



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le nouveau Kia Sorento triomphe aux concours de design Red Dot et iF

- La nouvelle génération électrifiée de ce SUV remporte deux prix,
- Depuis 2009, Kia a décroché 47 prix lors des célèbres concours de design Red Dot et iF.

Rueil-Malmaison, 15 avril 2021 – Le nouveau Kia Sorento, déjà maintes fois primé, a ajouté deux nouvelles distinctions de renommée mondiale à son palmarès. Le fleuron des SUV de la marque a vu son design récompensé par les prix Red Dot et iF.

Avec ces ultimes distinctions lors des concours Red Dot et iF, la marque Kia, résolument axée sur le design, poursuit son extraordinaire moisson de succès dans ces deux compétitions. Depuis 2009, et la première victoire d'un véhicule de marque coréenne au concours Red Dot, avec le Kia Soul, 26 modèles Kia se sont vu décerner le très convoité « Red Dot ». S'agissant du prix de design iF, que Kia a remporté pour la première fois en 2010, le nombre de modèles de la marque à avoir décroché ce titre a été porté à 21 avec le nouveau Sorento.

Peu après sa présentation en première mondiale en 2020, le nouveau Sorento a été salué pour son design d'exception lors de l'élection du « Véhicule 4x4 de l'année 2020 » du magazine *Auto Bild Allrad*. Dans la foulée, il s'est vu décerner le plus prestigieux des prix automobiles allemands, le « Volant d'or 2020 », dans la catégorie des « SUV familiaux ». En mars 2021, il a été élu « Women's World Car of the Year 2021 » dans la catégorie des « SUV familiaux ».

La nouvelle génération de ce SUV est le fruit d'une étroite collaboration entre les centres de design de Kia au niveau mondial. **Karim Habib, Vice-Président Senior et Responsable du Design de Kia au niveau mondial, explique** : « *Lorsque nous avons imaginé le nouveau Sorento, nous avons cherché à faire évoluer le design robuste des générations précédentes tout en apportant une touche de raffinement et d'élégance supplémentaire. En effet, c'est le concept « d'audace raffinée » qui a inspiré tout le processus de création – et a permis d'aboutir à un design à la fois mature, équilibré et affirmé. Nous sommes ravis de voir ce travail récompensé par des institutions aussi prestigieuses que les concours Red Dot et iF.* »

Red Dot et iF : deux des plus importants concours de design au monde

Les prix du design Red Dot et iF comptent parmi les plus importantes et les plus prestigieuses compétitions de design au monde. Le prix Red Dot est décerné chaque année par le Centre de design de Rhénanie-du-Nord-Westphalie, et récompense trois catégories différentes : Design Produit, Design Marques & Communication et Concept Design.



Le traditionnel « Prix Red Dot : Design Produit », dont l'histoire remonte à 1955, a réuni pour cette édition 2021 plus de 7 800 produits présentés par divers constructeurs et designers originaires de 60 pays. Ces produits ont été évalués par un jury international constitué d'environ 50 designers indépendants, professeurs de design et journalistes spécialisés issus de divers horizons. Outre l'apparence, le concours Design Produit prend également en compte d'autres critères tels que l'innovation, la fonctionnalité, l'ergonomie, la qualité intrinsèque et l'écocompatibilité.

Depuis 1954, le prix du design iF est organisé par l'iF International Forum Design GmbH à Hanovre, l'une des plus importantes institutions de design indépendantes au monde. Cette année, la compétition a regroupé plus de 9 500 produits présentés par des participants issus de 52 pays différents. Cette année la compétition comportait plusieurs nouveautés, parmi lesquelles un tour préliminaire virtuel (« Pré-sélection en ligne »), au cours duquel la moitié des produits en lice ont été qualifiés pour la phase finale (« Jury final »), et une évaluation transparente de toutes les catégories, incluant de nouvelles disciplines telles que « expérience utilisateur » (UX) et « interface utilisateur » (UI). Les autres catégories présentées étant les suivantes : Produit, Communication, Packaging et Service, Architecture, Design intérieur et Concepts professionnels. Cette année, le jury international du concours iF se composait de 98 experts indépendants en design. Tous les produits primés sont recensés dans le « iF World Design Guide » (www.ifworlddesignguide.com) et sur l'application « iF Design ».

###

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.