



Communiqué de presse  
Rueil-Malmaison, le 26 septembre 2019

## Kia Motors propose aux fans de football plusieurs programmes attractifs dans le cadre de l'UEFA Europa League 2019/2020



- Kia Motors Corporation lance plusieurs opérations marketing d'envergure destinées à établir un lien encore plus étroit entre les fans de football et leur sport durant la saison 2019/2020 de l'UEFA Europa League,
- Kia reconduit ses programmes destinés à la jeunesse dont l' « Europa League Trophy Tour » et le « Porteur du ballon officiel »,
- De prestigieux clubs de football européens vont s'affronter en vue de décrocher leur place pour la finale de l'UEFA Europa League qui se tiendra à Gdansk en Pologne le 27 mai 2020.

En tant que partenaire officiel de la saison 2019/20 de l'UEFA Europa League, Kia Motors Corporation a initié toute une série d'opérations marketing aussi originales que captivantes dans le but de décupler la passion des fans en Europe et dans le monde entier.

Sous le slogan « **Empowering Fans** » (donnons le pouvoir aux fans), Kia, en collaboration avec l'UEFA Foundation for Children, conduit le programme « **UEFA Europa League Trophy Tour Driven by Kia** », une initiative d'envergure européenne visant à donner la chance aux fans d'admirer de plus près le trophée mythique de la compétition et de rencontrer quelques-unes de ses figures emblématiques. Dans le cadre de ce programme, les fans sont invités, à chacune des étapes de la tournée européenne du trophée, à faire don de leurs chaussures de football inutilisées, lesquelles seront collectées, nettoyées et

envoyées aux enfants du camp de réfugiés de Zaatari en Jordanie. Une rétrospective de l'édition 2018/2019 du programme « **UEFA Europa League Trophy Tour Driven by Kia** » est disponible en vidéo à l'adresse suivante : <http://tiny.cc/57nzcw>.

Parallèlement à cette animation, Kia reconduit également son programme « **Porteur du ballon officiel** », visant à offrir à de jeunes fans du football européen, âgés de 8 à 12 ans, l'occasion unique de participer aux cérémonies d'avant-match de chacune des 205 rencontres de la saison. Tous ces enfants auront l'honneur de débiter un match en entrant sur le terrain aux côtés de l'arbitre, des officiels et des joueurs, tout en tenant le ballon officiel du match.

*« Nous sommes ravis de participer au coup d'envoi de la saison 2019/20 de l'UEFA Europa League, et les opérations marketing que nous lançons au niveau local et mondial permettront non seulement aux fans de football d'occuper le devant de la scène pendant toute la saison, mais donneront également la possibilité à la marque Kia de créer un lien plus intime avec les fans de football à travers le monde »*, explique **Artur MARTINS, Vice-Président et Directeur Marketing de Kia Motors Corporation**.

La phase de poules de la saison 2019/20 de l'UEFA Europa League (UEL) - plus grande compétition de football professionnel interclubs au monde - a débuté aujourd'hui avec 24 confrontations dans toute l'Europe. Cinquante-six clubs issus de plus de 25 pays européens disputeront au total 205 matches au cours des neuf prochains mois, dont ceux opposant les équipes qualifiées pour la phase à élimination directe.

De prestigieux clubs tels que Manchester United, l'AS Roma, le FC Séville et le PSV Eindhoven tenteront de décrocher leur place pour la finale de l'UEFA Europa League qui se déroulera à Gdansk en Pologne le 27 mai 2020. Le vainqueur de la saison 2019/20 succédera au Chelsea FC, le club couronné lors de l'édition 2018/19 après sa victoire contre Arsenal FC à Bakou en Azerbaïdjan.

Autre opération marketing organisée et parrainée en exclusivité par Kia : le jeu en ligne [UEL Fantasy 5 Driven by Kia](http://www.uefa.com) (www.uefa.com). Également disponible en tant qu'application mobile officielle de l'UEFA Europa League, ce jeu permet aux fans de football de prédire les meilleurs joueurs de chaque journée de compétition et d'accumuler des points en fonction de leurs performances (buts inscrits, passes décisives, etc.), des points qui seront ensuite convertis en prix.

Par ailleurs, toute une série d'opérations visant à faire gagner des places pour les matchs de la compétition seront organisées en ligne et dans certaines concessions européennes de la marque tout au long de la saison 2019/2020.

---

#### **Service de presse de Kia Motors France**

**Maryne Nojac**. Chargée des Relations Presse [m.nojac@kia.fr](mailto:m.nojac@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)

**Pauline Potiron** - [ppotiron@lepublicsysteme.fr](mailto:ppotiron@lepublicsysteme.fr) - 07 88 58 16 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 clientèle reste ainsi la première préoccupation de Kia.

### **Kia Motors Corporation**

Kia Motors est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondée en 1944, Kia fait partie intégrante de Hyundai Motor Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia vend aujourd'hui environ 3 millions de véhicules chaque année dans 190 pays, le constructeur possède des unités de fabrication et d'assemblage réparties dans 5 pays et emploie plus de 52 000 personnes à travers le monde. Kia réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 49 milliards de \$.

**Kia Motors France** est la filiale française de Kia Motors Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 42 313 véhicules sur l'année 2018 (+13,6 % de progression vs 2017 et 1,95 % de part de marché). Kia Motors 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, Optima, Stinger et Sorento) allant de la petite voiture citadine au grand 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 212 points de vente.

**« Kia partenaire de vos plus belles émotions »**

### **Football**

Kia est très présent dans les compétitions de football internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'un des partenaires officiels 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 logo Kia**

Doté d'un dessin en trois dimensions, l'emblème de Kia reflète l'image jeune et dynamique de la marque. L'intense couleur rouge suggère la passion pour le soleil et symbolise la forte détermination de Kia d'avancer de façon enthousiaste et divertissante. L'ellipse fine et raffinée du logo symbolise le globe terrestre et fait référence au statut de Kia en tant qu'acteur majeur de l'industrie automobile mondiale.