



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia Corporation et Kia France annoncent leurs chiffres de ventes pour mars 2021

- En mars 2021, les ventes mondiales ont atteint 251 362 unités, soit une hausse de 8,6% en glissement annuel,
- En Corée du Sud, les ventes se sont établies à 51 011 unités, contre 51 008 en mars 2020 ; en dehors de la Corée du Sud, les ventes ont bondi de 11% en glissement annuel à 200 351 unités,
- En France, Kia a immatriculé 4 227 véhicules en mars 2021 et enregistre une part de marché cumulée depuis janvier 2021 de 2,45%,
- Kia France totalise ainsi 10 809 unités au premier trimestre 2021, soit une croissance de 26% par rapport au 1^{er} trimestre 2020,
- Kia assure la dynamique de ses ventes grâce à de nouveaux modèles tels que EV6, le premier véhicule électrique dédié de la marque dont les réservations en ligne ont été lancées le 30 mars 2021.

Rueil-Malmaison, 2 avril 2021 – Kia Corporation a enregistré un total de 251 362 unités vendues en mars 2021, soit une hausse de 8,6% par rapport au même mois de l'année précédente.

Au niveau mondial, les ventes de Kia ont été principalement tirées par ses modèles de SUV, à commencer par le Sportage qui s'est écoulé à 29 505 exemplaires, suivi du SUV compact Seltos et du SUV de taille moyenne Sorento.

Ventes en Corée du Sud

Kia a enregistré 51 011 unités vendues en Corée du Sud, soit une légère hausse par rapport à mars 2020 (51 008 unités). Le champion des ventes sur le marché national de Kia est le monospace Carnival avec 9 520 unités vendues, suivi du Sorento avec 8 357 unités.

Ventes en dehors de la Corée du Sud

Par rapport à la même période de l'année dernière, Kia a vu ses ventes en dehors de la Corée du Sud grimper de 11% à 200 351 unités, dopées par ses SUV Sportage et Seltos ainsi que par sa citadine Rio. Bien que l'économie mondiale souffre du ralentissement dû à la pandémie de Covid-19, on assiste à une reprise de la demande des clients sur les principaux marchés automobiles. Portées par les modèles de SUV Seltos et Sonet, les ventes en Inde ont contribué aux résultats mondiaux de la marque.

Malgré un contexte économique difficile, Kia s'attachera à poursuivre la mise en œuvre de sa stratégie commerciale à moyen et long termes baptisée « Plan S », tout en assurant la dynamique de ses ventes et sa rentabilité grâce au lancement de plusieurs nouveaux modèles, parmi lesquels la nouvelle berline K8 et Kia EV6, véhicule 100% électrique dévoilé tout récemment. En Corée du Sud, plus de 21 000 clients potentiels ont pré-réservé en ligne leur EV6 le jour même de l'ouverture du site internet dédié à ce véhicule.



	Mars 2021	Mars 2020	Évolution en glissement annuel	Fév. 2021	Évolution en glissement mensuel	Cumul 2021	Cumul 2020	Évolution en cumul annuel
Ventes en Corée du Sud	51 011	51 008	0,0%	37 583	35,7%	130 075	116 739	11,4%
Ventes à l'étranger	200 351	180 535	11,0%	173 731	15,3%	558 334	531 946	5,0%
Ventes mondiales	251 362	231 543	8,6%	211 314	19,0%	688 409	648 685	6,1%

Note de l'éditeur :

* Les chiffres de ventes sont basés sur les ventes aux distributeurs.

* Les chiffres de ventes mensuelles figurant dans ce communiqué de presse n'ont pas été audités et sont fournis à titre préliminaire.

Ventes en France

De son côté, Kia France a immatriculé 4 227 véhicules en mars 2021. La marque totalise ainsi 10 809 unités au premier trimestre 2021 (Source AAA, au 31 mars 2021), soit une croissance de 26% par rapport au 1^{er} trimestre 2020. Au cumul, depuis janvier 2021, Kia France atteint une part de marché de 2,45%, en augmentation de 0,10 points de pourcentage par rapport au premier trimestre 2020 (Part de marché au premier trimestre 2020 : 2,35%). Cette performance se traduit par les ventes significatives de la gamme du crossover compact familial Kia Niro (Hybride, Hybride Rechargeable et 100% électrique) qui maintient sa place de champion des ventes en France, avec 917 immatriculations (2 743 unités sur le premier trimestre 2021). La citadine Kia Picanto se place en deuxième position, avec 749 immatriculations (1 879 unités sur le premier trimestre 2021). Elle est suivie de très près par le SUV Kia Sportage qui atteint 663 immatriculations en ce mois de mars 2021 (1 549 unités sur le premier trimestre 2021).

###

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 9 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 et Sorento) 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.