



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

« Movement that inspires » Kia présente la nouvelle orientation et la future stratégie de la marque

- La marque présente sa nouvelle stratégie et ses futures ambitions à l'occasion d'un événement digital,
- L'entreprise change de nom : « Kia Motors » devient « Kia »,
- Kia met en œuvre sa stratégie à long terme baptisée « Plan S » afin de créer des solutions de mobilité durable pour ses clients,
- Sept nouveaux véhicules électriques seront lancés d'ici à 2027,
- Kia se tourne vers les matériaux recyclables et les énergies renouvelables dans un souci d'amélioration de la durabilité de sa production,
- Kia dévoilera prochainement son premier véhicule électrique dédié, issu de la plateforme E-GMP du Groupe, et sa toute nouvelle philosophie de design.

(Rueil-Malmaison) 15 janvier 2021 - Kia a fourni de plus amples précisions sur la nouvelle orientation de la marque et sur ses ambitions pour l'avenir, lors d'un événement digital spécialement prévu à cet effet. En s'appuyant sur sa nouvelle signature de marque baptisée « Movement that inspires » / (Du mouvement vient l'inspiration), Kia dévoile aujourd'hui de nouvelles informations sur sa stratégie à long terme qui verra la marque se projeter bien au-delà de son activité de production automobile pour offrir à ses clients de véritables solutions de mobilité durable.

Témoignant de la décision de la marque de rompre avec son « business model » traditionnel axé sur la production, Kia a annoncé l'adoption d'une nouvelle raison sociale. En retirant le terme « Motors » de sa dénomination sociale (précédemment « Kia Motors Corporation »), Kia démontre sa volonté d'étendre son activité à de nouveaux secteurs émergents en imaginant des produits et services de mobilité résolument innovants destinés à améliorer le quotidien de ses clients.



Ho-Sung SONG, Président et CEO de Kia Corporation, a commenté cette décision en ces termes : « *Chez Kia, nous pensons que les transports, la mobilité et le mouvement relèvent des droits des personnes. Nous avons pour vision de créer des solutions de mobilité durable à destination des clients, des communautés et des sociétés du monde entier. Aujourd'hui, nous commençons à mettre en œuvre cette vision en lançant nos nouvelles orientation et stratégie de marque pour le futur.* »

**Lancement des nouvelles orientation et signature de marque Kia :
« Movement that inspires » / (Du mouvement vient l'inspiration)**

Le lancement de la nouvelle signature de Kia intitulée « Movement that inspires » (Du mouvement vient l'inspiration) s'inscrit dans un manifeste au cœur de la marque, reflétant la nouvelle orientation de Kia qui entend susciter l'inspiration des clients par le biais de ses produits et services, et leur proposer de nouvelles expériences avec la marque.

La nouvelle orientation de la marque Kia met l'accent sur le fait que le mouvement est à l'origine même du développement de l'homme. Le mouvement est le moyen pour les individus de découvrir de nouveaux lieux, de faire de nouvelles rencontres et de vivre de nouvelles expériences. Cette connexion constitue l'essence même de la nouvelle marque Kia – faciliter le progrès humain en proposant des habitacles résolument innovants, de nouveaux produits enthousiasmants, et des services aussi pertinents que pratiques qui soient une véritable source d'inspiration pour les clients, tout en leur libérant du temps pour toutes leurs activités de prédilection.

Artur Martins, Vice-Président Senior, et responsable de l'expérience marque et client chez Kia, a déclaré : « *Le mouvement a toujours été au cœur de notre marque et la mobilité des individus au cœur de notre activité. Le mouvement permet à l'humanité de progresser, de s'améliorer et d'évoluer en permanence. C'est la raison pour laquelle chez Kia, nous pensons que le mouvement est source d'inspiration.* »

Présente dans l'industrie de la mobilité depuis plus de 75 ans, Kia a même produit les premiers vélos du marché coréen, des motos ainsi que des camions de livraison. Aujourd'hui, Kia compte parmi les plus grands constructeurs automobiles au monde, proposant des véhicules de tourisme de grande valeur à des millions de clients à l'échelle mondiale.

Dans le cadre de sa nouvelle orientation de marque, Kia s'attachera à répondre aux nouvelles attentes des clients quant à leurs modes de déplacement, et à l'impact de leur mobilité sur le monde qui les entoure. Les clients recherchent plus que jamais des solutions de transport à la fois flexibles, respectueuses de l'environnement et intégrées.

La nouvelle stratégie de la marque Kia vise à répondre et - à donner corps - à ces différentes attentes en développant une vaste gamme de produits et services destinés à couvrir les besoins des clients du monde entier. Il en résultera un accès plus large à une plus vaste gamme de produits et de services de mobilité écoresponsables, à même de



répondre à la demande croissante des clients du monde entier en faveur de solutions de mobilité flexibles et individualisées, et ce grâce à l'utilisation des données et des nouvelles technologies.

La vision élargie de Kia Corporation en faveur d'une mobilité durable

Témoignant de sa vision élargie en matière de mobilité, Kia a annoncé aujourd'hui l'adoption d'une nouvelle raison sociale, et sa volonté d'étendre son activité à de nouveaux secteurs dans le but de promouvoir la mobilité durable. En retirant le terme « Motors » de sa dénomination sociale, Kia démontre clairement son engagement en faveur de sa stratégie commerciale à long terme baptisée « Plan S ». Dans le cadre de cette stratégie annoncée en 2020, la marque ambitionne d'occuper à l'avenir une position de leader sur le marché de la mobilité, et d'étendre son activité aux véhicules électriques, aux solutions et services de mobilité, aux véhicules à usage spécial (PBV - Purpose-built vehicles) et à bien d'autres domaines. 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 véhicules électriques à batterie (BEV), et prévoit de renforcer sa gamme de produits au niveau mondial en lançant sept nouveaux BEV d'ici 2027. 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 électrique (E-GMP) de Hyundai Motor Group, en vue de garantir une excellente autonomie et un temps de recharge ultra rapide.

