



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La solution de recharge Kia Charge dépasse la barre des 100 000 clients

- Le service de recharge Kia Charge franchit ce cap, deux ans et demi seulement après son lancement,
- Kia Charge offre aux utilisateurs un accès à plus de 700 000 bornes de recharge en Europe,
- Les clients peuvent recharger leur véhicule en toute simplicité sur les bornes du réseau Kia Charge, qui couvre 98% de l'infrastructure de recharge européenne,
- Une solution tout intégrée, flexible, facilitant l'expérience de recharge.

Rueil-Malmaison, le 2 mai 2024 – Depuis son lancement en septembre 2021, soit en même temps que Kia EV6, la solution Kia Charge couvre l'ensemble des activités de recharge en itinérance de Kia Europe pour tous les clients, tant particuliers que professionnels. En peu de temps, ce service a franchi la barre des 100 000 clients, une étape clé dans la stratégie de Kia qui entend devenir le leader de la mobilité électrique en Europe.

Pour rappel, Kia Charge est une solution de recharge en itinérance conçue pour être la plus simple possible. Elle se compose simplement d'une application pour localiser, vérifier la disponibilité des bornes en temps réel et prévoir ses trajets, d'une carte pour activer la charge, ainsi que d'une facture mensuelle et un tableau de bord de suivi des consommations. Kia Charge offre actuellement un accès à plus de 700 000 bornes de recharge dans 28 pays européens, dont plus de 100 000 en France, et 60% des propriétaires d'un véhicule électrique Kia utilisent ce service. Au total, les clients ont déjà réalisé plus de 2 millions de sessions de recharge par le biais de leur carte ou de leur compte de recharge sur l'application Kia Charge.

Le service Kia Charge fait partie intégrante de la stratégie de la marque qui vise à rendre la mobilité électrique plus accessible à un plus grand nombre de conducteurs. Il garantit aux clients Kia le meilleur de la technologie et des services pour simplifier et rehausser leur expérience de conduite électrique.

« La popularité croissante de Kia Charge est bien la preuve que notre concept de contrat unique répond parfaitement aux besoins de nos clients, en leur permettant de recharger facilement leur véhicule où et quand ils le souhaitent », déclare Martin ENTHOFER, Directeur de la stratégie et des solutions Expérience Client chez Kia Europe. « Ce service leur offre également une totale transparence des prix, sans frais cachés, avec un réseau de recharge qui ne cesse de s'étendre semaine après semaine. »



Kia Charge offre à tous les clients, quelles que soient leurs habitudes de recharge – à domicile, au travail, sur bornes publiques ou sur autoroute – un service unique qui inclut la planification d’itinéraire, l’authentification sur borne, la gestion de compte et les paiements. Les clients peuvent choisir la formule qui leur convient le mieux entre [l’offre Kia Charge Easy](#), une formule de paiement à l’utilisation sans abonnement, et [l’offre Kia Charge Plus](#), une formule adaptée à un usage plus régulier qui propose un abonnement avec des tarifs préférentiels*. La particularité de Kia Charge Plus est d’être une formule par abonnement, sans engagement, ni frais de résiliation. Le client peut ainsi facilement adapter son offre en fonction de l’évolution de ses besoins, en passant de Kia Charge Easy à Kia Charge Plus et inversement selon ses désirs.

Ce service d’e-mobilité est associé à une application et à un site internet dédiés. Kia Charge offre un accès facile et rapide aux bornes de recharge publique du réseau Kia. Ce service permet également aux clients d’accéder aux stations de recharge publique de différents opérateurs, à la fois dans leur pays de résidence et dans d’autres pays européens. Le réseau Kia Charge comprend quelque 700 000 bornes de recharge réparties dans 28 pays européens, tandis que le réseau IONITY (inclus dans l’offre Kia Charge) compte actuellement plus de 600 stations de recharge et plus de 3 600 superchargeurs dans 24 pays européens. En outre, [comme annoncé lors du CEO Investor Day 2024](#), Kia contribuera à l’installation de plus de 17 000 bornes de recharge haute puissance le long des autoroutes européennes d’ici à 2030, dans le cadre de son partenariat avec IONITY. Rappelons enfin que l’électricité proposée par IONITY provient à 100% d’énergies renouvelables.

Kia Charge repose sur la fonction de planification d’itinéraire pour VE de Kia qui fait appel au système de navigation du véhicule pour repérer les stations de recharge situées le long du parcours et les ajouter automatiquement dans la liste des points de cheminement. Cette solution connectée permet également d’afficher des points d’intérêt qui peuvent être ajoutés au trajet, offrant ainsi davantage de commodité aux utilisateurs tout en rehaussant leur expérience de recharge. Une même carte est partagée entre l’application Kia Charge et le système d’infodivertissement du véhicule, afin que les utilisateurs puissent localiser facilement les bornes de recharge indépendamment de l’outil utilisé.

Résolument tournée vers l’avenir, la marque développe d’autres solutions qui permettront aux clients d’utiliser Kia Charge pour gérer la recharge de leur VE à domicile ou au travail, et tirer pleinement parti des fonctions de recharge bidirectionnelle, de type V2G (Vehicle-to-Grid) et V2H (Vehicle-to-Home). Dans le cadre d’un [projet pilote mené aux Pays-Bas](#), Kia recherche actuellement des moyens d’enrichir l’expérience Kia Charge, en intégrant notamment l’utilisation de panneaux solaires et d’énergie fournie par Vattenfall ainsi que la technologie de recharge intelligente (V1G). L’objectif est d’améliorer l’expérience de recharge au quotidien, d’étendre l’utilisation de l’énergie verte et de soulager le réseau électrique lors des pics de consommation.

Enfin, pour garantir véritablement la durabilité de la mobilité électrique, il est essentiel de prendre en compte toutes les composantes de la chaîne de valeur, dont l’une des plus importantes est la recharge. C’est pourquoi Kia Charge favorise l’utilisation d’énergie renouvelable tout en veillant à ce qu’une quantité d’énergie équivalente à celle consommée



lors des sessions de recharge soit restituée au réseau sous forme d'électricité verte. Cette compensation de la quantité d'énergie consommée s'effectue par le biais de ce que l'on appelle les « garanties d'origine ».

*Tarifs actuels : 0€ pour la fourniture de la carte, 0€ pour l'activation du service, 0 €/mois pour la formule 'Easy' (0,59€ par session de charge, plus tarif de l'opérateur auquel s'ajoutent des frais d'interopérabilité. Ceux-ci varient en fonction des accords passés avec chacun des opérateurs) ou 6€/mois pour l'offre 'Plus' (pas de coût additionnel fixe par session et 15% de remise par rapport au tarif de recharge 'Easy').

###

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

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

Sandrine De Sousa. sdesousa@lepublicsysteme.fr - 06 49 86 10 00



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, ProCeed 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