PR-87 Plan de stratégie pour l’avenir "plan S" -f Safenwil, 16.01.2020

Stratégie «Plan S»: Kia vise le leadership dans les véhicules électriques

**• Le constructeur proposera onze véhicules électriques d’ici à 2025 ciblant une part de marché de 6,6 pour cent du marché mondial des véhicules électriques**

**• Kia lancera un véhicule électrique dédié en 2021**

**• D’ici à la fin de 2025, les véhicules écoresponsables devraient représenter 25 pour cent des ventes de Kia**

**• Kia vise un million de véhicules écoresponsables vendus par an d’ici 2026, dont 500 000 véhicules électriques**

**• De nouveaux produits et services de mobilité axés sur le bénéfice client**

**• Augmenter la rentabilité en optimisant les activités existantes et son leadership dans les activités d’avenir**

**•Entrée sur le marché des véhicules à usage spécial (PBV) pour les entreprises, en proposant des solutions sur mesure**

**• 25 milliards de dollars US d’investissements d’ici 2025**

**• 6 pour cent de marge d’exploitation, 10,6 pour cent de rendement sur le capital propre visés**

**•Han-woo Park, CEO a déclaré: «Kia Motors entend devenir une marque en perpétuelle innovation en accélérant sa transition ambitieuse et proactive vers de futures activités»**

Lors de sa Journée des investisseurs à Séoul, Kia Motors Corporation a présenté les détails de son «Plan S» parallèlement à sa stratégie financière et d’investissement jusqu’en 2025. Avec cette stratégie à moyen et à long terme, qui comprend l’électrification des motorisations et des services de mobilité ainsi que la connectivité et la conduite automatisée, l’entreprise cible progressivement un rôle de premier plan dans la future industrie automobile. La stratégie duale «Plan S» de Kia met le cap sur une transition prospective d’un système commercial axé sur les véhicules thermiques vers un système centré sur les véhicules électriques et les solutions de mobilité sur mesure.

Kia prévoit de proposer une gamme complète de onze véhicules électriques à batterie d’ici la fin de 2025. Avec ces modèles, le fabricant vise une part de 6,6 pour cent du marché mondial des véhicules électriques (sans compter la Chine). 25 pour cent en tout des ventes de Kia seront alors réalisées avec des véhicules respectueux de l’environnement. Comme le marché mondial de l’e-mobile devrait continuer à croître jusqu’en 2026, Kia s’attend à atteindre un volume de ventes annuel mondial d’un million de véhicules écologiques (hors Chine) d’ici là, dont 500 000 véhicules électriques.

Dans le cadre du nouveau modèle d’affaires, Kia proposera également des services de mobilité sur la base de véhicules électriques qui contribueront à résoudre les problèmes des grandes villes tels que la pollution. Sur le marché des véhicules à usage spécial (Purpose-Built Vehicles, PBV), qui devrait se développer compte tenu de l’expansion de l’activité d’autopartage et d’e-commerce, l’entreprise entend garantir une compétitivité au plus haut niveau.

Selon le «Plan S», Kia prévoit d’investir en tout 29 trillions de wons (25 milliards de dollars US) d’ici fin 2025 en vue de jouer un rôle de premier plan dans l’électrification des véhicules et de diversifier ses activités. Jusqu’à la fin de cette période, la société entend réaliser une marge d’exploitation de 6 pour cent et un rendement sur capitaux propres de 10,6 pour cent afin de s’assurer la disponibilité du capital nécessaire et de maximiser la valeur pour les actionnaires.

«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», a déclaré Han-woo Park, président et CEO de Kia Motors. «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».

Avec le «Plan S», Kia se concentre sur deux objectifs stratégiques: d’une part, la généralisation des véhicules électriques, d’autre part, l’élargissement des services de mobilité pour les véhicules électriques et autonomes ainsi que l’entrée dans l’activité des véhicules à usage spécial (PBV).

