



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

REVEAL 9 : Kia France crée une expérience client inédite à l'occasion du lancement EV9

- Kia France a conçu une expérience client inédite pour accompagner le lancement de EV9, premier SUV 7 places 100% électrique de la marque,
- L'expérience client mise en place se veut à l'image du tout nouveau SUV, innovante, audacieuse et connectée,
- En s'inscrivant sur le portail web dédié, les personnes intéressées par EV9 tenteront leur chance pour acquérir l'un des NFT EV9 qui leur donnera l'opportunité de prétendre à des expériences exclusives,
- Les neuf expériences permettant de découvrir de l'intérieur le lancement de EV9 seront attribuées entre septembre et décembre 2023.

Rueil-Malmaison, le 25 août 2023 – Pour accompagner le lancement de Kia EV9, Kia France a imaginé une activation mêlant virtuel et réel à travers la création de NFT faisant écho aux caractéristiques technologiques et innovantes de EV9 : **REVEAL 9**. Une façon de repenser la relation client entre la marque et son audience, à l'heure du Web3.

En s'inscrivant sur le portail web dédié, les personnes intéressées par EV9 tenteront leur chance pour acquérir l'un des NFT EV9 qui leur donnera l'opportunité de prétendre à des expériences exclusives. Plus de 500 NFT sont mis en jeu, sachant que les neuf facettes de chaque NFT, chacune rattachée à une expérience de marque, se dévoilent les unes après les autres, constituant ainsi des étapes clés pour vivre un moment privilégié, à la découverte de Kia EV9. L'accès en avant-première, se fera notamment à l'occasion des événements suivants :

- **Grande soirée de lancement EV9 à Paris**, pour un moment d'exception au cœur du Bois de Boulogne ;
- **Finales du League of Legends EMEA Championship (LEC)**, dont Kia est partenaire depuis cinq ans ;
- **Test-drives EV9 en avant-première**, pour être guidé dans la prise en main du nouveau SUV 100% électrique sophistiqué et robuste.

Le visuel inspirant et futuriste traduit parfaitement le slogan de l'activation « **REVEAL 9** : Quand le virtuel ouvre les portes du réel ». L'univers coloré aux portes de l'imaginaire et du metaverse met en lumière le véhicule aux lignes acérées émanant d'un smartphone.



« L'activation **REVEAL 9** ou *Quand le virtuel ouvre les portes du réel s'inscrit pleinement dans notre nouvelle stratégie en ce que les expériences de marque ont été pensées par rapport aux prospects et futurs clients EV9. Je suis fier du travail mené par les équipes qui ont su illustrer les atouts de EV9 et nos valeurs, à travers une activation innovante et immersive, à même d'inspirer les participants* », **explique Olivier Bouelharrag, Directeur Marketing de Kia France.**

Les participants sont invités à s'inscrire dès maintenant pour vivre cette expérience unique à la découverte de EV9, aux frontières du réel et du virtuel en se rendant sur [le portail web dédié](#). Les neuf expériences exclusives seront attribuées entre septembre et décembre 2023.

###





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 46 226 véhicules sur l'année 2022 (+ 4,5% vs 2021 et 3% de part de marché). Kia France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 11 modèles (Picanto, Rio, e-Soul, 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 214 points de vente.

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