**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

PR-02 Nouvelle identité visuelle de la marque Safenwil, 18.2.2021

**«Movement that inspires» – Kia dévoile le nouvel objectif de la marque et sa stratégie pour l’avenir**

* **Une vitrine numérique pour révéler la nouvelle stratégie de marque et les ambitions futures**
* **Changement de raison sociale: «Kia Motors» devient «Kia»**
* **L’entreprise met en œuvre sa stratégie à long terme baptisée «Plan S» en vue de créer des solutions de mobilité durables pour ses clients**
* **Sept nouveaux véhicules spécifiques à la motorisation électrique seront lancés d’ici 2027**
* **Soucieux d’une fabrication plus durable, Kia fait appel à des matériaux recyclables et des énergies renouvelables**
* **Kia s’apprête à révéler son premier VEB spécifique et sa nouvelle philosophie de design**

Kia a fourni de nouveaux détails sur le nouvel objectif de la marque et ses ambitions pour l’avenir lors d’un événement de vitrine numérique. Autour d’un nouveau slogan de marque, «Movement that inspires», Kia révelée les nouveaux détails d’une stratégie qui verra l’entreprise aller au-delà de la simple fabrication de véhicules pour créer des solutions de mobilité durables pour les clients.

Afin de marquer la rupture de la marque avec son business model traditionnellement axé sur la fabrication, Kia a annoncé une nouvelle raison sociale. En retirant le mot «Motors» de son nom (jusqu’à présent «Kia Motors Corporation»), Kia entend désormais développer de nouveaux domaines d’activité en offrant une offre de produits et services de mobilité innovants pour améliorer le quotidien des clients.

Ho Sung Song, président et CEO de Kia Corporation: «Chez Kia, nous pensons que le transport, la mobilité et le mouvement s’inscrivent dans les droits humains. Notre vision est de créer des solutions de mobilité durables pour les consommateurs, les communautés et les sociétés aux quatre coins du monde. Aujourd’hui, nous mettons en œuvre cette vision avec le lancement de notre nouvelle marque et de notre stratégie pour l’avenir.»

La «nouvelle vitrine de la marque Kia» peut être visionnée sur la chaîne YouTube Kia Global: <https://youtu.be/U67RlX9ibfo>

**Présentation de la nouvelle promesse et du nouveau slogan de la marque Kia: «Movement that inspires»**

Révélé ce jour, le nouveau slogan de la marque Kia, «Movement that inspires», s’inscrit au cœur d’un manifeste de marque qui reflète le nouvel objectif de Kia: inspirer les consommateurs au travers d’une offre de produits et services ainsi que de leur propre expérience de la marque.

Le nouvel objectif de la marque Kia met l’accent sur le fait que le mouvement est le moteur originel de tout développement humain. En effet, c’est le mouvement qui nous permet de découvrir de nouveaux lieux, de rencontrer de nouvelles personnes et de vivre de nouvelles expériences. Cette interconnexion est l’essence même de la nouvelle promesse de marque de Kia: œuvrer pour le progrès humain en offrant des espaces innovants dans l’habitacle, de nouveaux produits captivants et des services utiles et pratiques qui inspirent les clients et leur permettent de libérer du temps pour profiter pleinement de leurs activités favorites.

Artur Martins, Vice-Président de la Promotion de la Marque et du Marketing, de Kia Corporation: «Le mouvement a toujours été au cœur de notre marque et transporter les hommes et les femmes, notre cœur de métier. Le mouvement aide l’humanité à aller de l’avant, à s’améliorer et à évoluer constamment. C’est pourquoi, chez Kia, nous pensons que le mouvement est une source d’inspiration pour de nouvelles idées.»

Présente dans le secteur du «mouvement» depuis plus de 75 ans, l’entreprise Kia a, depuis, créé les premiers vélos «made in Corée» et fabriqué des motos et des camions de livraison. Aujourd’hui, Kia s’affirme comme l’un des premiers constructeurs automobiles au monde et fournit des véhicules de tourisme de grande valeur à des millions de personnes sur tous les continents.