L’entreprise se renouvellera dans une large mesure, identité de marque, identité d’entreprise, identité graphique et expérience utilisateur comprises. Kia veut permettre à ses clients d’expérimenter et de comprendre directement comment l’entreprise devient un pionnier dans le domaine des véhicules électriques et des services de mobilité.

L’entreprise travaille actuellement sur le nouveau système de marque, qui sera présenté au cours du second semestre. Les objectifs sont notamment de devenir un pionnier à l’ère des véhicules électriques, d’être la marque préférée de la génération des «Millennials» (la génération ayant une bonne compréhension des technologies de l’information, née entre le début des années 80 et le début des années 2000, dans la période de transition de l’ère analogique vers l’ère numérique) et de la «Génération Z» (ceux qui sont nés après le milieu des années 90, qui ont grandi dans un environnement largement numérique, avec une tendance naturelle à utiliser les outils numériques, donc aussi appelés «digital natives»), tout en se revendiquant synonyme de défi et d’innovation.

En même temps, l’entreprise prévoit de maximiser la valeur pour les actionnaires et de gagner plus de confiance sur le marché en renforçant continuellement sa compétitivité - à la fois par des innovations dans les domaines d’activité existants et par l’augmentation de la rentabilité dans les domaines d’avenir.

**Conversion prospective à l’activité véhicules électriques**

Kia entend atteindre sa position de leader sur le marché mondial du véhicule électrique à la fois par une stratégie de distinction des produits, notamment par l’introduction d’un modèle électrique dédié, et par la mise en place d’un système d’innovation à l’échelle de l’entreprise. L’entreprise veut jeter les bases de ce grand bond en avant en précédant ses concurrents avec un modèle commercial basé sur le véhicule électrique qui s’appuie sur son expertise de production de véhicules à moteur thermique.

En se concentrant clairement sur les avantages futurs pour les clients, Kia prévoit de lancer des modèles électriques innovants qui se distingueront sur le marché par l’attrait du produit, notamment par un design d’électromobilité spécial, l’expérience de l’utilisateur et sa qualité. Dès le lancement de son premier modèle conçu spécifiquement comme un véhicule électrique en 2021, la marque va constituer une gamme électrique complète de onze modèles d’ici 2025, qui comprendra également de nouveaux SUV et MPV à partir de 2022.

Le premier modèle de cette gamme, annoncé pour 2021, possèdera sa propre plate-forme spécialement développée pour technologies de pointe mondiales de ce véhicule électrique. Il associera un design de crossover qui abolira les frontières entre la voiture et le SUV avec une expérience utilisateur préfigurant l’avenir, une autonomie de plus de 500 kilomètres et un temps de charge rapide de moins de 20 minutes.

Afin de répondre aux besoins des différents clients, Kia proposera dans sa future gamme électrique deux types de véhicules présentant des capacités de charge différentes (400 V/800 V): des modèles à très hautes performances et des dérivés moins chers.

Pour atteindre son objectif de croissance des ventes mondiales de véhicules électriques, la société poursuit une stratégie spécialement adaptée à chaque marché, en tenant compte des différences régionales en matière de réglementations environnementales, de subventions, d’infrastructures et d’autres facteurs.

En Corée, en Amérique du Nord, en Europe et sur d’autres marchés développés où les normes de rendement énergétique sont de plus en plus strictes, Kia encouragera le développement de l’industrie des véhicules électriques. D’ici 2025, le constructeur proposera une gamme complète de modèles électriques sur ces marchés, et les véhicules électriques vendus à cet endroit représenteront environ 20 pour cent des ventes totales de Kia sur les marchés développés.

Sur les marchés émergents, Kia se concentrera sur l’augmentation des ventes de véhicules à moteur thermique et envisagera d’introduire de manière sélective les véhicules électriques en fonction de la demande sur les marchés respectifs.

En introduisant un système innovant pour développer l’architecture des véhicules électriques, l’entreprise établira une nouvelle structure de conception, de développement et de production qui permettra de prendre en compte les exigences particulières du marché dès le début de la planification du produit, ce qui maximise le bénéfice pour le client. Les innovations en matière de processus permettent de développer une grande variété de modèles électriques de manière économique et rapide. Kia en attend une compétitivité accrue de ses véhicules électriques.

