



Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 16 janvier 2020.

Kia Motors annonce sa stratégie baptisée « Plan S » pour favoriser sa transition vers les véhicules électriques et autres solutions de mobilité d'ici à 2025



- Kia proposera 11 véhicules électriques d'ici à 2025, ciblant une part de marché de 6,6 % sur le marché mondial des véhicules électriques,
- Kia lancera un modèle de véhicule électrique dédié en 2021,
- Kia table sur une part des véhicules écoresponsables dans son chiffre d'affaires total de 25 % d'ici à fin 2025,
- Kia cible 500 000 véhicules électriques vendus annuellement à l'échelle mondiale, et 1 million de véhicules écoresponsables d'ici à 2026,
- Les produits et services de mobilité privilégieront la valeur client,
- Kia entend accroître sa rentabilité en améliorant ses activités existantes et son leadership dans ses activités futures,
- Kia pénétrera le marché des véhicules à usage spécial (PBV) pour les clients professionnels et proposera des véhicules personnalisés,
- Kia investira 29 trillions de won (25 milliards de dollars US) d'ici à 2025,
- L'entreprise cible une marge d'exploitation de 6 % et une rentabilité des capitaux propres de 10,6 % en 2025,
- Han-woo Park, CEO de Kia, a déclaré : « Kia Motors entend devenir une marque en perpétuelle innovation en accélérant sa transition ambitieuse et proactive vers de futures activités ».

Kia Motors Corporation a annoncé les détails de son « **Plan S** », sa stratégie à moyen et long termes visant à asseoir progressivement sa position de leadership sur le marché automobile de demain, notamment en termes d'électrification, de services de mobilité, de connectivité et d'autonomie.

Le **Plan S** symbolise le 'changement de cap' proactif et ambitieux de Kia qui souhaite passer d'un système axé sur les véhicules à moteur à combustion interne, à un système axé sur les véhicules électriques et les solutions de mobilité personnalisées. L'innovation continue de la marque et l'amélioration de sa rentabilité sous-tendent sa stratégie à deux axes visant à mettre désormais l'accent sur les véhicules électriques et autonomes, ainsi que sur les services de mobilité.

Outre sa stratégie financière et d'investissement 2025, Kia a annoncé les détails de son Plan S aux actionnaires, aux analystes et aux agences de notation de crédit lors de la Journée des Investisseurs du CEO à Seoul, le 14 janvier dernier.

D'ici à fin 2025, Kia envisage de proposer une gamme complète de 11 véhicules électriques. Avec ces modèles, Kia entend atteindre une part de marché de 6,6 % sur le marché mondial des véhicules électriques (hors Chine) et porter la part des véhicules écoresponsables dans son chiffre d'affaires total à 25 %. Avec un marché mondial des véhicules électriques amené à se renforcer d'ici à 2026, Kia cible 500 000 véhicules électriques vendus annuellement et 1 million de véhicules écoresponsables à l'échelle mondiale (hors Chine).

Kia proposera en outre des services de mobilité basés sur les véhicules électriques dans le cadre de son nouveau « business model », et contribuera à solutionner les problématiques auxquelles sont confrontées les villes du monde, parmi lesquelles la pollution environnementale. Sur le marché des véhicules à usage spécial (PBV), qui devrait se développer à la faveur de l'expansion de l'autopartage et des activités d'e-commerce, l'entreprise compte asseoir sa compétitivité.

« **Plan S** » : les activités de deuxième génération de Kia pour demain

Transition proactive vers les véhicules électriques	Favoriser la généralisation des véhicules électriques <ul style="list-style-type: none">✓ Lancer un modèle de véhicule électrique à batterie dédié en 2021.✓ Établir une gamme complète de 11 véhicules électriques et atteindre une part de marché de 6,6 % sur le marché mondial des véhicules électriques d'ici à 2025.✓ Vendre 500 000 véhicules électriques et un million de véhicules écoresponsables d'ici à 2026.✓ Proposer simultanément des versions électriques de modèles existants et des modèles de véhicules électriques dédiés avec des tarifications et des spécifications différenciées.✓ Exploiter les principaux marchés développés et s'en servir de bases pour la généralisation des véhicules électriques ; faire en sorte que les véhicules électriques représentent 20 % des ventes totales de Kia d'ici à 2025.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Introduire de manière sélective des modèles de véhicule électrique sur les marchés émergents ; et développer les ventes de véhicules à moteur à combustion interne. ✓ Adopter un système de développement pour l'architecture des véhicules électriques. ✓ Innover dans la vente de véhicules électriques.
Fourniture de solutions de mobilité personnalisées	<p>Créer des services de mobilité basés sur les véhicules électriques et autonomes, pénétrer le marché des véhicules à usage spécial</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Créer des plates-formes de mobilité dans les villes avec des réglementations environnementales plus strictes et favoriser un usage généralisé des véhicules électriques ; fournir des services de mobilité écoresponsables. ✓ Explorer de nouveaux 'business models' tels que la logistique et la maintenance automobile via des plates-formes de mobilité. ✓ Fournir des services de mobilité basés sur les véhicules électriques et autonomes sur le long terme. ✓ Dominer le marché des véhicules à usage spécial pour les clients professionnels ; proposer des véhicules à usage spécial personnalisés pour des clients cibles.

