



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# Kia dévoile la feuille de route de sa transformation axée sur les véhicules électriques (VE) et les solutions de mobilité

- Un nouveau « Plan S » articulé autour de trois grands objectifs :
  - ✓ Accélération de la transition vers l'électrification : extension de la gamme électrique avec 11 nouveaux modèles, dont 7 VE dédiés annoncés d'ici à 2026 (au lieu de 2027) et la vente d'1,6 million de véhicules écoénergétiques par an d'ici à 2030,
  - ✓ Renforcement de l'activité PBV : lancement du premier PBV en 2022 et la vente d'1 million d'unités par an d'ici à 2030,
  - ✓ Développement de futurs services de mobilité : diversification des services pour répondre au mieux aux besoins des clients,
- Plan d'activité 2021 : ventes mondiales (2,92 millions d'unités), chiffre d'affaires (65,6 trillions de wons), bénéfice d'exploitation (3,5 trillions de wons),
- Stratégie d'investissement à moyen et long termes : investissement de 29 trillions de wons d'ici à 2025 et conservation d'un ratio de distribution des dividendes de 25-30%.

Rueil-Malmaison, 12 février 2021 – À l'occasion du forum « 2021 CEO Investor Day » qui s'est tenu virtuellement à Séoul, Kia a annoncé la nouvelle mouture de sa stratégie « Plan S » qui sous-tendra sa future activité. Cette nouvelle feuille de route à moyen et long termes des plus ambitieuses a été présentée par Ho Sung SONG, Président et CEO de Kia Corporation.

*« 2021 signe la renaissance de Kia, avec un nouveau logo, un nouveau design et une nouvelle raison sociale », explique le Président SONG. « Kia va se transformer en une marque qui saura susciter l'enthousiasme et l'inspiration de ses clients en leur offrant des expériences de mobilité résolument innovantes. »*

Kia accompagnera sa mutation d'un élargissement de son portefeuille d'activité dans le but de redéfinir entièrement l'écosystème de la mobilité, d'où la nécessité, en premier lieu, d'opérer la transition du moteur à combustion interne à l'électromobilité. Le nouveau « Plan S » s'articule autour de trois grands objectifs : accélérer la transition vers l'électrification, renforcer l'activité véhicules à usage spécial (PBV), et développer les futurs services de mobilité.



### **Accélérer la transition vers l'électrification**

D'ici à 2030, les véhicules écoénergétiques tels que les véhicules électriques (VE), les hybrides (HEV) et les hybrides rechargeables (PHEV) représenteront 40% de la totalité des ventes de Kia, avec un objectif de ventes annuelles fixé à 1,6 million d'unités. Dans cette perspective, Kia entend porter ses ventes de VE à 880 000 unités en 2030 et devenir ainsi l'un des chefs de file des ventes de véhicules électriques au niveau mondial.

Kia - qui lancera dès cette année son premier VE dédié - prévoit, d'ici à 2026 d'étoffer sa gamme de VE de 11 nouveaux modèles – sept VE dédiés reposant sur sa plate-forme internationale modulaire électrique (E-GMP), et 4 dérivés de modèles thermiques existants.

Les VE adoptant la plate-forme E-GMP sont destinés à établir de nouvelles références en termes d'autonomie en tout électrique, de performances de conduite, d'habitabilité et d'application technologique. Les VE s'apparenteront dans leur fonctionnement à des systèmes intelligents offrant une application étendue des fonctions AVNT (Audio/Vidéo/Navigation/Télématique), « Over-the-Air » (OTA / mise à jour à distance) et « Feature on Demand » (FoD).

Le premier véhicule électrique dédié de Kia, répondant au nom de code CV, sera doté de la technologie HDA2 (Highway Driving Assist Level 2 / aide à la conduite sur autoroute de niveau 2). Dès 2023, les VE de Kia seront équipés du dispositif HDP (Highway Driving Pilot), une aide à la conduite évoluée de niveau 3.

D'autres caractéristiques et performances du CV seront révélées au mois de mars 2021.

### **Renforcement de l'activité PBV**

Kia dévoilera son premier véhicule à usage spécial (PBV) en 2022, et prévoit de lancer d'autres PBV en fonction des besoins du marché. La marque s'est fixé un objectif de ventes annuelles d'1 million d'unités d'ici à 2030 avec pour ambition de devenir un leader mondial du secteur des PBV. À cette fin, Kia développera toutes sortes de véhicules spécialisés reposant sur des plates-formes « skateboard » dédiées aux PBV.

Kia envisage d'étendre plus largement son activité PBV via l'innovation ouverte en s'associant à d'autres entreprises en vue de développer des micro et macro plates-formes intégrées destinées au secteurs de la livraison automatisée et du e-commerce. Il s'attachera également à faire évoluer ses propres plates-formes de petite taille et technologies hautement évolutives car il table sur une augmentation de la demande mondiale pour ce type de services.

### **Développement des futurs services de mobilité**

Les services de mobilité de Kia bénéficieront d'un réel avantage concurrentiel en ciblant et en privilégiant tout particulièrement certains domaines clés.

