**Kia Motors svela a Seul "Plan S",
pronta la strategia al 2025 verso la transizione elettrica
In arrivo anche inedite soluzioni di mobilità alternativa**

**-Kia annuncia 11 veicoli elettrici entro il 2025 e punta a una quota di mercato del 6,6%
-Nel 2021 il debutto di un inedito modello EV
-Obiettivo 2025: raggiungere il 25% delle vendite di veicoli eco-friendly
-Vendite: 500.000 veicoli elettrici annui, 1 milione di veicoli a basse emissioni entro il 2026
-Prodotti e nuovi servizi di mobilità per dare priorità al valore del cliente
-Incrementare la redditività migliorando le attività attuali e rafforzando la leadership in vista dei business del futuro
-Kia punta al mercato corporate dei PBV con offerte personalizzate
-29 trilioni di won (25 miliardi di dollari) gli investimenti entro il 2025
-Kia punta a un margine operativo del 6% e a un ROE del 10,6% nel 2025
-Il CEO Han-woo Park: "Kia Motors si trasformerà in un brand incessantemente innovativo, capace di audaci accelerazioni verso il futuro della mobilità"**

**Gennaio 2020 -** Kia Motors Corporation ha annunciato i dettagli di "Plan S", il piano strategico a medio-lungo termine volto a stabilire progressivamente una posizione di leadership nell’industria automotive del futuro, puntando sempre più su elettrificazione, servizi di mobilità, connettività e guida autonoma.

Il piano strategico Plan S delinea il "passaggio" progressivo e determinato di Kia da un sistema aziendale incentrato sui veicoli a motore a combustione interna a un modello sempre più focalizzato su veicoli elettrici e soluzioni di mobilità personalizzate. La continua innovazione del brand e il miglioramento della redditività supporteranno la strategia Plan S su due direttive prioritarie, da una parte il progressivo passaggio verso veicoli elettrici e autonomi, dall’altro verso l’offerta di nuovi servizi di mobilità. Tutti i dettagli del Piano S, inclusi la strategia finanziaria e di investimenti Kia al 2025, sono stati annunciati agli azionisti, agli analisti e alle agenzie di rating nell’ambito del CEO Investor Day appena svoltosi a Seul.

Entro la fine del 2025, Kia prevede di offrire una gamma completa di 11 modelli elettrici. L’obiettivo è quello di raggiungere una quota del 6,6% del mercato globale dell’elettrico (esclusa la Cina), oltre a una quota del 25% delle vendite della gamma di modelli eco-friendly. Nell’ambito di un allargamento globale del mercato di veicoli elettrici previsto entro il 2026, Kia punta a raggiungere la quota di vendita di 500.000 veicoli elettrici annui e di 1 milione di modelli eco-friendly (esclusa la Cina) globalmente.

In aggiunta a questi obiettivi, nell’ottica di sviluppo di un nuovo modello di business, Kia offrirà inediti servizi di mobilità basati sempre su veicoli elettrici, contribuendo così attivamente alla mitigazione dell’emergenza climatica globale e dell'inquinamento ambientale. Nell’ambito del mercato Purpose Built Vehicle (PBV) e per far fronte alla progressiva crescita globale di attività come la mobilità urbana, il car sharing e l’e-commerce, Kia si impegnerà a garantire invece un’offerta competitiva e all'avanguardia anche in questo settore.

**"Plan S": il futuro prossimo secondo Kia**

|  |  |
| --- | --- |
| Transizione elettrica: tutte le tappe | Proliferazione degli EVs* 2021, lancio di un nuovo modello elettrico
* Entro il 2025 debutto di 11 nuovi modelli EV; obiettivo quota globale del mercato elettrico al 6,6%
* 500.000 auto elettriche e 1 millione di veicoli eco-friendly venduti nel 2026
* La strategia prevede l’offerta simultanea di modelli elettrici differenziati per segmento e prezzo
* La proposta EV Kia si concentrerà sui Paesi con norme ambientali più restrittive; l’obiettivo è raggiungere una quota del 20% di elettrici nei mercati sviluppati
* Adozione di una nuova piattaforma EV
* Nuovi strumenti e strategie di vendita
 |
| Fornitura di soluzioni di mobilità personalizzate | Offrire nuovi Servizi di mobilità elettrica e autonoma; nuova strategia per lo sviluppo di PBV* Realizzazione di Mobility Hub nelle città con norme ambientali più rigorose per fornire servizi e supporto alla mobilità elettrica
* Attraverso i Mobility Hubs esplorare nuovi modelli di business corporate dedicati a logistica e servizi
* Gestire nuovi servizi di mobilità elettrici e autonomi
* Fornire PBV personalizzati e per target diversi
 |

