

Kia Polska Sp. z o.o.

PR Manager: Monika Krzesak

Tel. +48 22 546 40 24, 0601 612 226

e-mail: [monika.krzesak@kia.com.pl](mailto:Monika.krzesak@kia.com.pl)

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 08.02.2021 r.

**Kia świętuje 20 lat współpracy z organizatorem turnieju Australian Open**

**- Kia współpracuje z organizatorem Australian Open już od 2002 roku**

**- Do obsługi tegorocznej edycji turnieju Kia udostępnia 130 aut, które będą służyły do transportu zawodników, działaczy i VIP-ów**

**- fanom tenisa na świecie Kia zaprezentuje nowe logo i nowy slogan marki, wiele atrakcji czeka na kibiców również na miejscu**

Kia Corporation obchodzi dwudziestolecie współpracy z organizatorem turnieju Australian Open – prestiżowego wydarzenia o randze Wielkiego Szlema, odbywającego się w regionie Azji i Pacyfiku, które od lat otwiera sezon turniejów tenisa zimnego.

W niedzielę – jako wyłączny główny partner turnieju rozgrywanego w Melbourne Park – Kia zorganizowała oficjalną ceremonię przekazania samochodów oraz prezentację nowego logo. Wzięli w niej udział m.in. Nick Kyrgios – młody utalentowany reprezentant Australii – oraz Dylan Alcott, australijski gracz w tenisa ziemnego na wózkach inwalidzkich.

Kia przekazała organizatorom turnieju flotę 130 samochodów, w skład której weszły m.in. modele: Carnival, Sorento oraz hybrydowe Niro. Auta marki Kia służyć będą w trakcie turnieju do komfortowego i bezpiecznego przewozu zawodników, działaczy i VIP-ów po rozległym terenie Melbourne Park.

„Przez ostatnie 20 lat Kia – jako zasłużony sponsor Australian Open – zainspirowała do gry w tenisa już miliony fanów prestiżowego turnieju o randze Wielkiego Szlema, którego popularność i znaczenie w świecie tenisa stale rośnie. Jesteśmy naprawdę zaszczyceni i dumni z tego, że od dwóch dekad stanowimy część partnerstwa, które łączy światy sportu i mobilności” – powiedział Artur Martins, wiceprezes i szef działu Global Brand & Customer Experience w Kia Corporation.

„Z niecierpliwością czekamy na rozegranie następnego udanego turnieju, podczas którego po raz kolejny zaproponujemy fanom tenisa bardzo interesujące wydarzenia towarzyszące. Mamy nadzieję, że dzięki oglądaniu Australian Open widzowie na całym świecie chociaż na moment zapomną o wyzwaniach związanych z pandemią COVID-19” – dodał.

Ze względu na pandemię koronawirusa w przebiegu imprezy wprowadzono liczne zmiany, które polegają na m.in. zachowaniu dystansu społecznego i ograniczeniu liczby widzów na trybunach.

Nowe logo i nowy slogan marki Kia – „Movement that inspires” – przedstawione na początku 2021 roku, zostały zaprezentowane 7 lutego w strefie Grand Slam Oval i będą pojawiały się podczas całego turnieju w różnej formie i za pośrednictwem szeregu kanałów cyfrowych, na wielu platformach mediów społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram, Twitter i Weibo oraz podczas aktywności na miejscu, w Melbourne.

Nowe logo marki Kia będzie widoczne w wielu punktach, na przykład, na korcie i na siatce za sprawą wirtualnej projekcji obrazu, w programach telewizyjnych na całym świecie z wyjątkiem Australii, Nowej Zelandii i obu Ameryk. Przez cały czas trwania turnieju, dla podkreślenia ważnej roli marki Kia w jego organizacji, nowe logo będzie również widoczne na banerach reklamowych, flagach i na oficjalnych samochodach.

W wypadku reklamy, w Internecie zaplanowano szereg nowatorskich działań, które zwiększą emocje i radość z oglądania Australian Open. Jedną z kluczowych aktywności jest „Make Your Move”, dzięki której w cyfrowej przestrzeni dostępnej w mediach społecznościowych fani tenisa mogą wirtualnie zagrać z ambasadorem marki Kia na świecie – Rafaelem Nadalem.

Inną atrakcyjną formą reklamy marki Kia jest „Kia-Morphia” – cyfrowy wyświetlacz LED w kształcie prostopadłościanu o szerokości 12 metrów i wysokości 2,6 metra, który znajduje się w strefie Grand Slam Oval. Pojawiać się na nim będą zarówno nowe logo i nowy slogan marki Kia, jak i zdjęcia zelektryfikowanych modeli.

W trosce o bezpieczeństwo uczestników Australian Open, Kia dostarcza także maski wielokrotnego użytku z nadrukowanym logo Kia i Fundacji Rafaela Nadala. Ponadto, Kia połączyła siły z firmą Babolat, która produkuje rakiety tenisowe i odzież sportową. Babolat również jest wieloletnim sponsorem Rafaela Nadala. W ramach współpracy Kia i Babolat, przez cały czas trwania turnieju, na torbie ze sprzętem tenisowym hiszpańskiej legendy tenisa będzie widniało nowe logo marki Kia.

Nowe logo marki Kia zostało zaprezentowane w zeszłym miesiącu wraz z nowym sloganem – „Movement that inspires” – i z nową strategią na przyszłość. Wynika z niej, między innymi, że Kia stopniowo będzie zmieniać dotychczasowy model biznesowy oparty na produkcji samochodów na taki, który pozwoli jej stać się dostawcą zrównoważonych rozwiązań z zakresu mobilności przyjaznej dla środowiska oraz liderem zmian i innowacji.

[www.kia.com](http://www.kia.com)