



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia poursuit sur sa dynamique en se classant, pour la troisième année consécutive, en tête des marques généralistes de l'étude J.D. Power sur la fiabilité des véhicules

- Trois modèles Kia ont décroché la première place dans leur catégorie respective, dont le Sportage et la Forte,
- Il ressort de cette étude que les véhicules Kia de grande série sont ceux qui rencontrent le moins de problèmes après trois ans d'utilisation*,
- À cette prestigieuse distinction s'ajoutent les excellents résultats décrochés par la marque dans l'étude J.D. Power.

Rueil-Malmaison, 20 février 2023 – Pour la troisième année consécutive, Kia America se classe au premier rang des marques généralistes dans l'étude J.D. Power 2023 sur la fiabilité des véhicules américains, en enregistrant le plus faible nombre de problèmes signalés par ses clients après trois ans d'utilisation. À cette prestigieuse distinction viennent s'ajouter les victoires décrochées par trois modèles Kia dans leur catégorie respective, à savoir la Forte (véhicules compacts), l'Optima (berlines de taille moyenne), et le Sportage (SUV compacts). Ces récompenses viennent renforcer la réputation de Kia en matière de qualité et de fiabilité.

« C'est une chose que Kia vante la fiabilité de classe mondiale de ses véhicules, mais c'en est une autre qu'elle soit reconnue par une organisation telle que J.D. Power, explique Sean YOON, Président et CEO de Kia North America et Kia America. Ces prix décernés par J.D. Power confirment notre engagement pour le développement de produits d'une grande fiabilité. Le fait que notre marque soit en tête des marques généralistes pour la troisième année consécutive constitue une véritable performance, parce que nos clients se basent directement sur leur expérience au volant pour défendre nos produits. »

Cette étude, qui porte sur l'ensemble du marché automobile, examine les problèmes rencontrés au cours des 12 derniers mois par les propriétaires d'origine de véhicules âgés de trois ans. La fiabilité au sens large est déterminée par le nombre de problèmes relevés



pour 100 véhicules (PP100). Ainsi, plus le score obtenu est faible, plus il reflète un niveau de fiabilité élevé. Afin de réaliser son étude, J.D. Power a interrogé 30 062 clients et examiné les performances actuelles de véhicules année-modèle 2020 en termes de qualité, de besoins de remplacement de pièces et d'attractivité.

*« J.D. Power collecte et recueille les avis de dizaines de milliers de clients vérifiés. Les clients Kia ont jugé la qualité de leur véhicule excellente, se déclarant particulièrement satisfaits de leur expérience de conduite après trois ans d'utilisation, a indiqué **Doug Betts, Président de la Division Automobile Mondiale chez J.D. Power.** En décrochant le prix de la marque généraliste la plus fiable du marché pour la troisième année d'affilée, et les trois premières places dans les catégories respectives de ses modèles Kia Sportage, Kia Forte et Kia Optima, Kia montre qu'elle a su écouter la voix de ses clients et leur offrir la fiabilité qu'ils attendaient. »*

Cette étude couvre 184 types de problèmes spécifiques dans neuf catégories principales : climatisation ; aide à la conduite ; expérience de conduite ; extérieur ; équipements / commandes / affichages ; infodivertissement ; intérieur ; motorisation ; et sièges.

* Kia enregistre le plus faible taux de problèmes signalés parmi toutes les marques généralistes recensées dans les études J.D. Power 2021-2023 sur la fiabilité des véhicules américains. L'étude 2023 est basée sur les réponses de 30 062 propriétaires d'origine de véhicules année-modèle 2020 après trois ans d'utilisation, interrogés entre août et novembre 2022.

###



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 46 226 véhicules sur l'année 2022 (+ 4,5% vs 2021 et 3% 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 Niro EV, Sportage, Sorento, EV6 et EV6 GT) 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 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 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.

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