Kia Motors ha annunciato un investimento di 29 trilioni di won (25 miliardi di dollari) nel Plan S entro la fine del 2025 con l’obiettivo di definire un vero e proprio piano di leadership nell'elettrificazione e diversificare le proprie attività; entro questa data, Kia Motors punta quindi a un margine di profitto operativo del 6% con un Return on common equity (ROE), ossia l’indice di redditività del capitale proprio, del 10,6% garantendo così il capitale necessario e massimizzando il valore per gli azionisti.

"L'industria automobilistica è sottoposta sempre più a cambiamenti radicali e repentini, per questo oggi è il momento opportuno per Kia Motors di avviare una radicale trasformazione verso un modello di impresa globale capace di guidare le profonde innovazioni in atto", ha dichiarato Han-Woo Park, President and CEO di Kia Motors. "Kia Motors ha intrapreso un percorso di innovazione attiva al fine di affrontare le sfide future, identificando e capitalizzando nuove opportunità per far evolvere l'azienda".

"Plan S rappresenta per Kia una road map audace e decisiva verso una profonda trasformazione che vede al centro della strategia futura i veicoli elettrici e le soluzioni di mobilità – ha aggiunto Han-woo Park - Il nostro approccio è quello di mettere i clienti sempre più al centro, per questo Kia punterà sempre più all'innovazione del brand, sviluppando prodotti e servizi che offrano nuove esperienze di utilizzo".

Fra gli obiettivi strategici contenuti nel Plan S, oltre alla diffusione dei veicoli elettrici e all'espansione dei servizi di mobilità elettrica e autonoma, c’è anche l'accesso al business dei PBV, ossia quei veicoli dedicati alla cosiddetta mobilità urbana eco-friendly.

Il processo di profonda innovazione in atto coinvolge diversi ambiti per Kia, dalla brand identity alla corporate identity, dalla design identity alla user experience: l’obiettivo sarà sempre più quello di fare in modo che i clienti Kia percepiscano il brand, sperimentandone e vivendone l'evoluzione, avendo percezione diretta della leadership nella diffusione di mobility solutions sempre più innovative e legate alla mobilità elettrica.

L’evoluzione del brand Kia sarà svelata più nel dettaglio nella seconda metà di quest'anno. Fra gli obiettivi prioritari del brand, prioritari sono quelli di diventare un pioniere nell'era della mobilità elettrica, affermarsi quale marchio apprezzato dai millennials (i nati tra il 1980 e il 1995, la prima generazione della storia a essere completamente digitalizzata e ad avere raggiunto l’età adulta nel nuovo millennio con una buona conoscenza della tecnologia e una naturale propensione all'uso degli strumenti digitali) e fortemente identificato come simbolo di innovazione.

Al contempo, Kia intende massimizzare il valore per gli azionisti e guadagnare più fiducia dal mercato rafforzando costantemente la propria competitività attraverso l'innovazione delle attuali attività e incrementando la redditività di quelle future.

**Transizione elettrica: le tappe e la leadership futura**Kia intende assicurare la propria leadership nel mercato globale dei veicoli elettrici adottando una strategia di differenziazione dei prodotti.

Kia intende gettare le basi per un passaggio radicale a un nuovo modello di business basato fondamentalmente sull’elettrico, mettendo a frutto tutta la sua esperienza nella produzione di veicoli a motore a combustione interna.
Con l’obiettivo di dare sempre più valore al cliente, Kia annuncia lo sviluppo di nuovi modelli elettrici molto innovativi, differenziando l’offerta, creando un design dedicato, puntando su una nuova user experience e sull’elevata qualità del prodotto. A partire dal lancio del primo inedito modello elettrico previsto nel 2021, Kia proporrà una gamma completa di 11 modelli elettrici entro il 2025, inclusi SUV e MPV dal 2022.