Dans le cadre de son Plan S, Kia Motors investira 29 trillions de wons (25 milliards de dollars US) d'ici à fin 2025 pour asseoir son leadership dans l'électrification des véhicules et diversifier ses activités. D'ici à la fin de cette période, Kia Motors cible une marge bénéficiaire d'exploitation de 6 % et une rentabilité des capitaux propres de 10,6 % pour obtenir les capitaux nécessaires et maximiser la valeur des actionnaires.

Han-woo Park, Président et CEO de Kia Motors a déclaré : « *L'industrie automobile connaissant actuellement d'importantes mutations, il est aujourd'hui temps pour Kia Motors d'opérer une transformation radicale afin de devenir une entreprise mondiale favorisant les innovations au service de la valeur client. Kia Motors innovera activement pour relever les défis de demain, en identifiant et en capitalisant sur de nouvelles opportunités pour faire avancer l'entreprise.* »

Et **Han-woo Park** d'ajouter : « *Le Plan S est une feuille de route audacieuse et ambitieuse sous-tendant la future transition de Kia et reposant sur deux axes : les véhicules électriques et les solutions de mobilité. Notre approche consiste à donner la priorité aux clients, et Kia redynamisera ses activités d'innovation en développant des produits et services proposant de nouvelles expériences aux clients.* »

Conformément aux deux objectifs stratégiques du Plan S, Kia s'efforcera de (1) favoriser la généralisation des véhicules électriques et (2) développer les services de mobilité pour les véhicules électriques et autonomes et pénétrer le marché des véhicules à usage spécial.

L'entreprise favorisera l'innovation dans tous les domaines, notamment l'identité de marque, l'identité d'entreprise, l'identité graphique et l'expérience utilisateur. Kia entend permettre aux clients de comprendre et d'expérimenter par eux-mêmes l'évolution de l'entreprise, qui souhaite devenir un leader des véhicules électriques et des solutions de mobilité.

Le nouveau système de marque de Kia, qui devrait être présenté au second semestre de cette année, est actuellement en cours de formalisation et repose sur des objectifs clairs. Kia entend ainsi devenir un pionnier dans le domaine des véhicules électriques, une marque appréciée par la génération des millennials (personnes ayant une bonne connaissance des technologies de l'information et nées entre le début des années 1980 et le début des années 2000, période au cours de laquelle s'est produite la transition entre l'analogique et le numérique) et la génération Z (personnes nées après le milieu des années 1990, qui ont grandi dans un environnement numérique et qui sont naturellement enclines à utiliser les outils numériques, d'où leur surnom d'«enfants du numérique»), et un symbole de défi et d'innovation.

Parallèlement, l'entreprise envisage de maximiser la valeur des actionnaires et de gagner la confiance du marché en renforçant constamment sa compétitivité par des innovations dans ses activités existantes et par l'optimisation de la rentabilité de ses activités futures.

Transition proactive vers l'électrification

Kia cherchera à renforcer son leadership sur le marché mondial des véhicules électriques en adoptant une stratégie de différenciation produit, notamment avec le lancement d'un modèle de véhicule électrique dédié, ainsi que l'établissement d'un système d'innovation à l'échelle de l'entreprise.

Kia envisage de jeter les bases de sa mutation en opérant une transition vers une activité axée sur les véhicules électriques avant la concurrence, en exploitant ses capacités de production de véhicules à moteur à combustion interne.

En privilégiant la valeur client à l'avenir, l'entreprise envisage également de développer et de lancer des modèles de véhicules électriques innovants, offrant un attrait produit différencié, notamment un design, une expérience utilisateur et une qualité propres. Kia commencera par lancer un premier modèle de véhicule électrique dédié en 2021, et se constituera une gamme complète de 11 véhicules électriques d'ici à 2025, en ajoutant au fil du temps de nouveaux modèles à sa gamme existante, notamment des véhicules de tourisme, des SUV et des MPV à compter de 2022.

