



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# Kia dévoile un camouflage exclusif pour son tout premier pickup baptisé Tasman

- Un habillage sur mesure créé en collaboration avec l'artiste Richard Boyd-Dunlop dissimulera la silhouette du nouveau Kia Tasman jusqu'à sa présentation officielle,
- Kia a publié une courte vidéo présentant l'inspiration stylistique du concept de camouflage du Tasman ainsi qu'une interview de l'artiste,
- Le lancement du tout premier pickup Kia du segment C est prévu pour 2025, et ce modèle sera progressivement déployé sur plusieurs marchés clés dont la Corée du Sud, l'Australie, l'Afrique et le Moyen-Orient.

Rueil-Malmaison, le 24 avril 2024 — Kia a dévoilé un camouflage directement inspiré de l'Australie pour son nouveau pickup, le très attendu Kia Tasman. Le patronyme choisi par Kia pour son tout premier modèle de pickup vise à rendre hommage à la beauté sauvage et à l'esprit pionnier de la Tasmanie, île située à l'extrême sud de l'Australie.

Développé en collaboration avec Richard Boyd-Dunlop, célèbre artiste originaire d'Australie et de Nouvelle Zélande, autour de la thématique 'The Path Never Taken' / (Le chemin jamais emprunté), ce camouflage exclusif reflète l'esprit baroudeur du Kia Tasman.

Clairement influencé par la beauté sauvage des paysages australiens, ce graphisme exclusif symbolise un voyage inspirant le long des côtes australiennes et au cœur de l'outback. Le design saisissant de cet habillage extérieur s'inspire des aventures de Richard Boyd-Dunlop, qui a traversé toute l'Australie en stop à l'arrière de pickups.

« *Le pickup Tasman incarne l'engagement de Kia en faveur du design et de l'innovation, ainsi que son esprit d'aventure. Avec le soutien de l'équipe de design de Kia, Richard Boyd-Dunlop a su créer un motif de camouflage unique, qui dépeint un voyage tout en reflétant le caractère résolument aventurier du Tasman* », **explique Karim Habib, Vice-Président exécutif et Directeur mondial du Design de Kia.**

Ce concept du « chemin jamais emprunté » témoigne de l'esprit baroudeur du Kia Tasman, qui incitera les clients à partir à l'aventure et à la découverte du monde à bord d'un véhicule privilégiant la fiabilité et la performance. Porté par cette thématique, le Kia Tasman conduira ses occupants vers des paysages inconnus et magnifiques.



« Ce design résonne en moi car il fait directement écho à mes propres expériences de voyage à travers l'Australie et aux rencontres que j'ai pu y faire », **déclare Richard Boyd-Dunlop**. « Ces expériences ont une grande influence sur mon travail, et le Kia Tasman m'a permis de poursuivre dans cette voie, en représentant ce sentiment de connexion et de joie, et ce sens de l'aventure inhérents à la culture australienne. »

Célèbre pour son style artistique unique et sa capacité à combiner différents supports pour créer des œuvres collaboratives visuellement audacieuses et puissantes, Richard Boyd-Dunlop a intégré des éléments de la terre et de la mer dans le dessin exclusif du camouflage du Kia Tasman. Cet habillage allie les teintes chaudes de l'outback avec des bleus intenses qui rendent hommage à la culture australienne du surf.

Le Tasman, dont le lancement est prévu pour 2025, marque les débuts de Kia sur le segment C des pickups. La marque adoptera une stratégie de déploiement progressif à l'échelle mondiale qui ciblera plusieurs marchés clés dont la Corée du Sud, l'Australie, l'Afrique et le Moyen-Orient. En plus de remplir son rôle de pickup à vocation utilitaire, le Tasman est conçu pour répondre aux besoins personnels des clients. Adapté aux styles de vie les plus actifs, ce pickup Kia polyvalent accompagnera les clients dans toutes leurs activités de loisirs, même les plus extrêmes.

Dans le cadre de la présentation du camouflage du Tasman, [Kia a publié une courte vidéo révélant tous les détails complexes et les sources d'inspiration stylistique de ce concept d'habillage totalement exclusif](#).

###

**Service de presse de Kia France**

**Clara Pierné.**

Chargée des Relations Presse [c.pierne@kia.fr](mailto:c.pierne@kia.fr) – 06 07 88 65 03

**Xavier Domenech-Cabaud.**

Chef du Service Relations Presse & Publiques [x.domenech@kia.fr](mailto:x.domenech@kia.fr) – 06 86 37 66 67

**Agence de Relations Presse - Le Public Système PR -** [kiapr@lepublicsysteme.fr](mailto:kiapr@lepublicsysteme.fr)

**Anatole Teurcq.** [ateurcq@lepublicsysteme.fr](mailto:ateurcq@lepublicsysteme.fr) - 06 58 13 90 97

**Sandrine De Sousa.** [sdesousa@lepublicsysteme.fr](mailto: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 ligue 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*