



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# Kia Europe réalise un record de ventes spectaculaire sur le marché des véhicules de tourisme

- D'après les chiffres officiels de l'ACEA\*, Kia a atteint une part de marché record de 5,4%,
- Kia a vu ses immatriculations de véhicules neufs bondir de 21,9% en glissement annuel grâce au lancement de nouveaux produits à la fois innovants, technologiques et écoresponsables,
- La croissance de Kia est encore plus remarquable si on la compare à celle du marché global des véhicules de tourisme qui n'a progressé que de 2,7%,
- Kia France a grandement contribué au succès européen avec une part de marché de 3,44% en octobre 2021, soit 4 078 unités vendues sur le marché français.

**Rueil-Malmaison, 22 novembre 2021** – D'après les chiffres publiés le 18 novembre dernier par l'Association européenne des constructeurs automobiles (ACEA), Kia a battu un nouveau record, en s'octroyant une part de 5,4% du marché des véhicules de tourisme en octobre. Ce résultat s'inscrit dans la droite ligne des performances records réalisées par la marque sur les neuf premiers mois de l'année, avec une part de marché en Europe de 4,2% en cumul annuel au troisième trimestre 2021.

De janvier à octobre 2021, les immatriculations de véhicules de tourisme ont progressé de seulement 2,7% dans l'UE, l'AELE et au Royaume-Uni par rapport à la même période de l'année dernière, rendant d'autant plus remarquable la croissance de Kia en Europe. Les spécialistes du secteur automobile ont dernièrement évoqué un déclin du marché européen des véhicules de tourisme, et ces derniers chiffres mettent en évidence une chute des immatriculations pour le quatrième mois consécutif. Dans un contexte de baisse des marchés du fait de la pandémie, de congestion des ports et de crise des semi-conducteurs, le chiffre global des ventes en octobre, est le plus bas jamais atteint depuis que l'ACEA publie ses statistiques.

Au total, ce sont 798 693 unités qui se sont écoulées dans l'UE, l'AELE et au Royaume-Uni en octobre, les 5,4% de part de marché de Kia correspondant à 42 809 unités. Les chiffres cumulés à ce jour font état d'un taux de croissance impressionnant de 21,9% pour la marque coréenne qui a vendu 430 525 unités en 2021 contre 353 053 sur la même période en 2020.



**Jason JEONG, Président de Kia Europe a commenté ces résultats en ces termes :**

*« 2021 a été une année difficile pour toute l'industrie, et le secteur automobile a connu de multiples revers. Toutefois, cela a également été une année de réflexion et de croissance qui a vu Kia se transformer en un fournisseur de solutions de mobilité durables, prêt à affronter l'avenir, grâce à ses nouveaux véhicules électrifiés et à faibles émissions. Ces nouvelles motorisations séduisent autant les anciens que les nouveaux clients de la marque, et font de la mobilité durable un choix réaliste et accessible au plus grand nombre. Cette incroyable part de marché de 5,4% reflète la force de notre marque et la valeur que nos produits apportent au marché européen. »*

Kia a récemment débuté la commercialisation en Europe de EV6, son premier véhicule 100% électrique issu de la plate-forme E-GMP. Fort de son autonomie de 528 kilomètres et de sa capacité de recharge ultra-rapide (18 minutes pour une recharge de 10 à 80%), EV6 constitue un ajout de choix au sein de la gamme et place Kia en position de force pour accroître encore davantage sa part de marché.

Kia France a grandement contribué au succès européen grâce à sa part de marché de 3,44% en octobre 2021, avec 4 078 unités vendues sur cette période. Cette réussite est en grande partie le résultat des ventes de la famille Niro avec 803 unités vendues, du SUV Kia Sportage avec 579 unités vendues et de la citadine Kia Picanto avec 516 unités vendues en octobre 2021. Et c'est sans oublier Kia EV6 qui fait son entrée sur le marché français accompagné d'excellents résultats avec 408 unités immatriculées en octobre 2021, son premier de vente en concession.

**Note aux éditeurs**

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

###

**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)**

**Hélène Boulanger.** [hboulanger@lepublicsysteme.fr](mailto:hboulanger@lepublicsysteme.fr) - 06 88 79 31 67

**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 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