Le modèle de véhicule électrique dédié qui sera lancé en 2021 reposera sur une plate-forme exclusive spécialement conçue pour intégrer le groupe propulseur et les technologies de pointe de ce véhicule. Il proposera un design de crossover à mi-chemin entre le véhicule de tourisme et le SUV, une expérience utilisateur futuriste, une autonomie de plus de 500 kilomètres et un temps de charge ultra rapide de 20 minutes.

Dans sa gamme, Kia envisage de proposer deux types de véhicule électrique avec des capacités de charge différentes (400 V/800 V) – des modèles dédiés haute performance et des versions électriques de modèles existants à prix raisonnable – afin de répondre aux différents besoins des clients.

Kia œuvrera en faveur d'une croissance des ventes mondiales de véhicules électriques avec une stratégie orientée marché personnalisée, tenant compte des différences régionales en matière de réglementation environnementale, de subventions, d'infrastructures, etc.

L'entreprise favorisera le développement du segment des véhicules électriques en Corée du Sud, en Amérique du Nord, en Europe et sur d'autres marchés développés qui sont soumis à des normes antipollution plus strictes. Une gamme complète de véhicules électriques sera établie sur ces marchés d'ici à 2025, et les ventes de véhicules électriques représenteront environ 20 % des ventes totales de Kia sur les marchés développés.

Sur les marchés émergents, Kia se concentrera sur le développement des ventes de véhicules à moteur à combustion interne, tout en étudiant la possibilité d'introduire des véhicules électriques en fonction de la demande de chaque marché.

En adoptant un système de développement d'architecture de véhicule électrique innovant (structure de véhicule de base), l'entreprise établira une organisation de planification, de développement et de production, capable de maximiser la valeur client en intégrant efficacement les demandes du marché dès la première phase de planification produit.

Par ce processus innovant, gage d'un développement rentable et rapide d'une gamme variée de véhicules électriques, Kia entend renforcer sa compétitivité dans ce domaine.

Dans le même temps, Kia a entrepris toute une série de collaborations et d'investissements stratégiques sous la forme d'une innovation ouverte pour internaliser les technologies et construire des infrastructures.

Concrètement, en mai de l'année dernière, Kia a investi dans le fabricant de véhicules électriques croate Rimac Automobili ; et en septembre dans IONITY, une coentreprise spécialisée dans la construction d'infrastructures de charge haute vitesse. L'investissement dans IONITY jettera tout particulièrement les bases du développement de l'activité de Kia dans les infrastructures de charge à haute vitesse en Europe et dans d'autres grands pays.

Promouvoir les services de mobilité ; pénétrer le secteur des véhicules à usage spécial
Kia diversifiera son activité en proposant des services de mobilité écoresponsables axés sur la conduite électrique et autonome dans les plus grandes villes du monde. Il pénétrera également le marché des véhicules à usage spécial, où la demande devrait croître à la faveur du développement du e-commerce et de l'autopartage, créant au final une nouvelle base de clients professionnels.

Dans les principales grandes villes mondiales qui s'attaquent activement au changement climatique et favorisent la généralisation des véhicules électriques, Kia collaborera avec les partenaires locaux pour créer des plates-formes de mobilité intégrant des stations de charge pour véhicule électrique, des centres de maintenance automobile et divers services de commodité.

Ces plates-formes de mobilité seront utilisées comme stations de transfert entre les véhicules électriques et les véhicules à moteur à combustion interne, ces derniers ne pouvant plus accéder à certaines zones urbaines en raison des réglementations environnementales. En utilisant différentes infrastructures telles que des stations de charge et des services de commodité au sein des plates-formes de mobilité, Kia explorera de nouveaux « business models ».

Sur le long terme, l'entreprise envisage de mettre en service des robotaxis autonomes et des navettes robotisées à la demande dans les centres urbains dotés de plates-formes de mobilité.

Kia a récemment renforcé sa collaboration avec des entreprises proposant des solutions de mobilité, tant sur son marché domestique qu'à l'international. En 2018, l'entreprise 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 de l'année dernière, dans Ola, une entreprise indienne proposant des services de covoiturage, de VTC, de taxi, de livraison de nourriture et d'autres services de mobilité.

Kia a notamment créé une coentreprise offrant des services d'autopartage avec Repsol, le principal fournisseur d'électricité d'Espagne, à Madrid, via sa marque WiBLE. Lancée en septembre 2018, WiBLE exploite 500 Kia Niro hybrides rechargeables par le biais de la méthode du « free floating » (libre-service), permettant ainsi 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.

