qui font barrage au plastique des rivières et l'en extraient avant qu'il n'atteigne l'océan. Fondée en 2013 par Boyan Slat, The Ocean Cleanup s'appuie aujourd'hui sur une équipe pluridisciplinaire composée d'une centaine de personnes. La fondation a son siège à Rotterdam, aux Pays-Bas.



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 ligue 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.