Il nuovo modello elettrico, che sarà lanciato nel corso del 2021, verrà costruito su una inedita piattaforma globale, espressamente progettata per ospitare tecnologie EV. Il design, ispirato alle linee dei più moderni crossover, è destinato a superare i confini dei segmenti attuali per offrire un'esperienza utente già proiettata nel futuro, un’autonomia elettrica di oltre 500 chilometri e un tempo di ricarica inferiore ai 20 minuti.

Con la sua gamma elettrica, Kia intende proporre sul mercato due diverse tipologie di veicoli per soddisfare le molteplici esigenze dei clienti, puntando su capacità di ricarica differenziate (400V/ 800V), con modelli più prestazionali da un lato e con prezzi più accessibili dall’altra.

Kia risponderà alla crescente richiesta globale di modelli elettrici con una strategia fortemente market-oriented, che considera quindi le differenze fra Paese e Paese in materia di regolamentazione ambientale, politiche locali, incentivi, infrastrutture e altro.

La proposta elettrica di Kia si concentrerà soprattutto su quei Paesi che adottano politiche e regolamentazioni più restrittive in termini di emissioni, consumi ed efficienza, come Corea, Nord America, Europa e altri mercati con standard altrettanto rigorosi. Una gamma completa di veicoli elettrici Kia sarà disponibile quindi entro il 2025, con l’obiettivo di raggiungere una quota del 20% di vendite di EV nei mercati più sviluppati.

Nei mercati emergenti, Kia si concentrerà maggiormente sulla vendita dei modelli con motore a combustione interna, monitorando al contempo l’eventuale richiesta di veicoli elettrici.

Grazie allo sviluppo dell’innovativa architettura condivisa dalla futura gamma EV, Kia sarà in grado di pianificazione, sviluppare e produrre l’offerta elettrica massimizzando il valore per il cliente, rispondendo alle richieste del mercato sin dalle prime fasi di pianificazione del prodotto.

Grazie a queste innovazioni di processo, che consentono lo sviluppo efficiente in termini di costi e tempo di una vasta gamma di modelli elettrici, Kia prevede di rafforzare la propria competitività sul mercato.

Attraverso altri investimenti strategici e collaborazioni sul fronte innovazione Kia punta all'internalizzazione delle tecnologie e al rafforzamento delle infrastrutture necessarie allo sviluppo della mobilità elettrica.

Nel maggio scorso è partita la collaborazione con il produttore croato di veicoli elettrici Rimac Automobili; a settembre invece si è inaugurato l’investimento nel progetto IONITY, società impegnata nella costruzione di infrastrutture di ricarica ad alta velocità. La collaborazione con IONITY in particolare consentirà a Kia di essere fra i principali attori automotive impegnati nello sviluppo delle infrastrutture di ricarica ad alta velocità in Europa e in altri importanti Paesi.

**Nuovi servizi di mobilità; il business dei PBV**

Kia diversificherà la propria attività con l’obiettivo di offrire servizi di eco-mobilità incentrati sulla guida elettrica e autonoma nelle principali città del mondo. Per la prima volta entrerà anche nel mercato dei Purpose Built Vehicle (PBV) dedicati alla mobilità urbana, dove la domanda si annuncia in forte crescita grazie alla massiccia diffusione di e-commerce e car sharing.

In alcune delle più grandi città del mondo, selezionate fra quelle più attivamente impegnate nella lotta ai cambiamenti climatici e nella diffusione dei veicoli elettrici, Kia collaborerà con diversi partner locali per creare dei Mobility Hub che ospiteranno delle stazioni di ricarica, ovvero dei centri dedicati al supporto tecnico e funzionale per la mobilità elettrica.

Questi Mobility Hub potranno essere utilizzati come stazioni intermodali di scambio tra veicoli elettrici e veicoli a motore a combustione interna, specie quando a questi ultimi è vietato l’ingresso in determinate aree urbane come nel caso delle ZTL (previsione di un futuro sempre più restrittivo per quest’ultime). A lungo termine, grazie ai Mobility Hub Kia, l’obiettivo sarà anche quello di gestire nuovi modelli di mobilità come i robotaxi a guida autonoma e altre forme di trasporto innovativo.