Kia développe également toute une série de nouveaux véhicules à usage spécial (PBV) à destination de ses clients professionnels. Ces véhicules spécialisés reposeront sur des plates-formes de « skateboard » évolutives, associées à des caisses modulables conçues pour répondre aux besoins de mobilité spécifiques d'un large panel de clients flotte et professionnels. En concluant des partenariats avec des sociétés telles que Canoo et Arrival, Kia pourra proposer des PBV équipés de différents types de caisse montés sur une plateforme de « skateboard » modulable et intégrée, conçus pour répondre aux besoins fonctionnels de leurs utilisateurs.

La demande en faveur des PBV est appelée à quintupler d'ici à 2030 du fait de la croissance rapide et soutenue du e-commerce et des services d'autopartage. Les PBV de Kia seront spécialement conçus pour répondre aux besoins des clients flottes et professionnels. Il pourra s'agir notamment de véhicules d'autopartage, de véhicules logistiques à plancher surbaissé et de véhicules de livraison.

Le changement de raison sociale de l'entreprise suppose également une transformation de la culture de travail au sein de l'organisation. **Le Président SONG explique** : « *Le changement de notre dénomination sociale et de notre logo ne constitue pas une simple évolution cosmétique. Il traduit également un élargissement de nos horizons et notre investissement dans de nouvelles activités émergentes qui répondent et dépassent les différents besoins de nos clients du monde entier. Plus important encore, ce changement*



implique également une adaptation de notre culture de travail, favorisant la créativité de l'ensemble de nos collaborateurs et la mise en place d'un environnement de travail inspirant. »

Développement de services de mobilité écoresponsables

Kia s'est fixé un autre objectif stratégique dans le cadre de son Plan S : elle s'est engagée à diversifier son activité en proposant des services de mobilité écoresponsables axés sur la conduite électrique et autonome dans les plus grandes villes du monde.

En outre, Kia multiplie ses collaborations et partenariats avec des entreprises d'envergure internationale spécialisées dans les solutions de mobilité, diversifiant ainsi ses services de mobilité dans des régions stratégiques au niveau mondial. En 2018, la marque a investi dans Grab, la plus grande entreprise de VTC, de livraison de nourriture et de solutions de paiement d'Asie du Sud-Est ; et, en mars 2019, dans Ola, une entreprise indienne proposant des services d'autopartage entre particuliers, de VTC, de taxi, de livraison de nourriture et d'autres services de mobilité.

Kia met également en place d'autres services de mobilité, dont WiBLE, une coentreprise d'autopartage conclue avec Repsol, le principal fournisseur d'électricité d'Espagne à Madrid. Lancée en septembre 2018, WiBLE exploite 500 Kia Niro Plug-in Hybrid par le biais de la méthode du « free floating » permettant à ses utilisateurs de prendre et de laisser un véhicule à n'importe quel endroit d'une zone donnée. WiBLE reste l'un des programmes de mobilité partagée les plus performants d'Europe avec plus de 130 000 membres inscrits depuis sa création. En outre, un nouveau service, baptisé KiaMobility, a été lancé dans différents pays tels que l'Italie et la Russie en septembre 2020, accélérant ainsi la mutation de l'entreprise qui vise à devenir un fournisseur de solutions de mobilité. KiaMobility sera lancé sur plusieurs nouveaux marchés dans les années à venir, dont la France.

Prochainement : le premier véhicule électrique dédié de Kia, issu de la plateforme E-GMP du Groupe, et une nouvelle philosophie de design

Le premier modèle de la nouvelle génération de véhicules électriques de Kia sera dévoilé au premier trimestre 2021, reflétant ainsi l'orientation de Kia en faveur de l'électrification. Basé sur la nouvelle technologie de la plate-forme E-GMP, ce véhicule électrique dédié arborera un design typique de crossover, tout en offrant une autonomie de plus de 500 kilomètres et un temps de recharge ultra rapide inférieur à 20 minutes. Il sera également le premier modèle Kia à bénéficier du nouveau logo de la marque.

Avec sa gamme de BEV en constante évolution, Kia cible une part de 6,6% du marché mondial des véhicules électriques d'ici à 2025, pour un chiffre de ventes annuel de 500 000 BEV à l'échelle mondiale d'ici à 2026.



Kia dévoilera également de plus amples informations sur la nouvelle orientation stylistique de ses futurs produits et services dans les semaines à venir, et sur sa nouvelle philosophie de design qui reflète la transformation en profondeur de la marque.

Karim Habib, Vice-Président Senior et Responsable du Design de Kia au niveau mondial, explique : « *Nous souhaitons que nos produits procurent une expérience instinctive et naturelle à nos clients en vue d'embellir leur quotidien. Nous avons pour but d'imaginer l'expérience physique de notre marque, et de créer des véhicules électriques tout à la fois originaux, ingénieux et enthousiasmants. Plus que jamais, les idées de nos designers et l'orientation de la marque s'avèrent étroitement connectées, avec nos clients placés au centre de ce que nous entreprenons.* »

###



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 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 217 points de vente.

« Kia partenaire de vos plus belles émotions »

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.