Communiqué de presse

Rueil-Malmaison, le 23 septembre 2015

Kia primé au Grand Prix des Marques Automobiles pour ses *« Coûts d'utilisation »*.

Prix Attachement Client et Satisfaction
Dimension Coûts d'Utilisation

En photo : Monsieur Marc Hedrich, Directeur Général de Kia Motors France.

Kia Motors France, la filiale française du constructeur aux 7 ans de garantie, a été distinguée du prix **« Coûts d'utilisation »** dans la catégorie **« Attachement Client & Satisfaction »,** à l'occasion de la **8ème édition du *Grand Prix des Marques Automobiles 2015,*** organisée par *Le Journal de l'Automobile* et TNS Sofres, jeudi dernier à Paris.

Ce trophée, reçu des mains d'Alexandre Guillet, Rédacteur en Chef du *Journal de l'Automobile*, est le fruit de l'appréciation de clients de la marque, qui se sont exprimés dans le cadre de l'étude « **Car 360° 2015 »** réalisée par **TNS Sofres**.

Ainsi, l'étude « Car 360° » de TNS Sofres a révélé que les clients de la marque Kia ont salué le calendrier des opérations de maintenance indiquées dans le carnet d'entretien de leur véhicule, la nature des opérations, les tarifs compétitifs en après-vente et le prix d'achat attractif du véhicule. Le tout couronné par une garantie 7 ans /150 000 km cessible et rassurante.

Monsieur Marc Hedrich, Directeur Général de Kia Motors France, a exprimé lors de la remise du prix : *« Nous sommes très honorés et fiers de recevoir ce prix qui reflète la satisfaction de nos clients. Nous étions 6ème au classement en 2014 et nos efforts, conjugués à ceux de notre réseau Kia se soldent par une progression significative et une première place sur le podium, devant deux constructeurs Premium de surcroît. Je souhaite partager cette récompense avec nos équipes, nos concessionnaires Kia et bien sûr avec nos clients pour les remercier de leur confiance ».*

A propos de TNS Sofres

Référence des études marketing et d'opinion en France, TNS Sofres est une société du groupe TNS, n°1 mondial des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays. TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études couvrent la gestion de marque & la communication, l'innovation, la relation client, et le retail & shopper.

TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et les citoyens partout dans le monde, et développe une connaissance unique de leurs comportements et attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques. TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée. www.tns-sofres.com

A propos de l'étude Car 360° 2015 de TNS Sofres

L'étude a été réalisée par Internet en juin et juillet 2015 sur un panel de 3 000 utilisateurs principaux de véhicules achetés neufs entre 2006 et 2014. 25 marques automobiles, représentant les principales marques du marché en France, ont été passées au crible et les automobilistes se sont prononcés sur l'attachement qu'ils portent à leur marque automobile. Cette vision à 360° couvre l'ensemble de l'expérience client au travers de cinq dimensions : l'image de la marque - l'Agrément & le Design - la Qualité du produit - les Coûts d'utilisation - le Service après-vente. Un indicateur « TRI*M Customer Retention Index », qui prend en compte 2 critères (Performance globale & Préférence de marque), analyse l'attachement à la marque. Le traitement de l'ensemble des données permet de déterminer les marques automobiles les plus performantes, c'est-à-dire celles qui maximisent l'appréciation des clients sur les dimensions clés de leur relation et de leur attachement à la marque.

A propos du Journal de l'Automobile

Créé en 1979, le Journal de l'Automobile est le média de référence des professionnels de l'Automobile. Avec son site www.journalauto.com et ses newsletters thématiques, il est l'outil permettant d'appréhender les enjeux d'un marché en pleine mutation. C'est aujourd'hui le 1er média des dirigeants et décideurs de l'automobile.

A 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. Fondé en 1944, Kia est la marque automobile la plus ancienne de Corée du Sud. Partie intégrante du Hyundai-Kia Automotive Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.
Kia possède 10 unités de fabrication réparties à travers la planète. Ces usines produisent plus de 3 millions de véhicules chaque année, véhicules qui sont vendus et entretenus par un réseau de distributeurs et concessionnaires présent dans 180 pays. Aujourd'hui, Kia emploie plus de 49 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 45 milliards de $.

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors Corporation
Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 28 200 véhicules sur l'année 2014 (1,6% de part de marché). Kia Motors France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 12 modèles (Picanto, Rio, Venga, Soul, Soul EV 100% électrique, cee'd, cee'd_SW, pro_cee'd, Carens, Optima, Sportage et Sorento) allant de la petite voiture citadine au grand 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 205 points de représentation.

« Kia partenaire de vos plus belles émotions »

Football
Kia est très présent dans les compétitions footballistiques 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 2017 un partenariat avec l'UEFA EUROTOP. La marque sera donc présente avec un dispositif exceptionnel lors de l'UEFA EURO 2016™ qui se déroulera en France.
En France, Kia Motors France est le sponsor maillot du FC GIRONDINS DE BORDEAUX.

Tennis
Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie.
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.