Kia ha recentemente intensificato la collaborazione con aziende che si occupano di mobility solutions sparse in diversi Paesi del mondo. A titolo esemplificativo, nel 2018 Kia ha investito in Grab, la più grande azienda di servizi di trasporto passeggeri, food delivery e soluzioni di pagamento del Sud-Est asiatico; nel marzo scorso analoga operazione è stata finalizzata su Ola, una società indiana che offre ridesharing peer-to-peer, inclusi servizio di trasporto passeggeri, taxi, food delivery e altri servizi di mobilità. Kia ha costituito una joint venture di servizi di car-sharing con WiBLE, brand appartenente a Repsol, la principale società energetica spagnola. Lanciata a Madrid il settembre scorso, la collaborazione prevede che WiBLE gestisca 500 Kia Niro Plug-in Hybrid con la formula del free floating, servizio di sharing che consenta agli utenti di noleggiare e restituire liberamente i veicoli nell'area prescelta. WiBLE è uno dei servizi di car sharing di maggior successo in Europa, con oltre 130.000 utenti registrati.

Kia - come parte di Hyundai Motor Group - ha firmato un accordo di joint venture a settembre 2019 con Aptiv, azienda leader a livello mondiale specializzata nello sviluppo di soluzioni di guida autonoma. Questa collaborazione è strategica per velocizzare lo sviluppo di tecnologie chiave per la guida autonoma di livello 4 e livello 5, indispensabili per affrontare le future soluzioni di mobilità.

Grazie infatti a questa joint venture, Kia svilupperà una piattaforma dedicata alla guida autonoma entro il 2022, avviando numerose sperimentazioni già a partire dal 2023. La produzione commerciale è prevista nella seconda metà del 2024 con l’obiettivo di fornire la piattaforma a costruttori automotive e società di servizi di mobilità.

Ma la mobilità individuale non è il solo obiettivo di Kia, in futuro sempre più impegnata nel settore dei PBV, Purpose Built Vehicle dedicati a vari servizi di trasporto.

La domanda dei clienti corporate nei settori dei trasporti, della logistica e della distribuzione dovrebbe crescere in modo significativo nel prossimo decennio. Attualmente rappresentano solo il 5% della domanda automobilistica globale, ma si prevede che i clienti cresceranno al 25% entro il 2030 grazie alla diffusione dei servizi di e-commerce e ride-sharing.

**Kia concentrerà i suoi sforzi nell’ottica di migliorare e sviluppare i Purpose Built Vehicle.**Passando attraverso un periodo di transizione con l’impiego di veicoli esistenti come E-Niro ed E-Soul, Kia intende implementare lo sviluppo di PBV mirati a un target specifico, come i veicoli destinati al car-sharing, alla logistica, incluse soluzioni di trasporto per la consegna di merci deperibili dotate di apparecchiature di raffreddamento e refrigerazione.

Lo sviluppo personalizzato di PBV aprirà nuove forme di business per Kia, che concentrerà la nuova attività su veicoli elettrici e a guida autonoma sfruttando la piattaforma modulare integrata skateboard che permetterà lo sviluppo di veicoli per la consegna urbana senza conducente di dimensioni ridotte e di robotaxi.

La piattaforma skateboard pensata per i futuri PBV prevede un pacco batteria piatto montato in posizione ribassata e un motore elettrico compatto, una soluzione che consente di adottare facilmente carrozzerie diverse in base alle esigenze degli utenti e alla funzione richiesta dal veicolo.

Nel caso dei Purpose Built Vehicle, garantire la competitività dei costi è un fattore fondamentale. Per questo Kia collaborerà attivamente con diversi players, oltre a definire un team di sviluppo e un sistema di produzione dedicati.

**Investimenti: 29 trilioni di won entro il 2025**

In occasione del CEO Investor Day a Seul, Kia ha rivelato la strategia finanziaria e di investimento a medio-lungo termine, incluso un piano per aumentare la redditività attraverso la transizione verso un modello di business aziendale evoluto.

Kia prevede di investire un totale di 29 trilioni di won entro la fine del 2025, raggiungere un margine di profitto operativo del 6% e ottenere un Return on common equity (ROE) del 10,6%.