C'est dans le domaine du B2C (business-to-consumer / de l'entreprise au consommateur) que Kia cherchera à étendre les services qu'elle propose actuellement. En Espagne par exemple, Kia étendra son service d'autopartage phare Wible en créant Wible Más et Wible Empresas (appellations provisoires). Le service de location de véhicules « KiaMobility », lancé en septembre dernier à titre de projet pilote en Italie et en Russie, sera également étendu à d'autres marchés européens, dont la France.



Dans les secteurs du B2G (business-to-government / de l'entreprise au gouvernement) et du B2B (business-to-business / d'entreprise à entreprise), Kia lancera un service d'autopartage de véhicules électriques couplé à un dispositif d'abonnement. Dans le cadre de ce nouveau concept de service de mobilité, les véhicules seront utilisés à des fins professionnelles durant la semaine et loués par des particuliers le week-end.

Le programme d'abonnement « Kia Flex », lancé par la marque en Corée en 2019, sera déployé au niveau mondial dans le courant de cette année sous l'appellation Kia sans engagement (nom commercial à venir). Ce service sera proposé par Sixt Leasing, qui a été racheté par Hyundai Motor Group l'année dernière, et les véhicules seront mis à disposition par les filiales et concessionnaires de la marque au niveau régional.

## **Futurs plans d'activité**

### **1- Objectifs commerciaux**

Kia table cette année sur une augmentation de son bénéfice d'exploitation, sous l'effet de la hausse de son volume de ventes ainsi que de l'amélioration de son prix de vente moyen et de son mix produit. En synthèse :

- Ventes mondiales 2021 (basées sur les ventes aux Distributeurs) : 2 922 000 unités, hausse de 12,1% en glissement annuel,
- Chiffre d'affaires 2021 : 65,6 trillions de wons, augmentation de 10,8% en glissement annuel,
- Bénéfice d'exploitation 2021 : 3,5 trillions de wons, progression de 70,1 % en glissement annuel.

### **2- Marge bénéficiaire d'exploitation**

Du fait de l'augmentation de la rentabilité de ses modèles électriques, Kia a revu à la hausse ses objectifs en matière de marge bénéficiaire d'exploitation par rapport aux chiffres initiaux annoncés l'année dernière. Kia table désormais sur une marge bénéficiaire d'exploitation de 5,4% en 2021 et de 7,9% en 2025.

### **3- Conditions de base pour une augmentation de la marge bénéficiaire d'exploitation**

#### *Croissance équilibrée sur les marchés développés et émergents*

Kia prévoit de porter son volume de ventes à moyen et long termes à 3,8 millions d'unités en 2025. La part des véhicules écoénergétiques dans les ventes totales de la marque, qui devrait avoisiner les 10% en 2021, devrait grimper à 22% en 2025. Sur les marchés émergents, Kia entend accroître sa part de marché par le biais de sa production CKD (véhicules livrés en ensemble non montés) au niveau local.

#### *Amélioration du mix produit*

Selon les prévisions de Kia, l'amélioration du prix de vente moyen et du mix produit, qui a favorisé une meilleure rentabilité de l'entreprise l'année dernière, devrait se poursuivre. En particulier, la part des véhicules de loisirs dans les ventes de la marque devrait poursuivre sa progression et passer de 56% en 2020 à 65% en 2025.

#### *Amélioration de la rentabilité des véhicules électriques*

Kia table sur une amélioration du niveau de rentabilité de ses VE à la faveur du lancement du modèle dont le nom de code est « CV » dans le courant de cette année. Kia prévoit d'atteindre un niveau de rentabilité équivalent à celui de ses modèles thermiques actuels en 2025. La marque table également sur une réduction constante des coûts de ses VE grâce aux économies d'échelle générées par l'augmentation du volume de VE et la baisse du coût des matériaux liée aux investissements en R&D.



*Plan d'investissement stable et constant*

L'effort d'investissement de Kia entre 2020 et 2025 devrait s'élever à 29 trillions de wons. Kia maintiendra son niveau d'investissement annuel autour de 5 trillions de wons. Pour ce faire, il réduira ses investissements actuels dans ses segments d'activité traditionnels pour augmenter progressivement la part de ses investissements stratégiques dans des projets d'avenir.

Par ailleurs, Kia intensifiera ses investissements dans la R&D.

###

**Service de presse de Kia France**

**Margot Morvan.**

Chargée des Relations de Presse [m.morvan@kia.fr](mailto:m.morvan@kia.fr) - 06 07 88 65 03

**Xavier Domenech-Cabaud.**

Chef du Service Relations Presse & Publiques [x.domenech@kia.fr](mailto:x.domenech@kia.fr) - 06 86 37 66 67

**Agence de Relations Presse - Le Public Système PR - [kiapr@lepublicsysteme.fr](mailto:kiapr@lepublicsysteme.fr)**

**Sandrine De Sousa.** [sdesousa@lepublicsysteme.fr](mailto:sdesousa@lepublicsysteme.fr) - 06 49 86 10 00

**Clémence Perrard.** [cperrard@lepublicsysteme.fr](mailto: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.

Movement that inspires