



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia et The Ocean Cleanup célèbrent les succès de leur partenariat et élaborent leurs futures initiatives destinées à nettoyer le Vortex de déchets du Pacifique Nord

- Grâce au soutien de Kia, l'organisation The Ocean Cleanup a réussi à retirer près de 500 tonnes de plastique du Vortex de déchets du Pacifique Nord (GPGP),
- Le partenariat entre Kia et The Ocean Cleanup s'inscrit dans la droite ligne de la transformation stratégique de la marque en un fournisseur de solutions de mobilité durables.

Rueil-Malmaison, le 13 septembre 2024 - Kia Corporation et son partenaire international The Ocean Cleanup célèbrent une étape clé de leur stratégie conjointe visant à lutter contre la pollution plastique dans les océans. Symboliquement de retour au port de San Francisco d'où était parti le System 001, le navire de première génération de The Ocean Cleanup, à l'occasion de son voyage inaugural il y a six ans, le System 03, l'actuel navire de l'organisation, rapporte dans ses cales une pêche fructueuse.

Depuis la conclusion de son partenariat avec The Ocean Cleanup en 2022, Kia a contribué, par son soutien indéfectible à l'organisation, à retirer près de 500 tonnes de plastique de la plus importante accumulation au monde de déchets plastiques flottants, à savoir le Vortex de déchets du Pacifique Nord (GPGP) qui couvre une superficie estimée à 1,6 million de kilomètres carrés.

Dans le cadre d'une nouvelle étape importante de sa mission, The Ocean Cleanup a annoncé un calendrier précis pour le grand nettoyage du Vortex de déchets du Pacifique Nord. Alors que les données recueillies lors des différentes opérations menées cette saison semblent indiquer que le GPGP pourrait être nettoyé sous 10 ans grâce à des progrès technologiques, l'ONG internationale entend, quant à elle, repousser les limites en réduisant ce délai de moitié de manière à opérer le nettoyage du GPGP en seulement cinq ans.



Charles Ryu, Vice-Président Senior et Directeur de la division Expérience marque et client chez Kia Corporation, a déclaré : « *Nous adressons nos plus chaleureuses félicitations à l'équipe de The Ocean Cleanup pour leur engagement indéfectible et leur travail acharné en tant que seule organisation pleinement investie dans la lutte contre la pollution plastique du GPGP. Nous sommes particulièrement honorés de compter parmi les plus fidèles soutiens de ses opérations de nettoyage des océans et sommes impatients d'ouvrir un nouveau chapitre de notre partenariat, plus ambitieux, à l'heure même où cette organisation fait encore évoluer son System 03 et ses activités, en vue de réduire le délai de nettoyage du GPGP.* »

En 2025, The Ocean Cleanup s'attachera à déployer une nouvelle initiative visant à cartographier les « points chauds », ou les zones d'accumulation de plastique les plus critiques dans le GPGP, afin d'accroître l'impact des futures opérations d'extraction de déchets.

« *The Ocean Cleanup est une organisation internationale à but non lucratif et nous nous appuyons sur nos formidables partenariats pour mener à bien nos activités* », **explique Boyan Slat, fondateur et CEO de The Ocean Cleanup.** « *Notre partenariat avec Kia établit une nouvelle référence dans la manière dont les organisations peuvent être de réels acteurs du changement. Ensemble, nous faisons la démonstration que l'innovation et l'engagement peuvent être la clé pour débarrasser les océans du plastique et inciter les autres à suivre notre exemple. Les produits issus de cette collaboration refléteront nos avancées communes et l'impact concret des solutions durables.* »

Au cours des deux ans et demi qui viennent de s'écouler, Kia et The Ocean Cleanup ont travaillé, main dans la main, pour réduire la pollution plastique. Au cours de ses six premières années d'activité, The Ocean Cleanup a effectué 23 voyages opérationnels et réalisé plus de 100 missions d'extraction de déchets plastiques. Ces efforts ont permis d'éliminer près de 500 tonnes de déchets, et de réduire ainsi de 0,5% la pollution plastique du GPGP.

Dans le cadre de leur vision collaborative destinée à créer un système de ressources circulaires pour le plastique des océans, Kia et The Ocean Cleanup œuvrent de concert pour trouver de nouveaux moyens de transformer les déchets plastiques extraits du GPGP en produits utiles et durables. Le premier article issu de cette initiative est un accessoire dédié à Kia EV3, qui sera lancé au quatrième trimestre de cette année.

Kia intègre également d'autres plastiques recyclés et matériaux écoresponsables dans ses tout derniers modèles. C'est notamment le cas du SUV 100% électrique EV9, nouveau porte-étendard de la marque, dont la moquette intérieure et les tissus de garnissage de siège sont respectivement fabriqués à partir de filets de pêche recyclés et de bouteilles en plastique recyclées. EV6 est également doté de revêtements en tissu et de tapis de sol réalisés à partir de plastique recyclé.

Dans le cadre de sa vision plus large consistant à devenir un précurseur de la mobilité durable, Kia s'est fixé pour objectif d'utiliser 20% de plastique recyclé dans ses véhicules à l'horizon 2030.



###

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 - 06 49 86 10 00

Marion Bourgogne. mbourgogne@hopscotchgroupe.com - 06 68 88 46 43



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 client 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 durables 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 49 193 véhicules sur l'année 2023 (+ 6,4% vs 2022 et 2,8% de part de marché). Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 9 modèles (Picanto, Stonic, famille Ceed – Ceed 5 portes, Ceed SW, et XCeed, famille Niro – Niro Hybride, Niro Hybride Rechargeable et Niro EV, Sportage, Sorento, EV6, EV6 GT et EV9) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4 électrique. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 217 points de vente.

Kia France, partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis 2021

Kia France est partenaire de la vallée de Chamonix-Mont-Blanc depuis janvier 2021, offrant un soutien aux activités et à la communauté locale. Partageant des valeurs communes qui sont le mouvement, la qualité et la satisfaction des clients, Kia France et la vallée de Chamonix-Mont-Blanc ont un engagement mutuel fort dans la transition écologique et énergétique.

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 esport

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'esport, 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. Kia France va encore plus loin en signant un partenariat de deux ans avec Team Vitality, club leader d'esport qui compte 12 millions de fans.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales et françaises. Depuis 2007, Kia est l'une des marques partenaires officielles de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football, et a renouvelé son engagement jusqu'en 2030.

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