



Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 11 septembre 2019

Scènes de Ménages s'invite dans le spot TV du nouveau crossover Kia XCeed



- Le nouveau crossover Kia XCeed s'associe à la série « Scènes de Ménages » sur M6,
- Deux mini-sketches diffusés du 9 au 13 septembre soulignent le caractère terriblement attirant du nouveau Kia XCeed,
- Une performance jouée par Camille et Philippe, un couple enjoué et spontané très apprécié des téléspectateurs.

Kia Motors France annonce la création de deux mini-sketches de la série **Scènes de Ménages** joués sur le thème du caractère *terriblement attirant* (dixit le spot TV de Kia) du nouveau crossover Kia XCeed. Ces deux scénettes conçues comme le prolongement d'un sketch du programme seront diffusées en soirée vers 20h30 sur la chaîne de télévision nationale M6, du lundi 9 au vendredi 13 septembre.

Le constructeur automobile, au « Pouvoir de Surprendre », a souhaité communiquer sur le lancement de son nouveau crossover Kia XCeed de façon novatrice et décalée. Pour ce faire, la marque a choisi la série Scènes de Ménages, qui est la fiction quotidienne la plus puissante de la TV. Pour mettre en avant le nouveau crossover XCeed, lancé ce mois-ci par Kia, l'équipe de la Communication de Kia Motors France a sélectionné le couple formé par

Camille et Philippe (incarnés par les comédiens Amélie Etasse et Grégoire Bonnet) qui, par sa fraîcheur et sa spontanéité, est l'un des plus appréciés des téléspectateurs.

*« Si le choix de la série s'est imposé rapidement, celui du couple a été un moment d'échanges avec M6 et nos agences Socialyse Paris et Innocean car toutes les générations représentées dans Scènes de Ménages sont caustiques et nous renvoient, avec un humour particulièrement fin, les travers du quotidien de notre vie », explique **Gaël de Beauchesne, Directeur Marketing, Kia Motors France.** « Nous voulions faire surjouer le désir de posséder notre nouveau crossover Kia XCeed, un peu à la façon d'un enfant qui ne peut résister à une merveilleuse friandise. Car la signature de notre spot publicitaire est : « Nouveau Kia XCeed. Terriblement attirant ». Les acteurs de la série sont tous talentueux, mais notre choix s'est porté sur la génération représentée par Camille et Philippe, en raison de leur alchimie évidente et de leur relation à la fois fusionnelle et spontanée, qui colle à merveille à l'exagération du désir de posséder le véhicule que nous voulions créer avec Scènes de Ménages ».*

Le premier mini-sketch, qui ouvre la coupure publicitaire et précède le film publicitaire du nouveau Kia XCeed, met en scène Philippe qui explique à Camille, à sa façon, qu'il ne peut pas résister à l'envie d'essayer le nouveau crossover Kia XCeed.

Le second mini-sketch, qui clôture la coupure publicitaire, présente Philippe qui, revenant à la maison avec les clés de son nouveau Kia XCeed en main, ne peut résister à l'envie de partir le conduire à nouveau.

C'est la première fois que M6 met en place une opération spéciale télévisuelle avec un constructeur automobile, en partenariat avec ses agences Socialyse Paris (Havas Group) et Innocean, autour de Scènes de Ménages. Et c'est également tout à fait inédit pour Kia, qui fait d'autant plus vivre, là, sa signature de marque « Le Pouvoir de Surprendre ».

La saison dernière **Scènes de Ménages** a réalisé des **performances records avec plus de 4 millions de téléspectateurs** en moyenne et conforté son statut de **programme n°1 à 20h auprès des « Femmes responsables des achats de moins de 50 ans »** (22% de part d'audience) **et des moins de 50 ans** (20% de part d'audience) *.

* Source : Médiamétrie – Médiamat S.2018-2019 / audiences cumulées.

Le nouveau crossover Kia XCeed est la 4^{ème} carrosserie de la famille Ceed lancée par le constructeur aux 7 ans de garantie.

Il associe la praticité d'un SUV compact au design expressif d'un coupé et au comportement dynamique d'une berline. Le nouveau crossover Kia XCeed est l'un des modèles les plus évolués de la gamme Ceed, avec toute une série de technologies embarquées dont les services de télématiques UVO CONNECT. Le Kia XCeed est disponible en motorisations turbo-essence et turbo-Diesel et proposera, à la fin de l'année, une motorisation hybride-rechargeable. Gamme à partir de 24 990 Euros.

