



*Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 13 janvier 2021.*

La rentabilité du réseau Kia s'est maintenue à un haut niveau à fin octobre 2020



En illustration, la concession de Chartres (28) du Groupe Berteaux. Photo : DR.

- **A fin octobre, la rentabilité du réseau Kia s'est maintenue au bon niveau de 2019, à 1,4%,**
- **Kia Motors France a atteint la 8^{ème} place des ventes à Particuliers en 2020,**
- **En 2020, la filiale française a réalisé 39 052 immatriculations et a enregistré une part de marché de 2,4%, qui constitue un record historique.**

Alors que Kia Motors France a atteint une part de marché record en 2020, à 2,4% (cf notre communiqué du 07/01/2021), les premiers chiffres disponibles sur la rentabilité du réseau Kia en 2020 montrent, à fin octobre, un maintien des performances à un haut niveau, malgré la crise de la Covid-19.

La rentabilité s'est, en effet, établie à 1,4% pour l'activité Kia, au sein des 217 points de vente Kia, à fin octobre 2020 (vs même période en 2019).

Cette bonne performance du réseau, malgré la crise du marché automobile, s'explique par le Chiffre d'Affaires en hausse de l'ensemble des activités des concessions à fin octobre 2020 (vs même période en 2019), à savoir le VN qui résiste bien (+ 2,4%), le VO (+ 4,3%), les pièces (+ 2,1%) et l'atelier (+ 3,2%).

Sur le VN, l'attrait principal de Kia est sans conteste sa gamme très récente, dont certains modèles ont été renouvelés au second semestre (Kia Picanto, Kia Rio, Kia Stonic) voire lancés (Kia XCeed Hybride Rechargeable et Kia Ceed SW Hybride Rechargeable).

Kia a su séduire une large clientèle toujours intéressée par des véhicules à combustion interne mais aussi une part croissante de nouveaux acheteurs désirant passer à l'électrification. Si bien que sur l'ensemble des 39 052 immatriculations de véhicules neufs réalisées en 2020, les ventes de véhicules hybrides, hybrides rechargeables et électriques Kia ont représenté plus de 39% des ventes totales de la marque (contre 16% en 2019) avec 15 341 immatriculations (véhicules à hybridation légère, hybrides, hybrides rechargeables et électriques).

Le canal des Particuliers, un atout de Kia Motors France sur l'année 2020

Alors que le marché réalise en moyenne 46,9% de ventes à Particuliers (source : AAA, au 31 décembre 2020), Kia Motors France surperforme auprès de cette clientèle, en réalisant 67,4% de ses ventes VN à Particuliers. Kia a ainsi gagné 0,4% de point de part de marché sur ce canal, atteignant 3,4% et se classant ainsi au 8^{ème} rang des ventes à Particuliers, devant Fiat et à seulement 1 746 unités derrière le constructeur Ford.

Le B-to-B, un axe de développement stratégique

En raison de la crise sanitaire, les entreprises ont moins investi dans l'achat automobile en 2020. Sur ce canal, Kia a perdu 4% de volume de ventes mais a gagné 0,1 point de pourcentage de part de marché, à 0,9% (source : AAA, au 31 décembre 2020) affichant, là encore, une bonne résistance à la crise.

En 2021, Kia Motors France table sur un rebond de ce canal, en raison des investissements des entreprises qui devraient repartir à la hausse, mais aussi de la commercialisation, en année pleine, des nouveautés hybrides rechargeables XCeed et Ceed SW. De plus, la gamme récente proposée par la marque va s'agrandir encore cette année avec, notamment, la disponibilité du nouveau SUV Kia Sorento Hybride Rechargeable au 1^{er} trimestre (notre communiqué du 01/12/2020) et l'arrivée au second semestre du 1^{er} véhicule Kia issu de la nouvelle plateforme E-GMP du Groupe (Hyundai Motor Group - Kia, Hyundai et Genesis) dédiée exclusivement aux véhicules électriques (notre communiqué du 02/12/2020).

En 2021, Kia Motors France se fixe l'objectif d'atteindre 47 500 véhicules et 2,5% de part de marché, sur un marché automobile, que la marque estime à 1,9 M.

Sur le canal du B-to-B, Kia envisage d'atteindre 1,5% de PDM en 2021, contre 0,9% l'an passé.

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 Motors Corporation

Kia Motors Corporation est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondée en 1944, Kia fait partie intégrante de Hyundai Motor Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia vend aujourd'hui environ 3 millions de véhicules chaque année dans 190 pays, le constructeur possède des unités de fabrication et d'assemblage réparties dans 6 pays et emploie plus de 52 000 personnes à travers le monde. Kia réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 50 milliards de \$.

Kia se veut le chef de file de la transition vers les véhicules électriques et développe des services de mobilité pour aider les utilisateurs du monde entier à relever les défis de demain. Une philosophie de marque que l'on retrouve dans sa nouvelle signature « Movement that inspires » (Du mouvement vient l'inspiration).

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors 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 Motors 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 présent dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'un des partenaires officiels 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.