



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le nouveau Kia Niro est présenté en première mondiale au salon de la mobilité de Séoul 2021

- Le nouveau Kia Niro marque une nouvelle étape vers un avenir plus durable,
- Un extérieur restylé caractérisé par un large montant arrière, des lignes épurées et une face avant « Tiger Face » / (Tête de tigre) redessinée,
- Des équipements intérieurs innovants et des matériaux durables,
- Son mode de conduite « Greenzone » permet d'intégrer la durabilité dans le quotidien de ses utilisateurs.

Rueil-Malmaison, 25 novembre 2021 – Kia Corporation a présenté aujourd'hui son nouveau Niro en première mondiale à l'occasion du salon de la mobilité de Séoul 2021, avec pour objectif de rendre la mobilité durable accessible à tous.

Le nouveau Niro incarne l'engagement de Kia à bâtir un avenir plus durable. Faisant partie intégrante de la gamme de véhicules écoresponsables de Kia en pleine expansion, ce nouveau modèle sera à même de répondre aux besoins complexes des clients soucieux de l'environnement.

« Kia continue à prendre des mesures en faveur d'un avenir plus durable, invitant tout un chacun à entrer de plain-pied dans la nouvelle ère de la mobilité », a déclaré Ho-Sung SONG, Président et CEO de Kia. « Grâce à ses matériaux écologiques, à ses technologies évoluées et à ses groupes propulseurs électriques, le nouveau Kia Niro permet aux clients d'adopter tout naturellement un style de vie durable tout en répondant à tous leurs besoins pratiques. »

Le nouveau Niro, qui a été totalement repensé, adopte désormais la philosophie de design de la marque baptisée « Opposites United » / (L'alliance des contraires), et incarne parfaitement le pilier « Joy for Reason » / (La joie pour raison d'être) de cette approche stylistique. Il puise son inspiration dans la nature non seulement pour son design, mais également pour le choix de ses coloris, matériaux et finitions afin de concilier une approche écoresponsable et une vision orientée vers l'avenir.

Le design extérieur du Niro s'inspire largement du concept car Habaniro de 2019, comme en témoignent son look de crossover élégant et racé et sa carrosserie bicolore aux lignes avant-gardistes. Le large montant arrière améliore l'aérodynamique du véhicule en facilitant les écoulements d'air, et vient se fondre dans le bloc-feux arrière en forme de boomerang.

Movement that inspires



La face avant « Tiger Face » / (Tête de tigre), emblématique des modèles Kia, a été redessinée pour le nouveau Niro et s'étire désormais du capot jusqu'à la partie inférieure des ailes pour distiller une plus grande impression de robustesse. Le design résolument contemporain de la face avant est rehaussé par de superbes feux de jour à LED « heartbeat » qui confèrent au véhicule une présence affirmée et un look des plus élégants sur la route.

Le positionnement exclusif des feux arrière à la verticale contribue à rehausser l'aérodynamique du véhicule et son caractère avant-gardiste, tout en mettant en valeur son assise large et stable ainsi que ses épaulements puissants et ses vitrages tout en hauteur. Le design arrière du Niro associe des surfaces aux formes épurées à des parties plus dynamiques afin de faire ressortir toute sa modernité tout en attirant irrésistiblement le regard des clients.

L'aérodynamique optimisée et les matériaux durables se conjuguent pour aboutir à un design d'une grande cohérence. Cette parfaite combinaison confère au véhicule une habitabilité exemplaire et un look séduisant. En outre, Kia lance le mode de conduite « Greenzone » qui permet au véhicule de basculer automatiquement du mode hybride au mode tout électrique dans le souci de répondre à la demande des clients en faveur de solutions de mobilité durables. Dans les zones vertes, telles que les quartiers résidentiels, ou à proximité des écoles ou des hôpitaux, le véhicule passe automatiquement en mode tout électrique en se basant sur les données de navigation et l'historique de conduite. Les lieux favoris du conducteur enregistrés dans le système de navigation, notamment son domicile et son lieu de travail, sont également considérés comme des zones vertes.

Illustrant l'engagement de Kia en faveur du développement durable et préfigurant la future évolution des modèles de la marque, le nouveau Kia Niro intègre de nouveaux matériaux recyclés au sein de son habitacle. Le ciel de pavillon est réalisé à partir de papier peint recyclé, les sièges font appel au polyuréthane biologique et au Tencel issu des feuilles d'eucalyptus, et une peinture sans BTX* est utilisée sur les panneaux de porte afin de limiter au maximum l'impact sur l'environnement et de réduire les déchets.

La planche de bord asymétrique enveloppe littéralement les occupants avant, et combine des lignes horizontales et diagonales qui s'opposent les unes aux autres pour créer un design tout à la fois apaisant et irrégulier. L'élégante console centrale se veut facile à utiliser et intègre la molette de changement de rapport électronique. Cette dernière est située sur une large surface noir brillant, lui conférant ainsi un style épuré et moderne. L'écran du système audio/vidéo et les ouïes de ventilation sont intégrés dans les espaces diagonaux de la planche de bord au design résolument moderne, tandis que l'éclairage d'ambiance éveille les sens et contribue à créer un intérieur convivial.

Les sièges affinés et contemporains garantissent un plus haut niveau de confort et de style grâce à un mécanisme de réglage allégé et hautement évolué. L'arrière des appuis-tête intègre un cintre des plus pratiques, tandis que leurs dimensions affinées contribuent à conférer un plus grand sentiment d'espace.

Movement that inspires



Le nouveau Niro est présenté au salon de la mobilité de Séoul et sera visible du 25 novembre au 5 décembre prochain. Il sera disponible avec différents groupes propulseurs (hybride, hybride rechargeable ou électrique) dès la deuxième partie de l'année 2022.

*La peinture sans BTX est une peinture à base aqueuse qui ne contient aucun isomère de benzène, toluène ni xylène.

#

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

Hélène Boulanger. hboulanger@lepublicsysteme.fr - 06 88 79 31 67

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