**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

PR-10 EV6 Design Philosophy-f - Safenwil, 15.März 2021

**Kia dévoile sa nouvelle philosophie de design et des photos complètes de son EV6**

* **«Opposites United» est la philosophie de design Kia pour l’ensemble des futurs modèles**
* **La nouvelle philosophie repose sur les cinq piliers que voici: Bold for Nature, Joy for Reason, Power to Progress, Technology for Life, and Tension for Serenity**
* **Design extérieur de l’EV6 à forte dominante de détails high-tech**
* **Design intérieur spacieux et moderne grâce à la première plateforme EV dédiée (E-GMP) de Kia**

Kia Corporation a dévoilé aujourd’hui les premières images du design extérieur et intérieur de l’EV6, son premier véhicule électrique à batterie dédié (BEV), en avance de la présentation en première mondiale du véhicule en mars.

L’EV6 a été dessiné dans le cadre de la nouvelle philosophie du design «Opposites United» (union des opposés), qui tire son inspiration des contrastes entre la nature et les humains. Au cœur de la philosophie de design se trouve une identité visuelle qui évoque des forces positives et une énergie naturelle, avec des combinaisons très contrastées d’éléments stylistiques et de formes sculpturales.

Se réclamant d’un design fortement inspiré du crossover et tout en reposant sur la nouvelle plateforme modulaire globale électrique (E-GMP) de la marque, l’EV6 est le premier BEV dédié de la nouvelle philosophie design, qui symbolise la transition de Kia vers l’électrification.

«L’EV6, tout premier véhicule EV dédié de Kia, est une vitrine pour un design progressiste centré sur l’humain et pour l’électrification des moteurs. Nous avons la conviction que l’EV6 est un modèle éloquent et en adéquation avec le nouveau marché EV» a déclaré Karim Habib, vice-président senior et directeur du centre de design global. «Avec l’EV6, l’intention était de créer un design impactant et original conjugué à des fonctions sophistiquées et high-tech. S’y ajoutent des volumes généreux d’une grande pureté et qui préfigurent les véhicules EV de l’avenir.»

**Opposites United: une philosophie du design pour tous les futurs modèles de Kia**

La philosophie de design «Union des opposés» s’exprime pour la 1ère fois sur l’EV6 et se prolongera dans le design de tous les futurs modèles de Kia. Cette philosophie repose sur les cinq piliers de design que voici: «Bold for Nature», «Joy for Reason», «Power to Progress», «Technology for Life» et «Tension for Serenity».

**Bold for Nature** (audacieux comme la nature) repose sur les interactions avec la nature, qui s’expriment par des détails, des formes et des proportions que l’on retrouve dans le monde naturel et le monde humain. Ce pilier design crée pour l’intérieur des véhicules, des structures et des finitions certes organiques, mais qui n’en sont pas moins techniques; quant au design extérieur, il se caractérise par une combinaison de lignes simples et épurées qui délimitent des surfaces changeantes et audacieuses.

**Joy for Reason** (joie qui sous-tend la raison) se focalise sur les sensations et l’ambiance que génèrent les futurs véhicules de Kia. Les designs futurs fusionneront l’émotionnel et le rationnel pour créer des véhicules qui rehausseront l’humeur des passagers par une action relaxante et propice à l’inspiration. Les forces en œuvre conduiront aussi à l’adoption de nouveaux matériaux organiques et de couleurs plus audacieuses pour exprimer la jeunesse et le ludisme qui nous habite.

**Power to Progress** (force de progrès) exploite les atouts actuels de la marque au niveau du design. En prenant appui sur le savoir-faire et l’expertise tirés des récentes transformations que Kia a impulsées par le design, les futurs produits de la marque continueront à évoluer dans leur conception et leur stylistique. Forte de son expérience et de sa créativité, l’esthétique future sera source de nouveaux designs.

**Technology for Life** (technologie au service de la vie) fait intervenir de nouvelles technologies créatrices d’innovations et qui multiplieront les interactions positives entre les humains et les machines. Les futurs véhicules de la marque créeront une expérience utilisateur en voiture (UX) de nouvelle génération et qui reposera sur le design et l’innovation, avec des percées dans l’éclairage, les sensations et la connectivité en voiture, tout cela pour renforcer les liens des clients avec leurs voitures.