En même temps, l’entreprise a consenti d’importants investissements stratégiques et a mis en place des coopérations sous forme d’innovation ouverte, grâce auxquelles les technologies sont internalisées et les infrastructures sont construites. C’est ainsi que Kia a par exemple investi en mai 2019 dans Rimac Automobili, le fabricant croate de véhicules électriques à hautes performances. En septembre, la marque coréenne a rejoint le réseau de charge rapide Ionity. C’est en particulier l’investissement dans Ionity qui aidera Kia à étendre ses activités avec le développement d’une infrastructure de charge à hautes performances en Europe et sur d’autres marchés importants.

**Promotion des services de mobilité, entrée dans le secteur PBV**

Kia va diversifier ses activités pour offrir des services de mobilité écologiques en matière de conduite électrique et autonome, notamment dans les grandes villes. L’entreprise va également entrer sur le marché des véhicules à usage spécial (PBV) afin de s’y constituer une nouvelle clientèle d’entreprises. Compte tenu de l’expansion croissante du commerce électronique et de l’autopartage, l’activité PBV est considérée comme un marché en croissance.

Dans les grandes villes du monde qui réagissent activement aux changements climatiques et encouragent la propagation des véhicules électriques, Kia travaillera avec des partenaires locaux pour établir des pôles de mobilité comprenant des stations de recharge, des centres d’entretien des véhicules et des installations de confort.

Comme certaines zones des villes sont interdites aux véhicules à moteur thermique pour des raisons environnementales, ces «hubs de mobilité» permettront le transfert entre les véhicules électriques et les véhicules thermiques. Kia utilisera les infrastructures des centres nodaux, telles que les stations de recharge ou les installations de confort, pour explorer de nouveaux modèles commerciaux.

À long terme, la société prévoit d’exploiter des taxis robotisés autonomes et des navettes robotisées à la demande dans les centres-villes, qui desserviront également les «hubs de mobilité».

Tant en Corée que dans d’autres pays, Kia a récemment intensifié sa coopération avec les fournisseurs de services de mobilité. En 2018, le constructeur automobile a investi dans Grab, le plus grand fournisseur d’Asie du Sud-Est de services de VTC (Ridehailing-Services), de livraison de nourriture et de solutions de paiement, et en mars 2019 dans Ola, une société indienne offrant des services de covoiturage pair-à-pair, de VTC, de taxi, de livraison de nourriture et d’autres services de mobilité.

À Madrid, Kia a fondé la coentreprise WiBLE avec le groupe énergétique espagnol Repsol, qui a commencé ses activités en septembre 2018. WiBLE met à la disposition des utilisateurs 500 véhicules hybrides rechargeables Kia Niro selon la méthode du «free-floating», c’est-à-dire qu’ils peuvent être loués et rendus n’importe où dans la zone desservie. Depuis son lancement, plus de 130 000 membres se sont inscrits à WiBLE, faisant de l’entreprise l’un des programmes de mobilité partagée les plus performants d’Europe.

En septembre 2019, Kia - partie intégrante du Hyundai Motor Group - a signé un contrat de coentreprise avec Aptiv, un leader mondial dans le développement de solutions de conduite autonome. Ce partenariat aidera Kia à faire progresser ses technologies de conduite autonome aux niveaux 4 et 5 (selon la SAE), qui représentent les compétences clés des futures solutions de mobilité. Par le biais de cette coentreprise, la société développera une plate-forme de conduite autonome de pointe d’ici 2022 et effectuera des essais dans des zones sélectionnées en 2023. La production commerciale et la livraison de la plate-forme aux constructeurs automobiles et aux fournisseurs de services de mobilité du monde entier suivront au second semestre 2024.

