**Contatti:**

Francesco Cremonesi Cristina Nichifor

PR & Brand Experience Deputy Manager PR Specialist

T. +39 3351207396; +390233482180 T: +39 02 33482 183; +39 366 6327001

E. [francesco.cremonesi@kia.it](mailto:francesco.cremonesi@kia.it) E: [cristina.nichifor@kia.it](mailto:cristina.nichifor@kia.it)

NEWS

**Kia Italia   
inaugura l’Energy House a Roma,  
il primo brand store dedicato al futuro  
dell’elettrificazione e della mobilità sostenibile**

* **L’Enel X Store di Corso di Francia a Roma vestirà i colori di Kia per ospitare il primo pop up store dove vivere un’esperienza di brand a tutto tondo**
* **Contenuti digitali, vetture in test drive e tutto quello che c’è da sapere sul futuro di Kia e la sua trasformazione in sustainable mobility solutions provider saranno a disposizione dei clienti dello store**
* **Quello di Roma è il primo spazio urbano nelle grandi città inaugurato dalla global business line innovativa di Enel che consente di conoscere le soluzioni di efficienza energetica di Enel X**
* **Lo spazio affianca la stazione di ricarica per auto elettriche di Enel X Way, la nuova global business line dedicata alla mobilità elettrica, dove è possibile fare il pieno di energia in pochi minuti**

**Febbraio 2023** – Kia Italia inaugura il primo brand store del marchio a Roma all’interno dell’Enel X Store di Corso di Francia, il più grande tra quelli inaugurati in Italia dalla global business line innovativa di Enel. L’operazione rientra nell’insieme di tutte le attività strategiche che Kia Italia sta attuando per il riposizionamento del proprio brand e nella sua trasformazione da car maker tradizionale a vero e proprio sustainable mobility solutions provider. La presenza di Kia presso lo store di Corso Francia si inserisce in un contesto ideale anche per far conoscere offerte e servizi per chi guida elettrico e le soluzioni di ricarica presenti all’esterno dello store gestite da Enel X Way, la nuova global business line di Enel dedicata alla mobilità elettrica. Si tratta di 6 punti di ricarica HPC (High Power Charging) con una potenza fino a 350 kW, di WayPole per la ricarica in AC da 22 kW + 22 e di un WayMedia, l’innovativo pannello digitale integrato da due WayBox.

La Energy House di Roma – questo il nome scelto – è la location perfetta per parlare di elettrificazione a tutto tondo, conoscere da vicino i prodotti di Kia e le soluzioni di Enel nonché vivere una brand experience immersiva dei due brand. Per l’occasione gli spazi interni dello store sono stati rimodulati da Enel X coinvolgendo il cliente nella ridefinizione del concept dello store con un protocollo sperimentale di ricerche che ha permesso di co-creare uno spazio a misura dei suoi bisogni. A partire dall’area esterna allo store che da un luogo di passaggio si è trasformata in un luogo di sosta con ampio utilizzo di materiali naturali e di aree verdi che favoriscono il confort ambientale e l’incremento della biodiversità, generando un impatto positivo e diretto sia sui servizi ecosistemici che sul benessere umano.

“L’obiettivo del nostro marchio è conquistare la leadership nel campo della mobilità elettrica e poter siglare un accordo per la realizzazione della Energy House insieme al Gruppo Enel, un motivo di orgoglio e soddisfazione – spiega l’Amministratore Delegato di Kia Italia Giuseppe Bitti – Lo store non deve essere visto o vissuto come un normale autosalone, entrando nella Energy House di Roma, il potenziale cliente avrà l’opportunità di scoprire a fondo chi è Kia, quali sono le sue ambizioni e scoprire la visione del gruppo all’interno del panorama del futuro della mobilità”

