



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

The Ocean Cleanup et Kia soutiennent le Guatemala pour empêcher la pollution plastique d'atteindre les océans

- The Ocean Cleanup et Kia collaborent avec le gouvernement guatémaltèque et d'autres partenaires dans le but d'empêcher l'un des flux de pollution plastique les plus importants au monde d'atteindre l'océan,
- Cette initiative cible les 20 000 tonnes de déchets déversées chaque année par les fleuves Motagua et Las Vacas,
- Ce projet mené dans le cadre du partenariat stratégique de longue date entre Kia et The Ocean Cleanup s'inscrit dans la droite ligne des valeurs de la marque en matière de développement durable et de son engagement à accroître la proportion de plastiques recyclés à bord de ses véhicules.

Rueil-Malmaison, le 1^{er} août 2025 – Kia et The Ocean Cleanup, en collaboration avec le ministère guatémaltèque de l'Environnement et des Ressources naturelles (MARN) et d'autres partenaires, ont pour ambition d'endiguer l'un des flux de pollution plastique les plus importants au monde, charrié par le fleuve Motagua et son affluent, la rivière Las Vacas, avant qu'il n'atteigne les océans.

Chaque année, ce sont quelque 20 000 tonnes de déchets qui sont déversées dans la mer des Caraïbes depuis les fleuves Motagua et Las Vacas, polluant ainsi les écosystèmes marins et affectant les communautés côtières du Guatemala et des pays voisins tels que le Honduras.

Pour relever ce défi, The Ocean Cleanup, avec le soutien de Kia, a déployé deux de ses innovants systèmes de collecte des déchets flottants : l'Interceptor 006 dans la rivière Las Vacas et, plus récemment, l'Interceptor 021 dans le bassin versant du fleuve Motagua. Ces systèmes sont conçus pour capturer et retirer le plastique avant qu'il n'atteigne l'océan. Ces barrières concentrent les déchets charriés par le courant de la rivière et les acheminent jusqu'à une zone d'extraction, où ils sont retirés puis traités.



Des efforts de collaboration au niveau local qui ont un impact au niveau mondial

Initié en 2022, le partenariat de Kia avec The Ocean Cleanup s'inscrit dans la droite ligne des objectifs de la marque en matière de développement durable. En tant que partenaire mondial de The Ocean Cleanup, Kia a contribué, par son soutien à l'organisation, à retirer près de 500 000 kg de plastique de la plus importante accumulation au monde de déchets plastiques flottants, à savoir le Vortex de déchets du Pacifique Nord qui couvre une superficie estimée à 1,6 million de kilomètres carrés. Alors même que se poursuit l'optimisation des systèmes et opérations de collecte en mer, ce nouveau projet stratégique vise à empêcher la pollution plastique d'atteindre les océans.

L'Interceptor 021 installé à El Quetzalito, près de Puerto Barrios, constitue la dernière ligne de défense avant que les déchets n'atteignent la mer. D'une longueur de 158 mètres, il s'agit du plus grand système jamais installé à ce jour par The Ocean Cleanup, ce qui conforte l'organisation dans son ambitieuse mission de restaurer le Golfe du Honduras – l'une des zones marines les plus riches en biodiversité des Caraïbes – tout en améliorant le quotidien des victimes de cette pollution.

À Las Vacas et El Quetzalito, 23 354 tonnes de déchets ont été collectées à ce jour, empêchant ainsi toute pollution supplémentaire du Golfe du Honduras.

Dans un effort commun, les institutions gouvernementales, des organisations locales, les communautés et des partenaires clés du secteur privé ont uni leurs forces avec Kia et The Ocean Cleanup pour montrer que des actions environnementales menées au niveau local pouvaient avoir un réel impact au niveau mondial, en sensibilisant la population à la pollution plastique, en présentant des solutions au problème et en encourageant les autres à agir.

Les outils pédagogiques et d'information conçus pour sensibiliser les individus à l'impact de la pollution plastique des océans et les inciter à passer à l'action incluent une [vidéo](#) de présentation du projet.

Donner une seconde vie aux déchets plastiques en les transformant en produits de consommation

Les déchets collectés sont acheminés vers des centres de tri situés à proximité des fleuves Las Vacas et Motagua, où ils sont triés en vue de leur mise au rebut ou de leur recyclage dans des conditions appropriées. Une partie de ces déchets a été réutilisée dans la fabrication de produits de consommation, tels que des disques vinyles en édition limitée créés par le groupe britannique Coldplay. Par ailleurs, dans l'industrie automobile, Kia a été l'un des premiers constructeurs à utiliser des matériaux recyclés, fabriqués notamment à partir de déchets plastiques collectés.

