



Kia Schweiz AG Pressekontakt:
Nadja Buri
T. +41 62 788 84 78
E. nadja.buri@kia.ch

NEWS

Kia présente sa philosophie design « Opposites United » à la Milan Design Week 2023

- La philosophie design « Opposites United » (alliance des contraires) sera présentée à l'occasion d'une exposition design mondiale au Museo della Permanente à Milan, du 17 au 23 avril
- Des stylistes renommés de Kia, parmi eux Karim Habib, y présenteront la vision design de la marque
- L'approche design allie les exigences de mobilité d'aujourd'hui à une vision du futur

(Milan/Séoul), 17 avril 2023 - Kia présente sa philosophie design « alliance des contraires » à la Milan Design Week 2023. Sa philosophie sera illustrée au travers d'œuvres d'art exposées du 17 au 23 avril au Museo della Permanente à Milan, en Italie.

La thématique de l'exposition « alliance des contraires » reflète la philosophie design de Kia, qui tire son inspiration des contrastes entre la nature et les humains. Dans sept halles d'exposition, des installations artistiques immersives inviteront les visiteurs à découvrir, au travers de vidéos, d'effets sonores et de sculptures, la vision design de Kia pour une nouvelle ère de mobilité durable.

L'exposition d'art qui, en 2021, lors de la Biennale de design de Gwangju en Corée, avait fait fureur auprès des critiques s'insèrera dans un espace qui fera office de plate-forme et de forum pour des conférences et des exposés. C'est dans ce cadre que des concepteurs de haute volée, à savoir Karim Habib, responsable du centre international de design de Kia, Teckkoun Kim, responsable du groupe Next Design de Kia, Jochen

Movement that inspires



Kia Schweiz AG Pressekontakt:
Nadja Buri
T. +41 62 788 84 78
E. nadja.buri@kia.ch

Paesen, responsable du groupe Next Design Interior de Kia, et Gregory Guillaume, responsable du centre de design européen de Kia, ont mis en paroles l'installation « alliance des contraires » et commenté la vision design de Kia.

Les cinq grands piliers du design

L'« alliance des contraires » fait référence aux cinq grands piliers du design, chacun faisant l'objet d'une présentation séparée dans l'exposition: Bold for Nature, Joy for Reason, Power to Progress, Technology for Life, and Tension for Serenity (l'audace par nature, la joie pour raison d'être, le pouvoir de progresser, la technologie pour la vie, la tension comme gage de sérénité).

Relever les défis d'aujourd'hui avec une vision du futur

L'« alliance des contraires », c'est bien plus qu'une approche design. Il s'agit de l'attitude qu'adopte Kia par rapport au changement, qui consiste à relever les défis de la mobilité d'aujourd'hui en ayant une vision bien définie du futur. D'ici 2027, Kia compte bien mettre 15 nouveaux BEV (véhicules électriques à batterie) sur le marché, faire des avancées dans sa technologie infodivertissement pour une meilleure expérience clients et atteindre la neutralité carbone d'ici 2045.

Sur la voie de l'électrification, les innovations révolutionnaires et audacieuses de Kia dans la conception de véhicules ont permis de créer l'EV6, premier véhicule de la société à être exclusivement à propulsion électrique, l'EV9 étant son dernier né.

Stratégie pour un design durable: coup d'envoi pour un cycle positif

Pour le design futur de Kia, l'idée force de l'« alliance des contraires » sera guidée aussi par la nouvelle stratégie de design durable de l'entreprise. Cette initiative en trois actions ambitionne de faire émerger des voies pour améliorer la durabilité des matériaux qui entrent dans la fabrication de voitures:

- **Action 1:** correspond à « leather free », ce qui signifie qu'à l'avenir, Kia n'aura plus du tout recours à du cuir d'origine animale pour tous ses produits. Le remplacement du cuir et du PVC (chlorure de polyvinyle) par des matériaux recyclés permettra de réduire l'utilisation de produits chimiques toxiques ainsi que la quantité de carbone émise durant la fabrication.
- **Action 2:** correspond à « 10 articles durables et incontournables ». Cette action a pour but de définir une base de dix matériaux incontournables qui sont recyclables et biodégradables, et qui, à l'avenir, entreront dans la composition de tous les nouveaux modèles de Kia.

Movement that inspires



Kia Schweiz AG Pressekontakt:
Nadja Buri
T. +41 62 788 84 78
E. nadja.buri@kia.ch

- **Action 3** correspond à une « fabrication bio » qui a pour objectif ambitieux de développer de nouveaux matériaux pour la construction de voitures. Des essais concluants ont déjà été réalisés avec du mycélium que l'on trouve dans le système racinaire de champignons. Pour progresser dans cette direction, Kia s'associera avec des start-ups et des innovateurs et investira dans la R&D pour développer de nouveaux matériaux pour ses véhicules.

Kia peut se targuer d'une longue tradition d'intégration de matériaux durables dans ses produits depuis les bioplastiques et les fibres de canne à sucre utilisés dans son véhicule « Soul EV » de deuxième génération en 2014. Aujourd'hui, la gamme de matériaux écologiques mis en œuvre par Kia regroupe du cuir de fabrication écologique et des alternatives véganes, de même que des déchets de matières synthétiques usagées, voire des filets de pêche recyclés qui ont été récupérés dans les mers.

À propos de Kia

Kia est une marque de mobilité mondiale (www.kia.ch) dont la vision est de créer des solutions de mobilité durable pour les consommateurs, les communautés et les 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 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. Le slogan de marque « 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.

Movement that inspires