



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia atteint une part de marché record en Europe

- Selon les chiffres de l'ACEA du premier semestre 2021, Kia réalise la meilleure part de marché de son histoire en atteignant 3,9%,
- Les ventes de Kia enregistrent une hausse de 40,8% sur un marché en progression de 27,1%,
- Une croissance supérieure à celle des autres marques généralistes équivalentes.

Rueil-Malmaison, 16 juillet 2021 - D'après les derniers chiffres publiés ce jour par l'Association des constructeurs européens d'automobiles (ACEA)*, Kia a réalisé avec 3,9% la meilleure part de marché de son histoire au premier semestre 2021.

Le marché des véhicules de tourisme dans l'UE, l'AELE et au Royaume-Uni a enregistré une progression globale de 27,1% par rapport aux six premiers mois de 2020, qui avaient vu la fermeture des concessions à l'échelle mondiale en raison de la pandémie.

Au premier semestre 2021, Kia a enregistré un taux de croissance exceptionnel de 40,8%, avec 251 236 unités vendues depuis le début de l'année, contre 178 393 au cours de la même période de l'année dernière. Ces chiffres de ventes et ce taux de croissance placent la marque sur un pied d'égalité avec de nombreuses marques généralistes équivalentes, voire même à un niveau supérieur.

Jason JEONG, Président de Kia Europe, a déclaré : « À l'heure où le secteur automobile commence tout juste à se remettre des effets de la pandémie, nous accueillons de nouveau les clients dans nos concessions. Depuis l'engagement du renouveau de la marque au début de cette année, nous avons enregistré une forte croissance sur notre marché des véhicules de tourisme et atteint désormais la meilleure part de marché de notre histoire en Europe. Cette performance vient confirmer la force de la nouvelle marque Kia et de notre gamme inspirante de véhicules électrifiés et à faibles émissions. »

« Alors même que nous entrons dans la seconde moitié de l'année, nous sommes convaincus que les lancements de EV6 et du nouveau Sportage vont inciter de nouveaux clients à rallier la marque Kia et doper encore davantage notre part de marché en Europe », a ajouté **Jason JEONG**.

###

Note aux éditeurs

*Source : ACEA, UE + AELE + Royaume-Uni

Movement that inspires



Service de presse de Kia France

Margot Morvan.

Chargée des Relations de Presse m.morvan@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

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

Clémence Perrard. cperrard@lepublicsysteme.fr - 01 41 34 18 62



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 Corporation

Kia est une marque de mobilité d'envergure internationale qui a pour vision de créer des solutions de mobilité durable à destination de ses clients, des communautés et des 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 différents 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. La signature de marque de Kia – « 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.

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 39 052 véhicules sur l'année 2020 (-13,3% vs 2019 et 2,4% de part de marché). Kia 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, Stinger, Sorento et EV6) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 217 points de vente.

Kia et le sport e-sport

Kia Corporation est partenaire du League of Legends European Championship (LEC) depuis 2019. Depuis son lancement en 2009, League of Legends est devenu la plus importante plateforme d'e-sport, et celle qui connaît la croissance la plus rapide. Ce jeu attire plus de 100 millions de joueurs chaque mois, tandis que les 12 ligues officielles réunissent des milliards de spectateurs dans le monde. Le LEC, l'élite européenne de League of Legends, enregistre une audience record avec plus de 800 000 vues pour la seule saison 2020.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'une des marques partenaires officielles 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 nouveau logo Kia

Ce logo symbolise la nouvelle orientation de la marque et les valeurs qu'elle promet d'offrir à ses clients par le biais de futurs produits et services, et les expériences qui en découleront. Kia affirme sa promesse de marque en imaginant un nouveau logo s'apparentant à une signature manuscrite. La ligne rythmée et continue du logo exprime l'engagement de Kia à créer des expériences inspirantes, tandis que sa symétrie procure un réel sentiment de confiance. Les lignes ascendantes du logo traduisent les hautes ambitions que Kia nourrit pour la marque, et surtout, la richesse de l'offre qu'elle propose à ses clients.

Movement that inspires