



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia Corporation et Kia France annoncent leurs chiffres de ventes pour octobre 2022

- En octobre, les ventes mondiales ont atteint 238 660 unités, soit une hausse de 8,6% en glissement annuel,
- Les ventes en dehors de la Corée du Sud ont augmenté de 7,5% en glissement annuel pour atteindre 195 628 unités,
- Les ventes en Corée du Sud se sont établies à 43 032 unités, soit une hausse de 13,7% en glissement annuel,
- En cumul annuel, les ventes mondiales de Kia ont atteint 2 410 246 unités, soit une hausse de 2,6% en glissement annuel,
- Les ventes de Kia en France ont atteint 4 292 unités en octobre 2022, soit une hausse de 5,2% en glissement annuel,
- Cette performance permet à la marque d'atteindre le 7^{ème} rang des marques les plus vendues en France, en octobre, derrière Volkswagen,
- Kia continue d'assurer la dynamique de ses ventes tout en améliorant sa rentabilité, grâce à de nouveaux modèles tels que le très primé Kia EV6.

Rueil-Malmaison, 4 novembre 2022 – Kia Corporation a enregistré un total de 238 660* unités vendues dans le monde en octobre, soit une hausse de 8,6% en glissement annuel.

Au mois d'octobre, les ventes mondiales de Kia ont été principalement portées par sa gamme de SUV, le Sportage et le Seltos ayant enregistré les meilleurs résultats. En octobre, le Sportage s'est écoulé à 44 475 exemplaires au niveau mondial, suivi du Seltos avec 26 918 unités et du Sorento avec 18 130 unités.

Ventes en dehors de la Corée du Sud

En dehors de la Corée du Sud, les ventes de Kia ont atteint 195 628 unités, en progression de 7,5% en glissement annuel. Les SUV Sportage et Seltos ont continué de tirer les ventes de Kia à l'étranger, avec respectivement 39 525 et 23 768 unités vendues. Kia a enregistré de solides résultats sur tous ses principaux marchés, et notamment aux États-Unis, dans la région Asie-Pacifique et en Inde.

Ventes en Corée du Sud

En Corée du Sud, les ventes de Kia se sont établies à 43 032 unités, soit une progression de 13,7% en glissement annuel. Sur le marché sud-coréen, le Sorento est arrivé en tête des ventes de véhicules de tourisme de la marque avec 5 127 unités écoulées. Le deuxième SUV le plus vendu a été le Sportage avec 4 950 unités.



Perspectives de l'entreprise

À l'avenir, pour répondre aux enjeux actuels du marché, Kia continuera d'ajuster au mieux sa production en fonction de l'état de ses stocks, et de limiter au maximum les perturbations de production. En s'appuyant sur ses nouveaux modèles compétitifs, tels que EV6 100% électrique – élu Voiture européenne de l'année 2022 en février dernier – Kia assurera la dynamique de ses ventes afin d'accroître sa part de marché et d'améliorer sa rentabilité, tout en poursuivant sa rapide transition en vue de conforter son statut de fournisseur de solutions de mobilité durables.

Résultats (octobre)

Objet	Oct. 2022	Oct. 2021	Évolution en glissement annuel	Sept. 2022	Évolution en glissement mensuel	Cumul 2022	Cumul 2021	Évolution en cumul annuel
Ventes en Corée du Sud	43 032	37 837	13,7%	40 009	7,6%	438 332	441 185	-0,6%
Ventes à l'étranger	195 628	181 999	7,5%	209 497	-6,6%	1 971 914	1 907 061	3,4%
Ventes mondiales	238 660	219 836	8,6%	249 506	-4,3%	2 410 246	2 348 246	2,6%

Ventes en France

Au mois d'octobre 2022, Kia France a immatriculé 4 292** véhicules, ce qui représente une croissance de 5,2% par rapport à octobre 2021. Ce mois d'octobre surclasse celui de septembre 2022 (4 232 immatriculations) et devient ainsi le deuxième mois de ventes le plus important de Kia France, en termes d'immatriculations, après le mois de mars, qui comptait 4 502 immatriculations. Cette performance place Kia au 7^{ème} rang des marques les plus vendues en France, en octobre, derrière Volkswagen.

Ce mois-ci, le nouveau SUV Kia Sportage est le best-seller de Kia avec 1 268 immatriculations. Il est suivi du nouveau Niro (HEV, PHEV et EV), qui se classe à la deuxième place des meilleures ventes Kia, avec 623 immatriculations. Enfin, la famille Ceed (5 portes, Ceed SW, ProCeed et XCeed) clôt ce top 3, avec 609 immatriculations.

Rappelons que le Kia Sportage et les modèles de la famille Ceed sont fabriqués dans l'usine européenne de Kia, située à Zilina, en Slovaquie. Comme cela était déjà le cas en septembre, ce sont ainsi 2 modèles européens qui font partie du top 3 des ventes Kia en France, en octobre.

De janvier à octobre 2022, le volume de ventes de Kia France s'élève désormais à 37 676 unités, soit une augmentation de 4% par rapport à la même période en 2021. Ce résultat permet à la marque de mobilité de conserver ses 3% de part de marché, en augmentation de 0,5 point de pourcentage par rapport à l'année 2021, sur un marché en baisse de 10,5%. Sur les 10 premiers mois de l'année, la performance commerciale de Kia est portée par les immatriculations de véhicules électrifiés (HEV, PHEV et EV) qui affichent un volume de 20 370 unités, et représentent ainsi 54,1% des ventes de la marque.

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.

** Source : Dataneo au 31/10/2022.



###

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 – 01 70 94 65 04

Anatole Teurcq. ateurcq@lepublicsysteme.fr – 06 58 13 90 97



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 (Hyundai Motor Group)

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

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 44 215 véhicules sur l'année 2021 (+ 13,2% vs 2020 et 2,7% 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 Niro EV, Sportage, Stinger, Sorento et EV6) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrifié. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 215 points de vente.

Le crossover Kia EV6, élu Voiture Européenne de l'Année

Le crossover Kia EV6 a été élu Voiture Européenne de l'Année 2022 lors du prestigieux « Car of the Year (CoTY) Award ». Ce modèle 100% électrique à la pointe de l'innovation a été sacré vainqueur par un jury constitué de 59 journalistes automobiles de renom, issus de 22 pays européens. Kia est la première marque coréenne qui remporte ce prix très convoité. Il conforte ainsi son engagement stratégique de devenir un fournisseur de solutions de mobilité durables.

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.