Agences : Socialyse Paris (Havas Group) et Innocean

Société de production : KABO FAMILY

Orchestration : M6 Publicité, Socialyse Paris (Havas Group) et Innocean

Diffuseur : M6

Service de presse de Kia Motors France

Maryne Nojac. Chargée des Relations Presse m.nojac@kia.fr - 06 07 88 65 03

Xavier Domenech-Cabaud. Chef du Service Relations Presse & Publiques x.domenech@kia.fr - 06 86 37 66 67

Agence de Relations Presse - Le Public Système PR

kiapr@lepublicsysteme.fr

Pauline Potiron - ppotiron@lepublicsysteme.fr - 07 88 58 16 97

Sandrine De Sousa – sdesousa@lepublicsysteme.fr – 06 49 86 10 00

À PROPOS DE SOCIALYSE PARIS

SOCIALYSE est la filiale social media, internationale et de référence d'Havas Group. Elle développe et implémente pour les marques des stratégies marketing globales sur les réseaux sociaux. SOCIALYSE, présent dans plus de 50 pays, réunit les meilleurs experts en stratégie sociale. Des équipes de passionnés permettent aux marques de développer leurs activités, d'atteindre de nouveaux marchés de croissance, de contrôler leur image et leurs messages en accompagnant et en structurant un écosystème.

À PROPOS DE HAVAS GROUP

Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde. Fondé à Paris en 1835, le Groupe compte aujourd'hui 20 000 collaborateurs dans plus de 100 pays et dispose de trois unités opérationnelles qui couvrent l'ensemble des métiers de la communication. Depuis fin 2017 il est totalement intégré à Vivendi. La mission de Havas Group est de mettre en relation les marques et les consommateurs via la créativité, l'expertise média et l'innovation. Pour mieux anticiper et répondre aux besoins des clients, Havas a opté pour une organisation « client centric » et un modèle totalement intégré incarné par les 52 Havas Villages à travers le monde, où les équipes créatives et médias travaillent en synergie.

De plus amples informations sur le Groupe Havas sont disponibles sur le site web de la société :

www.havasgroup.com

À PROPOS DE M6 Publicité

M6 Publicité est la régie publicitaire du Groupe M6. M6 Publicité accompagne ses clients dans leurs enjeux de communication en mettant à leur disposition une large palette de solutions sur mesure pour toucher les plus de 31 millions de Français qui consomment chaque jour les médias du Groupe M6.

2ème régie plurimédia de France, M6 Publicité met à disposition de ses clients annonceurs une multitude de solutions s'appuyant sur les actifs du Groupe M6 en TV (M6, W9, 6ter, Gulli, Paris Première, téva, serieclub, Tiji, Canal J, M6 Music, MCM, MCM Top, RFM TV), Radio (RTL, Fun Radio, RTL2), Digital (6play, Golden Moustache, Rose Carpet, CuisineAZ, déco.fr, ...) et Influence (Golden Network, CTZAR). Ces dispositifs vont de la vente d'écrans publicitaires à la conception d'opérations de brand content pluri-media en passant par le parrainage d'émissions ou l'influence marketing.

<https://m6pub.fr/>

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 Motors Corporation

Kia Motors est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondée en 1944, Kia fait partie intégrante de Hyundai Motor Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia vend aujourd'hui environ 3 millions de véhicules chaque année dans 190 pays, le constructeur possède des unités de fabrication et d'assemblage réparties dans 5 pays et emploie plus de 52 000 personnes à travers le monde. Kia réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 49 milliards de \$.

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 42 313 véhicules sur l'année 2018 (+13,6 % de progression vs 2017 et 1,95 % de part de marché). Kia Motors 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 e-Niro, Sportage, Optima, Stinger et Sorento) allant de la petite voiture citadine au grand 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 212 points de vente.

« Kia partenaire de vos plus belles émotions »

Football

Kia est très présent dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'un des partenaires officiels de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football. Sur le continent européen, Kia a signé jusqu'en 2021 un partenariat avec l'UEFA Europa League.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2023. L'ambassadeur international de la marque est le charismatique champion Rafael NADAL.

Le logo Kia

Doté d'un dessin en trois dimensions, l'emblème de Kia reflète l'image jeune et dynamique de la marque. L'intense couleur rouge suggère la passion pour le soleil et symbolise la forte détermination de Kia d'avancer de façon enthousiaste et divertissante. L'ellipse fine et raffinée du logo symbolise le globe terrestre et fait référence au statut de Kia en tant qu'acteur majeur de l'industrie automobile mondiale.