En même temps, Kia ne se contentera pas d’ouvrir de nouvelles possibilités d’utilisation pour les véhicules vendus aux consommateurs finaux individuels. Le constructeur concentrera également son attention sur le potentiel de croissance du marché des véhicules spéciaux, qui est au service des entreprises et d’autres clients. La demande des entreprises clientes dans les secteurs du transport, de la logistique et de la distribution devrait connaître une forte croissance au cours des dix prochaines années. Alors que la part de PBV sur le marché mondial de l’automobile n’est actuellement que de 5 pour cent, les prévisions tablent sur 25 pour cent à l’horizon 2030, avec l’expansion du commerce électronique et du covoiturage.

Kia concentrera ses efforts principalement sur la promotion des produits PBV sur les marchés de pointe en gagnant des clients de base. Dans une phase de transition, l’entreprise fera appel à des habillages spéciaux pour les modèles existants tels que Kia e-Niro et e-Soul. Des véhicules spéciaux adaptés aux clients cibles seront ensuite développés et produits, comme par exemple des véhicules de covoiturage, des véhicules logistiques à plancher bas pour faciliter le chargement et le déchargement ou des fourgons de livraison avec équipement réfrigérant et frigorifique pour les produits frais.

À mesure que les technologies de conduite autonome se répandront, Kia élargira son modèle d’affaires pour y inclure des solutions de PBV sur mesure axées sur les véhicules électriques autonomes, comme les mini-transporteurs sans conducteur et les taxis robotisés. On fera appel à une base intégrée et modulaire de type «skate board» comprenant une batterie plate montée bas, et un moteur compact - deux des composants clés du véhicule électrique. Cette structure permet le montage d’une carrosserie qui peut être entièrement réalisée selon les exigences fonctionnelles de l’utilisateur. Pour de tels véhicules spéciaux affectés à des fonctions particulières, la compétitivité du coût est cruciale. C’est pourquoi Kia travaillera en étroite collaboration avec les acteurs externes du marché et utilisera son propre réseau pour l’activité des équipements spéciaux pour véhicules tout en mettant sur pied une équipe de développement et un système de production spécifiques.

**Stratégie financière et d’investissement**

Lors de la Journée des investisseurs à Séoul, Kia a également présenté sa stratégie financière et d’investissement à moyen et long terme qui comprend un plan visant à accroître la rentabilité par une transition réussie vers un système d’affaires novateur et l’établissement d’une politique de rendement pour les actionnaires destiné à renforcer la confiance du marché.

Kia prévoit d’investir un total de 29 trillions de wons (25 milliards de dollars US) d’ici la fin de 2025, tout en réalisant une marge d’exploitation de 6 pour cent et un rendement sur capitaux propres de 10,6 pour cent.

Les investissements dans le processus de transition vers les véhicules électriques et autonomes et les futurs services de mobilité seront financés en majeure partie par les économies réalisées sur les investissements dans les moteurs à combustion interne. Celles-ci diminueront progressivement, car Kia vise à réduire la complexité de la fabrication. L’entreprise va plutôt concentrer ses investissements sur les véhicules électriques et autonomes afin de consolider sa position de leader mondial dans les domaines d’activité futurs.

Les investissements dans les activités futures visent à renforcer la compétence technologique de Kia ainsi qu’à ouvrir de nouveaux secteurs d’activité et passent par des innovations ouvertes générant de multiples synergies avec des acteurs externes.

Dans les deux ou trois prochaines années, Kia continuera de commercialiser de nouveaux modèles volumiques telles que le Sorento et le Sportage. En même temps, la société travaillera intensivement à l’augmentation de sa rentabilité en améliorant son mix de ventes. À l’heure actuelle, les SUV représentent 50 pour cent des ventes totales de Kia. Il devrait atteindre 60 pour cent d’ici 2022 (marché chinois non compris).

Après ses débuts réussis en Inde, Kia poursuivra la pénétration du quatrième plus grand marché automobile au monde. L’an dernier, l’entreprise a célébré l’inauguration de l’usine Kia Motors India dans l’État de l’Andhra Pradesh et le lancement du SUV Seltos. Kia entend poursuivre sa croissance en introduisant de nouveaux véhicules récréatifs. Cela permettra à l’usine d’atteindre sa pleine capacité de production de 300 000 unités par an d’ici 2022.