Kia – partie intégrante du Hyundai Motor Group – a signé en septembre 2019 un contrat de coentreprise avec Aptiv, une entreprise d'envergure mondiale spécialisée dans le développement de solutions de conduite autonome. Ce partenariat aidera la marque à perfectionner ses technologies de conduite autonome de niveaux 4 et 5 (selon le classement de la Society of Automotive Engineers International), lesquelles constitueront le cœur des solutions de mobilité future.

Grâce à cette coentreprise, Kia développera une plate-forme de conduite autonome de pointe d'ici à 2022, et procédera à des expérimentations dans certaines régions en 2023. S'ensuivront une production commerciale au deuxième semestre 2024 et la mise à disposition de cette plate-forme auprès des constructeurs automobiles et entreprises de services de mobilité du monde entier.

Kia n'entend pas simplement redéfinir l'usage des véhicules vendus aux clients particuliers. L'entreprise s'intéresse en effet également au potentiel de croissance du marché des véhicules à usage spécial destinés aux clients professionnels et autres.

La demande des clients professionnels dans les domaines du transport, de la logistique et de la distribution devrait progresser de manière considérable au cours de la prochaine décennie. Représentant actuellement à peine 5 % de la demande automobile mondiale, ces clients devraient représenter 25 % d'ici à 2030, à mesure de l'expansion des services d'e-commerce et d'autopartage.

Tout d'abord, Kia concentrera ses efforts sur l'optimisation des véhicules à usage spécial pour s'inscrire en chef de file des marchés en fidélisant des clients clés.

L'entreprise connaîtra une période de transition au cours de laquelle elle adoptera une finition différente pour ses véhicules existants tels que les e-Niro et e-Soul 100 % électriques. Elle développera et fournira ensuite à des clients ciblés des véhicules à usage spécial, tels que

des véhicules d'autopartage, des véhicules de logistique à plancher surbaissé pour le chargement et le déchargement, et même des camions de livraison dotés d'équipements de refroidissement et de réfrigération pour les denrées périssables.

Avec la généralisation de la technologie autonome, Kia développera son « business model » pour inclure une activité de véhicules à usage spécial personnalisés centrés sur des véhicules électriques et à conduite autonome utilisant une plate-forme « skateboard » modulaire intégrée, tels que les petits véhicules de livraison sans chauffeur et les robotaxis.

La plate-forme skateboard intègre une batterie plate montée bas et un moteur compact, deux des éléments clés des véhicules électriques, sur une plate-forme en forme de skateboard. Une telle structure permet le montage d'une caisse de véhicule selon les besoins fonctionnels des utilisateurs.

Pour les véhicules à usage spécial ultra spécialisés, garantir la compétitivité des coûts revêt une importance capitale. Kia collaborera donc activement avec des partenaires extérieurs et utilisera son propre réseau pour son activité de véhicules spéciaux, et mettra également en place une équipe de développement et un système de production dédiés.

Stratégie financière et d'investissement

Lors de la Journée Investisseurs du CEO à Séoul, Kia a également dévoilé sa stratégie financière et d'investissement à moyen et long termes, et notamment un programme visant à améliorer sa rentabilité via une transition réussie vers son nouveau système commercial, et la mise en place d'une politique de retour aux actionnaires visant à renforcer la confiance du marché.

Kia envisage d'investir 29 trillions de wons d'ici à fin 2025 ; d'atteindre une marge bénéficiaire d'exploitation de 6 % et un ratio de rendement des capitaux propres de 10,6 %.

Les investissements dans la transition vers les véhicules électriques, autonomes et les services de mobilité du futur seront financés en grande partie par les économies réalisées dans les investissements liés aux moteurs à combustion interne, lesquels déclineront progressivement, Kia souhaitant réduire la complexité de sa production. À l'inverse, l'entreprise concentrera ses investissements dans les véhicules électriques et autonomes pour asseoir son leadership mondial dans ses futures activités.

Ses futurs investissements d'affaires, visant à renforcer les capacités technologiques de Kia et favoriser l'exploration de nouvelles activités, se feront via l'innovation ouverte créant différentes synergies avec des acteurs externes.

Au cours des deux à trois prochaines années, une période au cours de laquelle Kia continuera de lancer de nouveaux modèles à forts volumes, tels que le Sorento et le Sportage, l'entreprise mobilisera ses efforts pour accroître sa rentabilité via des améliorations de son mix de ventes. La part des SUV dans les ventes totales, qui est actuellement de 50 %, devrait encore croître pour atteindre 60 % d'ici à 2022, hors marché chinois.

