



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia décroche une double victoire aux prestigieux iF Design Awards 2023

- La stratégie d'identité d'entreprise de Kia a été consacrée dans la catégorie Company Branding (Stratégie de marque) de la discipline « Communication »,
- L'identité visuelle des concessions Kia a été couronnée d'un iF Design Award dans la catégorie « Concession/Showrooms » de la discipline « Architecture d'intérieur »,
- Ces prix viennent confirmer la créativité et l'efficacité de la nouvelle stratégie de la marque qui a déployé sa nouvelle identité de marque dans le monde,
- L'engagement accru des clients à tous les niveaux contribue à transmettre la signature de la marque 'Movement that inspires' / (Du mouvement vient l'inspiration) et à accélérer encore la mutation de Kia en un fournisseur de solutions de mobilité durable.

Rueil-Malmaison, le 2 mai 2023 – Kia a décroché deux distinctions de premier plan lors de l'édition 2023 des iF Design Awards. Le succès de la marque dans les catégories « Stratégie de marque » et « Concession/Showrooms » du prestigieux concours iF Design Awards vient confirmer la pertinence et l'efficacité de l'approche créative de Kia, au service du client, et sa compétitivité dans toutes les disciplines du design depuis le renouveau de la marque en 2021.

La nouvelle signature de Kia 'Movement that inspires' / (Du mouvement vient l'inspiration) et sa philosophie de design 'Opposites United' / (L'alliance des contraires) se situent au cœur des différents volets stratégiques de la marque en matière d'identité de marque et d'identité visuelle des showrooms. Associées à des modèles tels que le SUV 100% électrique EV9, futur porte-étendard de la marque que Kia vient tout juste de dévoiler, elles jouent un rôle clé dans l'accélération de la mutation de la marque qui entend troquer son statut de constructeur automobile contre celui de fournisseur de solutions de mobilité durables.

'Movement that inspires' / (Du mouvement vient l'inspiration) illustre l'engagement de Kia à offrir à ses clients des espaces leur permettant de trouver de la valeur à tout moment, pour mieux donner libre cours à leur inspiration et consacrer plus de temps à la concrétisation de leurs idées. La philosophie de design 'Opposites United' / (L'alliance des contraires) puise son inspiration dans les contrastes que l'on peut observer chez l'Homme et dans la nature, exploitant le caractère d'un élément pour révéler celui d'un autre.

Movement that inspires

Du mouvement vient l'inspiration



Une identité d'entreprise résolument moderne

Le logo Kia incarne la nouvelle orientation affirmée de la marque tout en exprimant sa nouvelle signature 'Movement that Inspires' / (Du mouvement vient l'inspiration) à travers trois concepts de design clés : symétrie, rythme et élévation. La symétrie du logo traduit la capacité de Kia à proposer de nouvelles expériences client à travers l'offre de produits et services d'avant-garde. Le rythme représente l'engagement sans faille de la marque en faveur du progrès dans le souci de répondre au mieux aux besoins et attentes de ses clients, et de leur permettre de créer des expériences inspirantes. Enfin, le profil clairement ascendant du logo illustre l'ambition de la marque de procurer de nouvelles valeurs qui intègrent véritablement la perspective du client.

Pour sa charte graphique, Kia a choisi les coloris 'Midnight Black' et 'Polar White'. Tous deux situés à une extrémité du spectre des couleurs, ces coloris primaires expriment les valeurs inhérentes à la durabilité, à l'écoresponsabilité et à la mobilité intelligente. Traduisant par leur contraste un profond sentiment de confiance, ces couleurs illustrent la volonté indéfectible de la marque d'explorer et d'étendre son activité à de nouveaux domaines en fournissant des services de mobilité qui dépassent le simple cadre de la mobilité physique.

Des showrooms avec une identité visuelle affirmée

La philosophie de design 'Opposites United' / (L'alliance des contraires) inspire toute la confiance et la vision nécessaires pour combiner des éléments qui ne s'associent pas naturellement. Cette aptitude à exploiter les contrastes créatifs pour obtenir un résultat unique s'exprime parfaitement dans le design résolument innovant des showrooms de la marque qui repose sur l'opposition visuelle entre les zones d'exposition et les zones réservées à la clientèle.

L'espace d'exposition – au look futuriste – se distingue par des angles marqués et des couleurs achromatiques, ainsi que par des surfaces en acier reflétant avec subtilité chacun des modèles afin d'offrir une meilleure visibilité et une plus grande sensation d'espace. Par opposition, la zone réservée à la clientèle se caractérise par des bords arrondis, un sol et un plafond en bois superbement éclairés, et des éléments de mobilier revêtus de textiles haut de gamme pour créer une ambiance douce et confortable où les clients peuvent pleinement se détendre et admirer les véhicules, tels des œuvres d'art dans une galerie.

Kia enchaîne les succès

Ces ultimes prix décrochés par Kia aux iF Design Awards 2023 viennent s'ajouter à l'exceptionnelle série de récompenses remportées par la marque et ses produits, réaffirmant une fois encore la compétitivité de Kia dans toutes les disciplines du design. Parmi ces multiples distinctions, citons notamment le 'Red Dot Design Award' obtenu par le Kia Niro Hybride Rechargeable, et le titre de 'World Performance Car 2023' décerné à Kia EV6 GT, après ceux de « Voiture de l'année 2022 » du magazine What Car? et de « Voiture européenne de l'année » décrochés par EV6.



iF : l'un des concours de design les plus prestigieux au monde

Cette année, le concours iF Design Awards a attiré 10 544 candidats issus de 56 pays participants et a mis à l'honneur un vaste panel de réalisations d'exception dans le domaine du design. Au total, ce sont 133 experts en design originaires de 20 pays différents qui se sont réunis pour juger les 3 572 projets retenus pour la sélection finale après avoir fait l'objet d'un premier vote préliminaire en ligne.

Le concours iF Design Awards consacre et met à l'honneur les meilleurs talents dans neuf disciplines différentes – Produit, Communication, Packaging, Design service, Architecture, Architecture d'intérieur, Expérience utilisateur, Interface utilisateur et Concepts professionnels – réparties en 81 catégories. Tous les projets primés sont présentés sur le site www.ifdesign.com et publiés sur l'application iF Design.

Les iF Design Awards ont été créés en 1954 par l'iF International Forum Design GmbH à Hanovre, l'une des plus importantes institutions de design indépendantes au monde. La cérémonie de remise des prix se déroulera dans le cadre de l'iF Design Award Night 2023 le 15 mai prochain au Friedrichstadt-Palast de Berlin.

###

Service de presse de Kia France

Clara Pierné.

Chargée des Relations Presse c.pierne@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 46 226 véhicules sur l'année 2022 (+ 4,5% vs 2021 et 3% 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, Sorento, EV6 et EV6 GT) 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 2022

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.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2028. 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

Du mouvement vient l'inspiration