**Tension for Serenity** (tension créatrice de sérénité) évoque une tension entre des forces qui s’opposent et des contrastes créatifs, et fait l’éloge de l’équilibre esthétique qui découle de l’action de deux forces qui s’opposent. Ce pilier engendre des concepts design percutants qui, au travers de détails hautement technicisés et acérés, créent une tension de surface qui, au final, débouche sur une vision design futuriste et harmonieuse.

«Nous voulons que nos produits proposent une expérience instinctive, naturelle et 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 et contribuent à chaque décision que nous prenons», a ajouté Karim Habib.

La philosophie «Opposites United» est explicitée plus en détail dans un film-manifeste de Kia: <https://www.youtube.com/watch?v=gqrfx2GzOYE>

**Design extérieur: design EV tourné vers l’avenir et caractérisé par des détails high-tech**

Le design extérieur de l’EV6 symbolise avec force le slogan «Power to Progress». Dans la droite ligne de l’évolution des atouts design de la marque, l’EV6 est le point culminant du savoir-faire et de l’expertise accumulés dans le cadre de la transformation stylistique de Kia. Le futur se dessine dès aujourd’hui.

À l’avant, les feux de jour si caractéristiques dénotent une apparence moderne et racée. Ils font partie intégrante du visage «Digital Tiger Face» (visage tigre numérique), une évolution stylistique de l’époque d’électrification qui s’inscrit dans la lignée de la calandre nez de tigre. Le design des feux comprend aussi un motif lumineux dynamique «séquentiel». Une prise d’air située plus bas accentue la largeur de l’avant du véhicule et lui confère un aspect high-tech. En tant que partie intégrante de l’optimisation du flux d’air de l’avant vers l’arrière, l’air est canalisé à l’intérieur et sous le plancher pour améliorer l’aérodynamisme.

Vue de côté, la silhouette s’inspire d’une l’esthétique de crossover, à la fois moderne, élancée et aérodynamique. Un effet contrastant est obtenu grâce aux lignes acérées et aux détails high-tech qui génèrent une sensation de tension dans le design. Le pare-brise fortement incliné exprime un dynamisme résolu auquel l’arrière répond avec des volumes tout en force. Une ligne affirmée court sur le bas des portes et s’incurve vers le haut vers pour rejoindre les passages de roue, le profil de la voiture s’en trouvant ainsi allongé.

Dessiné pour réaliser de véritables performances aérodynamiques, l’arrière est fuyant jusqu’au montant C et intègre un insert noir brillant qui confère une dimension plus grande à la fenêtre. Le tout est surmonté d’un becquet de toit saillant qui canalise l’air vers le spoiler plus bas de la voiture, celui-ci reposant sur une barre lumineuse sans pareil.

L’EV6 est le résultat d’un effort de collaboration entre les trois studios du réseau mondial de conception de Kia, à Namyang (Corée), à Francfort (Europe) et à Irvine (Californie, USA).

**Design intérieur: un habitacle moderne et spacieux pour l’ère EV**

À l’ère EV, la plateforme E-GMP dédiée de Kia permet de s’affranchir du passé en offrant plus de place que dans les précédents véhicules EV reposant sur une architecture existante. Le design intérieur de l’EV6 préfigure une utilisation innovante de l’espace, ce qui permet de vivre une expérience spatiale et de conduite inédite.

Parmi les éléments les plus frappants du nouvel intérieur, on compte l’écran high-tech haute définition incurvé de navigation audiovisuelle (AVN). L’esthétique sobre du grand écran incurvé associée au tableau de bord longiligne donne une sensation d’espace ouvert. À partir du volant jusqu’au centre du tableau de bord, le conducteur dispose d’un ensemble d’instruments avec système d’infodivertissement et de navigation, jusqu’au niveau de la console centrale. La largeur de l’écran procure au conducteur une expérience immersive et, comme le nombre de boutons physiques est minimaliste, l’expérience de conduite n’en est que plus apaisante du fait d’une vision dégagée.

Sous l’écran AVN, les passagers peuvent actionner les réglages HVAC (chauffage, ventilation et climatisation) en agissant sur des boutons à effleurement. Sous le panneau, le tableau de bord s’incline vers l’avant du véhicule, ce qui procure une sensation d’espace et d’ouverture pour les passagers à l’avant.

Minces, légers et très tendance, les sièges attirent le regard par leur habillage d’un tissu moderne et robuste fabriqué à base de plastique recyclé. La sensation de dégagement dans l’habitacle n’en est que renforcée.

L’EV6 sera présenté en première mondiale en mars 2021, à l’occasion d’un événement en ligne spécial.

**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.*