



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Genesis, Hyundai et Kia arrivent en tête de l'étude 2022 U.S. Tech Experience Index de J.D. Power

- Genesis a décroché la première place du classement général pour ses technologies innovantes et est arrivée en tête de la catégorie des marques premium,
- Hyundai et Kia se sont classées respectivement première et deuxième de la catégorie des marques généralistes,
- Genesis s'est adjugée la première place du classement général et de la catégorie des marques premium pour la deuxième année consécutive, et Hyundai a obtenu le meilleur score dans la catégorie des marques généralistes pour la troisième année consécutive.

Rueil-Malmaison, 31 août 2022 – Hyundai Motor Group est fier d'annoncer que ses trois marques automobiles – Genesis, Hyundai et Kia – sont arrivées en tête de l'étude [2022 U.S. Tech Experience Index \(TXI\)SM](#), témoignant ainsi du haut niveau de technologies avancées de leurs gammes de produits.

Genesis s'est classée en tête du classement général et de la catégorie des marques premium pour la deuxième année consécutive. Avec un indice d'innovation de 643, Genesis a décroché une victoire écrasante en obtenant 50 points de plus que la deuxième marque du classement.

« Genesis est fière d'offrir à ses clients les technologies les plus avancées à travers sa gamme de véhicules maintes fois primés », a déclaré Claudia MARQUEZ, COO de Genesis Motor Amérique du Nord. « Nous sommes ravis de voir que les résultats de cette étude récompensent notre engagement à mettre en œuvre des technologies destinées à améliorer l'expérience de conduite de nos clients. »

Parallèlement, Hyundai est arrivée en tête du classement des marques généralistes pour la troisième année consécutive, tandis que Kia s'est emparée de la deuxième place en obtenant également un excellent score.

« Notre volonté d'offrir des solutions technologiques avancées à même de répondre aux besoins de nos clients se situe au cœur de nos stratégies de développement de nos produits et de formation de nos concessionnaires », a déclaré Ricky LAO, Directeur de la Planification Produit chez Hyundai Motor Amérique du Nord.



« La clé consiste à proposer à un large éventail de clients des technologies à la fois innovantes et intuitives. Nous proposons également à nos clients des programmes complets de formation dans nos concessions afin de veiller à ce qu'ils bénéficient de la meilleure expérience possible avec leur véhicule. »

Reposant sur les réponses de 84 165 propriétaires de véhicules neufs (année-modèle 2022) interrogés après 90 jours d'utilisation, l'étude U.S. TXI (Tech Experience) a analysé 35 technologies automobiles réparties dans quatre catégories : commodité, automatisation émergente, énergie et durabilité, et infodivertissement et connectivité. Cette étude mesure, sur une échelle de 1 000 points, l'efficacité avec laquelle chaque marque automobile commercialise ses technologies sur le marché.

« La marque Kia se réjouit au plus haut point de son excellent classement dans les études VDS (Vehicle Dependability Study) et APEAL (Automotive Performance, Execution and Layout) de J.D. Power, et le fait d'être reconnue comme l'une des marques les plus innovantes vient renforcer son statut de leader universel de l'industrie », a déclaré Steve CENTER, COO et Vice-Président exécutif de Kia Amérique. « Avec un tel niveau de satisfaction client dans des domaines aussi variés que le design, la fiabilité et désormais l'innovation, nous veillerons à ne pas nous reposer sur nos lauriers et continuerons à aller de l'avant dans tous les secteurs du développement. »

La « Profondeur du marché » et « l'Excellence d'exécution » se sont vu accorder la même importance dans le score final, prenant en compte à la fois la pénétration des technologies avancées dans la gamme d'un constructeur et l'évaluation par les consommateurs de la qualité de leur mise en œuvre.

Les résultats de cette étude montrent l'engagement des trois marques de Hyundai Motor Group en faveur non seulement, de l'innovation technologique, mais également de la fiabilité et de la satisfaction client.

Plus d'informations, ici : [2022 U.S. Tech Experience Index \(TXI\) Study | J.D. Power \(jdpower.com\)](https://www.jdpower.com/2022-us-tech-experience-index-txi-study)

###



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 (Hyundai Motor Group)

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

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 44 215 véhicules sur l'année 2021 (+ 13,2% vs 2020 et 2,7% de part de marché). Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 10 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, Sorento et EV6) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrifié. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 215 points de vente.

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

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 et le sport

e-sport

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'e-sport, 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. Le LEC, l'élite européenne de League of Legends, enregistre une audience record avec plus de 800 000 vues pour la seule saison 2020.

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 se