“Siamo contenti che un partner importante come Kia abbia scelto l’Enel X Store di Roma per aprire il primo temporary store italiano del marchio” ha dichiarato Augusto Raggi, Responsabile Enel X Italia “Questo spazio è nato da un progetto importante di riqualificazione di un’area urbana abbandonata con l’obiettivo di restituire alla comunità un luogo di socialità e innovazione e sin da subito è diventato un punto di riferimento per conoscere da vicino l’ecosistema integrato di Enel X. Per questo motivo vogliamo continuare a offrire i migliori servizi di efficientamento e risparmio energetico accelerando il processo di sostenibilità per tutti i nostri clienti”

"La presenza di Kia all’interno dello store di Corso Francia è un’opportunità in più per far conoscere a chi guida elettrico i servizi, le soluzioni e le tecnologie avanzate di Enel X Way per la ricarica delle vetture elettriche” ha dichiarato Federico Caleno, Responsabile Enel X Way Italia “Oggi ci troviamo nella prima stazione urbana di ricarica ad altissima potenza nata in Italia, realizzata per dare un impulso deciso alla diffusione della mobilità elettrica in tutto il Paese. Recentemente ne abbiamo inaugurata un’altra a Roma a pochi passi da qui dimostrando quanto in questa fase sia essenziale investire su stazioni ultrafast che rendono i tempi di ricarica rapidissimi”

E le ambizioni di Kia in tal senso sono più che considerevoli: entro la fine del 2027, Kia prevede di offrire una gamma completa di 14 modelli elettrici. A livello mondiale 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. 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.

Dal lancio del nuovo brand con una cerimonia in mondovisione nella baia di Incheon in Korea a gennaio 2021, Kia ha presentato dapprima il nuovo logo aziendale per poi snocciolare tutti i principi alla base della nuova brand identity e la Energy House di Roma non è che l’ultimo capitolo di questo processo di evoluzione e trasformazione.

“Movement that inspires è la nuova missione di Kia che pone al centro il movimento come elemento basilare dello sviluppo umano. Il movimento consente alle persone di conoscere luoghi, incontrare persone diverse, vivere nuove esperienze e quindi arricchirsi. Questo intreccio è l'essenza della nuova filosofia di Kia: consentire il progresso umano fornendo spazi in auto innovativi, nuovi entusiasmanti prodotti, nonché servizi, che soddisfino ed ispirino i clienti e consentano loro di avere più tempo per le proprie passioni – spiega il Marketing Communication & CRM Director di Kia Italia, Giuseppe Mazzara - L’inaugurazione della Energy house di Roma per noi rappresenta proprio questo, un luogo che sia capace di esprimere i valori del nostro brand ed ispirare i potenziali clienti che lo visiteranno”.

La Energy House di Roma è in Corso di Francia 212 a Roma. La presenza di Kia all’interno dello store di Enel X di Roma continuerà fino alle fine del mese di giugno.

# # #

**Kia Corporation**

*Kia Corporation (*[www.kia.com](http://www.kia.com/)*) è un provider di soluzioni di mobilità a livello mondiale che cerca di ispirare i propri clienti attraverso il movimento. Fondata nel 1944, Kia è attiva nel settore della mobilità da oltre 75 anni. Con 52.000 dipendenti in tutto il mondo, una presenza in oltre 190 mercati e stabilimenti di produzione in sei paesi, l'azienda vende oggi circa tre milioni di veicoli all'anno. Kia sta guidando la diffusione dei veicoli elettrici a batteria ed elettrificati e sta sviluppando una gamma crescente di servizi di mobilità, incoraggiando milioni di persone in tutto il mondo a esplorare e sperimentare le migliori soluzioni per spostarsi. Il nuovo slogan del marchio Kia "**Movement that inspires ", viene posto al centro di un manifesto che riflette la nuova missione di Kia: ispirare e stimolare i consumatori attraverso l’esperienza di prodotti e servizi forniti dal brand.*

*Per maggiori informazioni, visitate il Kia Global Media Center* [*www.kianewscenter.com*](http://www.kianewscenter.com)