Au travers de sa nouvelle promesse de marque, Kia entend répondre aux nouvelles attentes des clients en matière de locomotion, de même qu’en termes d’impact de leurs déplacements sur le monde qui les entoure. Les consommateurs se tournent de plus en plus vers les modes de transport flexibles, respectueux de l’environnement et intégrés.

La nouvelle stratégie de marque de Kia entend répondre à ces nouvelles attentes et à leur donner corps en développant une gamme de produits et de services à la mesure des besoins des clients sur les marchés du monde entier. Cette offre fournira un accès élargi à une plus vaste gamme de produits et services de mobilité respectueux de l’environnement afin de répondre à aux attentes croissantes des clients du monde entier en matière de solutions de mobilité flexibles, individualisées et personnalisables, rendues possibles par les données et les nouvelles technologies.

**La vision élargie de Kia Corporation en matière de mobilité durable**

En écho à la vision élargie de la marque en matière de mobilité, Kia a annoncé aujourd’hui l’introduction d’une nouvelle raison sociale tandis que la marque développe de nouveaux domaines d’activité dans le but de promouvoir la mobilité durable. En retirant le mot «Motors» de son nom, la nouvelle raison sociale de Kia démontre son engagement envers sa stratégie commerciale à long terme baptisée «Plan S». Cette stratégie, annoncée en 2020, va permettre à la marque se s’imposer comme un chef de file du secteur de la mobilité de demain en étendant ses activités aux VE, aux solutions et services de mobilité, aux véhicules à usage spécial (PBV), etc. Parallèlement à ces efforts, Kia va dans le même temps promouvoir une production plus durable fondée sur l’utilisation d’énergies propres et de matériaux recyclables.

Kia axe ses efforts sur la popularisation des véhicules électriques à batterie (VEB) et prévoit d’étoffer sa gamme mondiale de produits avec l’introduction de sept nouveaux VEB spécifiques d’ici à 2027. Parmi ces nouveaux modèles, on retrouvera une gamme de véhicules de tourisme, de SUV et de monospaces dans plusieurs segments, chacun d’entre eux intégrant des technologies de pointe pour les véhicules à longue autonomie et la recharge à haute vitesse issues de la nouvelle Plateforme modulaire électrique-globale (E-GMP) du groupe Hyundai Motor.

Kia développe également une gamme de nouveaux véhicules à usage spécial (PBV) pour les clients commerciaux. Ces véhicules spéciaux seront basés sur des plateformes flexibles de type «skateboard», avec des carrosseries modulaires conçues pour répondre aux besoins de mobilité spécifiques d’un large éventail de clients commerciaux et de clients de flotte. Des partenariats avec des entreprises telles que Canoo et Arrival permettront de décliner les véhicules à usage spécial de Kia dans différentes carrosseries montées sur une plateforme modulaire intégrée de type «skateboard» adaptée aux besoins fonctionnels des utilisateurs.

En raison de l’essor rapide et soutenu du commerce électronique et des services de covoiturage, la demande de PBV devrait quintupler d’ici à l’horizon 2030. Les PBV sur mesure de Kia seront personnalisés en fonction des besoins des clients commerciaux et de flotte. Il pourrait s’agir, entre autres, de véhicules de covoiturage, de véhicules logistiques à plancher surbaissé ou encore de véhicules de livraison.

Le changement de raison sociale de l’entreprise est également synonyme de transformation de la culture de travail de l’organisation. Ho Sung Song: «Le changement de notre raison sociale et de notre logo n’est pas seulement une amélioration cosmétique. Pour nous, il annonce un élargissement de nos horizons et la création d’activités nouvelles et émergentes qui vont au-delà même des besoins divers et variés de nos clients dans le monde entier. Plus encore, ce changement nous amène également à adapter notre culture de travail, libérer la créativité de tous nos collaborateurs et instaurant un environnement de travail inspirant.»

**Développement de services de mobilité respectueux de l’environnement**

Un autre objectif stratégique du «Plan S» est l’engagement de Kia à diversifier ses activités afin d’offrir des services de mobilité respectueux de l’environnement et axés sur la conduite électrique et autonome dans les grandes métropoles de la planète.