En Chine, l’objectif de Kia à moyen et long terme est de renforcer fondamentalement sa compétitivité afin de créer un cercle vertueux d’innovation de la marque en améliorant la production et les ventes. Il s’agit notamment d’accroître l’efficacité de la gamme de produits, de recourir à des modèles stratégiques régionaux et de renforcer la compétitivité des concessionnaires pour accroître leur rentabilité.

Sur les marchés émergents de la zone Asie-Pacifique, du Moyen-Orient, de l’Afrique, de la Russie et de l’Amérique centrale et du Sud, l’activité avec les véhicules entièrement démontés (complete knock down CKD) est très répandue. Kia prévoit de porter ses ventes de CKD de 80 000 unités par an aujourd’hui à 300 000 en 2023.

L’augmentation des volumes de vente sur les marchés émergents est cruciale pour accroître la rentabilité. Grâce à des gammes rationalisées, à des coûts de développement réduits, à des spécifications optimisées et à d’autres améliorations, les ventes de véhicules à moteur thermique sur les marchés émergents passeront de 770 000 unités actuellement (hors Chine) à 1,05 million d’ici 2025.

Il est essentiel pour Kia d’améliorer sa structure de coûts en introduisant un système pour le développement de l’architecture du véhicule électrique, ce qui renforcera son rôle de leader dans la mobilité électronique. Le système vise principalement à optimiser la conception, l’innovation et la normalisation, ce qui se traduit par une réduction des coûts des matériaux, une utilisation accrue de composants issus de modèles thermiques, de nouveaux développements technologiques et l’introduction de nouvelles spécifications. Selon les prévisions, il sera possible à partir de 2025 d’assurer la même rentabilité pour les véhicules électriques que pour les véhicules à moteur à combustion.

Afin de renforcer la confiance des actionnaires et du marché, Kia mettra activement en œuvre une politique de rendement pour les actionnaires. À court terme, la société maintient son ratio de distribution de 25 à 30 pour cent. À moyen et long terme, les rachats d’actions seront revus et le taux de distribution sera augmenté sur la base d’une meilleure base capitalistique, qui sera encore renforcée à partir de 2022 par une rentabilité accrue.

Afin de promouvoir la croissance à long terme de la valeur pour les actionnaires, Kia augmentera son rendement sur capitaux propres à 10 pour cent, et devrait atteindre 10,6 pour cent en 2025.

Un résumé («Plan S» version court») ainsi que des images et du texte à télécharger sont disponibles à l’adresse [www.kiapress.ch](file:///C%3A%5CUsers%5Cch22445%5CAppData%5CLocal%5CMicrosoft%5CWindows%5CTemporary%20Internet%20Files%5CContent.Outlook%5CO4ENK52U%5Cwww.kiapress.ch).

***À propos de Kia Motors Corporation***

*Kia Motors (www.kia.com) produit des véhicules de haute qualité pour les jeunes de cœur. Fondée en 1944, l’entreprise vend aujourd’hui près de trois millions de véhicules par an dans 190 pays. Kia emploie plus de 52 000 personnes dans le monde entier, réalise un chiffre d’affaires annuel de plus de 49 milliards de dollars US et exploite des sites de production dans cinq pays différents. La société est le principal sponsor de l’Open d’Australie et un partenaire officiel de la FIFA, de l’UEFA Europa League et de la League of Legends en Amérique du Nord. Le slogan de la marque Kia - «Le pouvoir de surprendre» - représente un engagement global à surprendre le monde avec des expériences excitantes et stimulantes qui dépassent les attentes.*

*Depuis 2010, la marque accorde la garantie constructeur Kia de 7 ans (max. 150 000 km, conformément aux conditions de garantie en vigueur) pour toutes les voitures neuves vendues en Europe.*

*Pour plus d’informations, veuillez consulter notre Global Media Center à l’adresse suivante: www.kianewscenter.com*