Gli investimenti necessari alla transizione verso l’elettrificazione e la guida autonoma e verso i futuri servizi di mobilità saranno sostenuti da un canto grazie a nuove strategie finanziarie e dall’altro grazie alla progressiva riduzione della complessità produttiva. Kia intende concentrare così gli investimenti sui veicoli elettrici e autonomi per consolidare la sua leadership globale e concentrarsi nei business futuri.

In particolare Kia intende concentrare le sue risorse sul rafforzamento delle capacità tecnologiche e sull'esplorazione di nuove attività, obiettivi realizzabili attraverso l’open innovation e diverse sinergie con attori esterni.

Nel corso dei prossimi due o tre anni, un periodo durante il quale Kia continuerà a proporre sul mercato nuovi modelli di successo come Sorento e Sportage, gli sforzi si concentreranno sul miglioramento della propria redditività attraverso ottimizzazioni del proprio mix di vendita. La percentuale di vendita dei SUV, che attualmente rappresenta il 50% di tutti i modelli, dovrebbe salire al 60% entro il 2022, (il dato esclude il mercato cinese).

In India Kia continuerà la penetrazione nel quarto mercato automobilistico più grande del mondo. Dopo il successo, l’anno scorso, dell'inaugurazione dello stabilimento Kia Motors India di Andhra Pradesh e l'introduzione del SUV Seltos, Kia intende continuare la sua strategia di crescita in questo Paese aggiungendo nuovi modelli di RV (Recreational Vehicle). Questo consentirà alla fabbrica di raggiungere la capacità produttiva di 300.000 unità all'anno entro il 2022.

In Cina, l'obiettivo a medio-lungo termine di Kia è rafforzare la sua competitività, fattore fondamentale per creare un circolo virtuoso di innovazione del brand attraverso una maggiore produzione e vendita. Fra i punti l'aumento dell'efficienza, l’inserimento di modelli strategici e il miglioramento della competitività dei concessionari per aumentare la redditività.

Allo stesso tempo, l’attività di Complete Knock Down (CKD), prevalente nei mercati emergenti in Asia-Pacifico, Medio Oriente e Africa, Russia e Centro e Sud America, sarà aumentata a 300.000 unità entro la fine del 2023, dalle attuali 80.000.

L'aumento dei volumi di vendita nei mercati emergenti è un fattore determinante nel miglioramento della redditività. Con linee di produzione razionalizzate, costi di sviluppo ridotti, specifiche ottimizzate e altri miglioramenti, i volumi di vendita dei veicoli con motore a combustione interna nei mercati emergenti cresceranno fino a 1,05 milioni di unità nel 2025, dalle attuali 770.000 unità (esclusa la Cina).

**2025, la strategia finanziaria**

|  |  |
| --- | --- |
| Aumento della redditività | * Nuovi cicli produttivi e increment segmento SUV
* Accelerazione della penetrazione nel mercato indiano e ampliamento della capacità produttiva a 300.000 unità
* Nuove azioni e strumenti per il mercato cinese
* CKD, 300.000 unità nei mercati emergent entro il 2023
* Aumento dei veicoli a combustione interna sui mercati emergenti; 1,05 milioni entro il 2025
* Garantire la redditività dei veicoli elettrici
 |
| Più valore per gli azionisti | * Breve termine: dividendo al 25-30%
* Medio-lungo termine: nuove strategie per le azioni
* ROE al 10,6% a livello globale
 |

**Kia Motors Corporation**

Fondata nel maggio del 1944, Kia Motors Corporation (www.kia.com) è stato il primo produttore di autoveicoli in Corea. Oggi Kia vende oltre 3 milioni di veicoli l'anno in 190 Paesi, con oltre 52.000 dipendenti in tutto il mondo, ricavi annui superiori a 49 miliardi di dollari e stabilimenti produttivi in 5 Paesi. Kia è Main sponsor dell'Australian Open, Official automotive partner della FIFA, Partner ufficiale della UEFA Europa League e Main partner della League of Legends European Championship 2019. Lo slogan del brand, "The Power to Surprise", rappresenta l’impegno globale di Kia nel sorprendere il mondo, con prodotti che riflettono l’approccio entusiasmante e stimolante, in grado di offrire un’esperienza oltre le aspettative

Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito Kia Motors Global Media Center: www.kianewscenter.com