Kia consolide par ailleurs sa collaboration et ses partenariats avec des entreprises mondiales dans le domaine des solutions de mobilité, diversifiant ainsi ses services de mobilité dans des régions stratégiques à l’échelle mondiale. L’entreprise a investi en 2018 dans Grab, la plus grande entreprise de «ride-hailing» (transport à la demande), de livraison d’aliments et de solutions de paiement d’Asie du Sud-Est, ainsi que dans Ola en mars 2019, une entreprise indienne qui propose des services de covoiturage, de transport à la demande, de taxi, de livraison d’aliments et d’autres services de mobilité.

Kia créé également d’autres services de mobilité, notamment WiBLE et s’engage dans une joint-venture dans le domaine du covoiturage aux côtés de Repsol, le principal groupe énergétique espagnol, établie à Madrid. Lancé en septembre 2018, WiBLE exploite 500 véhicules hybrides rechargeables (PHEV) Kia Niro au travers d’une méthode de flottement libre qui permet aux utilisateurs de louer des véhicules librement et de les restituer dans la zone de desserte. WiBLE reste l’un des modèles de mobilité partagée les plus couronnés de succès en Europe, avec plus de 130 000 membres inscrits depuis son lancement. KiaMobility, un nouveau service, a également été introduit en septembre 2020 dans plusieurs villes d’Italie et de Russie, accélérant ainsi la transformation de l’entreprise en un prestataire de solutions de mobilité. Dans les années à venir, KiaMobility sera introduit dans plusieurs nouveaux marchés.

**À venir: le premier VEB spécifique de Kia et une nouvelle philosophie de design**

Le premier VEB de nouvelle génération de Kia, qui incarne le changement de cap de Kia vers l’électrification, sera révélé au premier trimestre 2021. Basé sur la nouvelle technologie E-GMP, ce VEB spécifique se caractérisera par un design inspiré des crossovers tout en affichant une autonomie de batterie de plus de 500 kilomètres et un temps de charge à haute vitesse de moins de 20 minutes. Il sera également le premier modèle mondial à arborer le nouveau logo Kia.

Avec l’enrichissement de sa gamme de VEB, Kia vise une part de marché mondiale de 6,6% sur le segment des VEB à l’horizon 2025, ainsi que des ventes mondiales de VEB à raison de 500 000 unités par an d’ici 2026.

Dans les semaines à venir, Kia va également dévoiler plus d’informations sur la nouvelle orientation stylistique de ses futurs produits et services, avec une nouvelle philosophie de design qui reflète la transformation de la marque.

Karim Habib, vice-président senior et chef du centre de design de Kia: «Nous voulons que nos produits proposent une expérience instinctive et naturelle à même d’améliorer la vie quotidienne de nos clients. Notre objectif est de façonner l’expérience physique de notre marque et de donner corps à des véhicules électriques originaux, inventifs et captivants. Les idées de nos designers et l’objectif de la marque sont plus que jamais liés, et nos clients sont au cœur de toute notre action.»

# # #

**À propos de Kia Corporation**

*Kia (*[*www.kia.com*](http://www.kia.com)*) est une marque mondiale du secteur de la mobilité dont la vision consiste à créer des solutions de mobilité durables pour les consommateurs, les communautés et les sociétés aux quatre coins du monde. Fondé en 1944, Kia fournit des solutions de mobilité depuis plus de 75 ans. Avec 52 000 employés dans le monde, une présence sur plus de 190 marchés et des usines dans six pays, l’entreprise vend aujourd’hui près de trois millions de véhicules par an. Kia est à l’avant-garde de la popularisation des véhicules électriques et à batterie, et développe une gamme sans cesse enrichie de nouveaux services de mobilité, encourageant ainsi des millions de personnes à travers le monde à explorer les meilleurs modes de déplacement. Le slogan de la marque de l’entreprise, «Movement that inspires», fait écho à l’engagement de Kia à inspirer les consommateurs au travers de son offre de produits et services.*

*Pour de plus amples informations, consultez le Kia Global Media Center sur* [*www.kianewscenter.com*](http://www.kianewscenter.com).

**À propos de Kia Europe**

*Kia Europe est l’organisation de vente, de marketing et de service de Kia Corporation. La société a son siège à Francfort, en Allemagne, et couvre 39 marchés en Europe et dans le Caucase.*