



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia arrive en tête de l'étude V.D.S. 2022 de J.D. Power sur la fiabilité des véhicules

- **Première fois dans l'histoire de cette étude de J.D. Power qu'une marque non premium s'empare de la première place du classement général,**
- **Kia gagne deux places, passant de la troisième position en 2021 à la première en 2022, toutes marques confondues (généralistes et premium),**
- **Les clients ont signalé moins de problèmes avec les véhicules Kia qu'avec les véhicules des 31 autres marques étudiées,**
- **Le Kia Sorento est arrivé en tête de la catégorie des « SUV de taille moyenne supérieure » pour la deuxième année consécutive,**
- **Toutes les marques de Hyundai Motor Group ont progressé au classement, avec respectivement deux places de gagnées pour Kia et quatre pour Hyundai et Genesis.**

Rueil-Malmaison, 15 février 2022 – Les clients de Kia ont classé la marque en tête de l'étude 2022 de J.D. Power sur la fiabilité des véhicules (Vehicle Dependability Study – V.D.S.) aux États-Unis, en signalant moins de problèmes que les clients des 31 autres marques étudiées. C'est la deuxième année consécutive que Kia décroche la première place dans la catégorie des marques généralistes, mais c'est la première fois dans l'histoire de cette étude qu'une marque non premium arrive en tête du classement général.

Le classement de cette étude J.D. Power V.D.S. se fonde sur le nombre de problèmes signalés par 100 propriétaires d'un modèle au cours des 12 derniers mois d'utilisation de leur véhicule âgé de 3 ans, à la différence de l'étude J.D. Power Initial Quality Study (I.Q.S.), qui se base sur les 90 premiers jours de possession du véhicule.

Les clients ont classé Kia devant toutes les autres marques généralistes et premium, lui attribuant un score PP100 (problèmes pour 100 véhicules) de 145, soit 47 points de moins que la moyenne du secteur. Le Kia Sorento est arrivé en tête de la catégorie des « SUV de taille moyenne supérieure » pour la deuxième année consécutive.

Kia constitue l'une des trois marques de Hyundai Motor Group, qui a décroché d'excellents scores PP100 dans l'ensemble. L'année dernière, Kia s'était classée en troisième position parmi les marques généralistes et premium, et cette année, elle est arrivée en tête du classement après avoir gagné deux places. Genesis, la marque premium du Groupe, a été élue meilleure marque premium et a décroché la quatrième place de l'étude, se classant juste derrière son cousin Hyundai arrivé en troisième position.

Movement that inspires



Lors de son étude 2022, J.D. Power a interrogé 29 487 clients de 32 marques automobiles différentes aux États-Unis. Seuls les acheteurs et locataires de véhicules et d'utilitaires légers année-modèle 2019 immatriculés pour un usage privé ont été pris en compte. Cette année, l'étude a introduit de nouveaux critères particulièrement exigeants, ce qui a fait bondir le nombre de problèmes signalés de 59% par rapport à 2021, la moyenne des scores PP100 ayant grimpé de 121 à 192.

###



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

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 44 215 véhicules sur l'année 2021 (+ 13,2% vs 2020 et 2,7% 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 e-Niro, Sportage, Stinger, Sorento et EV6) 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.

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. Sur le continent européen, Kia a signé jusqu'en 2021 un partenariat avec l'UEFA Europa League.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie. La marque a renouvelé son partenariat jusqu'en 2023. 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