Kia a utilisé du plastique océanique recyclé dans un garnissage de coffre proposé en édition limitée sur son SUV 100% électrique EV3¹. La marque intègre également d'autres plastiques recyclés et matériaux écoresponsables dans ses tout derniers modèles. C'est notamment le

¹ Accessoire après-vente en cours de développement.



cas du SUV 100% électrique EV9, porte-étendard de la marque, dont la moquette intérieure et les garnitures de siège sont respectivement fabriqués à partir de filets de pêche recyclés et de bouteilles en plastique recyclées.

En tant qu'allié stratégique, Kia apporte un soutien logistique, financier et promotionnel à The Ocean Cleanup, contribuant ainsi à amplifier la portée et l'efficacité des opérations de nettoyage dans le cadre de son engagement en faveur d'une mobilité responsable et de la préservation de l'environnement. Cet engagement de la marque témoigne également du rôle central que le secteur privé peut jouer dans la transition écologique tant au niveau local que mondial.

###

À PROPOS DE THE OCEAN CLEANUP

The Ocean Cleanup est une organisation internationale à but non lucratif dont la mission est de développer et déployer des technologies destinées à débarrasser du plastique les océans du monde entier. Pour atteindre cet objectif, l'organisation mise sur une double stratégie : endiguer le flux en provenance des rivières et éliminer les déchets déjà accumulés dans les océans. Pour les besoins de ces opérations de nettoyage, The Ocean Cleanup met au point et déploie des systèmes de grande envergure visant à concentrer efficacement les déchets plastiques en vue de leur enlèvement périodique. Le système de traçabilité du plastique collecté permet d'authentifier les allégations d'origine lors du recyclage des déchets en nouveaux produits. Pour juguler le flot de plastique déversé par les cours d'eau, The Ocean Cleanup a conçu *Interceptor™* Solutions en vue de faire barrage au plastique des rivières et de l'extraire avant qu'il n'atteigne l'océan. En juillet 2025, l'organisation à but non lucratif avait collecté plus de 32 millions de kilogrammes de déchets dans les écosystèmes aquatiques du monde entier. Fondée en 2013 par Boyan Slat, The Ocean Cleanup s'appuie aujourd'hui sur une équipe pluridisciplinaire composée d'environ 200 personnes. L'organisation a établi son siège à Rotterdam aux Pays-Bas, et mène des activités dans 10 pays à travers le monde.

###



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 client 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 durables à destination de ses clients, des communautés et des sociétés du monde entier. Fondée en 1944 en Corée du Sud, Kia fournit des solutions de mobilité depuis plus de 80 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 43 861 véhicules sur l'année 2024. Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 14 modèles VP (Picanto, Stonic, EV3, EV4, EV4 Fastback, Ceed 5 portes, Niro (Hybride, Hybride Rechargeable et EV), Sportage (Hybride et Hybride Rechargeable), Sorento, EV6, EV6 GT, EV9, EV9 GT et PV5 Passenger) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrique. En 2025, Kia lance une gamme inédite de véhicules utilitaires 100% électriques, dont Kia PV5 est le premier opus. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 216 points de vente pour les VP et 50 distributeurs, pour les utilitaires.

Kia EV3 élu Voiture Mondiale de l'Année 2025

Le SUV compact Kia EV3 a été élu Voiture Mondiale de l'Année 2025 lors de la cérémonie des « World Car Awards ». EV3 a été élu par un jury international composé de 96 journalistes automobiles de renom issus de 30 pays différents, dont la France. Cette victoire porte à six le nombre de prix décrochés par Kia aux World Car Awards, depuis 2020, avec notamment EV9 élu voiture mondiale de l'année 2024.

Le crossover Kia EV6, élu Voiture Européenne de l'Année 2022

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 France, partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis 2021

Kia France est partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis janvier 2021, offrant un soutien aux activités et à la communauté locale. Partageant des valeurs communes qui sont le mouvement, la qualité et la satisfaction des clients, Kia France et la vallée de Chamonix-Mont-Blanc ont un engagement mutuel fort dans la transition écologique et énergétique.

Kia et le sport esport

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'esport, 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. Kia France va encore plus loin en signant un partenariat de deux ans avec Team Vitality, club leader d'esport qui compte 12 millions de fans.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales et françaises. Depuis 2007, Kia est l'une des marques partenaires officielles de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football, et a renouvelé son engagement jusqu'en 2030.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2028. 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.

Movement that inspires

Du mouvement vient l'inspiration