Après un établissement réussi en Inde, Kia continuera de pénétrer ce territoire, le quatrième plus grand marché automobile au monde. Après l'inauguration de l'usine de Kia Motors India dans l'état d'Andhra Pradesh l'année dernière et l'introduction du SUV Seltos, Kia entend poursuivre sa croissance en ajoutant de nouveaux modèles de véhicule de loisirs. Cela permettra à l'usine d'atteindre sa capacité de production annuelle de 300 000 unités par an d'ici à 2022.

En Chine, l'objectif à moyen et long termes de Kia est de renforcer sa compétitivité fondamentale pour créer un cercle vertueux d'innovation via des processus de production et de vente optimisés. Cela suppose d'augmenter l'efficacité des gammes, de mettre en place des modèles stratégiques régionaux et d'optimiser la compétitivité des concessionnaires pour accroître la rentabilité.

Dans le même temps, l'activité Complete Knock Down (CKD, véhicules livrés en ensembles non montés) de Kia, prévalant sur les marchés émergents des régions Asie-Pacifique, Moyen-Orient et Afrique, Russie et Amérique centrale et du Sud, sera portée à 300 000 unités d'ici à fin 2023, contre 80 000 unités aujourd'hui.

L'augmentation des volumes de vente sur les marchés émergents est également un facteur clé de l'optimisation de la rentabilité. Avec des gammes de modèles rationalisées, des coûts de développement réduits, des spécifications optimisées et d'autres améliorations, les volumes de ventes des véhicules à moteur à combustion interne sur les marchés émergents passeront de 770 000 unités aujourd'hui à 1,05 million d'unités d'ici à 2025 (hors Chine).

Stratégie financière et d'investissement 2025

<p>Rentabilité accrue</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Début d'un nouveau cycle axé sur les SUV à forts volumes. ✓ Accélération de la pénétration du marché indien ; expansion de la gamme avec une capacité annuelle de 300 000 unités d'ici à 2022. ✓ Renforcement des opérations en Chine via d'importantes innovations commerciales. ✓ Expansion de l'activité CKD sur les marchés émergents avec un objectif de 300 000 unités d'ici à 2023. ✓ Augmentation des volumes de vente pour les véhicules à moteur à combustion interne sur les marchés émergents à 1,05 million d'unités d'ici à 2025. ✓ Rentabilité garantie des véhicules électriques via des structures de coûts innovantes .
<p>Maximisation de la valeur des actionnaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Court-terme : conserver un ratio de distribution des dividendes de 25-30 %. ✓ Moyen à long termes : envisager un rachat d'actions et augmenter le taux de distribution. ✓ Atteindre un ratio de rendement des capitaux propres compétitif à l'échelle mondiale, compris entre 10 et 19 %.

Élément clé, Kia reverra sa structure de coûts de base via l'adoption d'un système de développement de l'architecture des véhicules électriques afin de consolider son leadership en la matière. Cette approche se base sur l'optimisation du design, l'innovation et la standardisation, aboutissant à une réduction des coûts des matériaux, à une augmentation des pièces communes avec les véhicules à moteur à combustion interne, à de nouveaux développements technologiques et à l'introduction de nouvelles spécifications. D'ici à 2025, il semble possible d'atteindre une rentabilité des véhicules électriques équivalente à celle des véhicules à moteur à combustion interne.

Pour renforcer la confiance des actionnaires et du marché, Kia mettra activement en place une politique de retour aux actionnaires. À court terme, l'entreprise maintiendra son taux de distribution des dividendes de 25-30 %. À moyen et long termes, elle considérera les rachats d'actions et augmentera le taux de distribution grâce à une base de capital optimisée qui sera favorisée par une plus grande rentabilité après 2022.

En outre, pour encourager la croissance à long terme de la valeur des actionnaires, Kia augmentera son ratio de rendement des capitaux propres pour l'inscrire dans la plage 10-19 %, et table sur 10,6 % d'ici à 2025.

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 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 5 pays et emploie plus de 52 000 personnes à travers le monde. Kia réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 49 milliards de \$.

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 45 056 véhicules sur l'année 2019 (+6,5 % de progression vs 2018 et 2,03 % 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 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 213 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 logo Kia

Doté d'un dessin en trois dimensions, l'emblème de Kia reflète l'image jeune et dynamique de la marque. L'intense couleur rouge suggère la passion pour le soleil et symbolise la forte détermination de Kia d'avancer de façon enthousiaste et divertissante. L'ellipse fine et raffinée du logo symbolise le globe terrestre et fait référence au statut de Kia en tant qu'acteur majeur de l'industrie automobile mondiale.