



Nissan et Playstation proposent une expérience en réalité virtuelle lors de la Finale de la Ligue des Champions

En partenariat avec Playstation, Nissan, sponsor automobile officiel de la Ligue des Champions de l'UEFA, proposera aux supporters une expérience unique de conduite en réalité virtuelle à l'occasion de la finale qui se déroulera cette année à Milan.

Au cœur de la fanzone située Piazza Castello, Nissan offre une expérience incroyable en réalité virtuelle immersive qui permettra aux fans de football de découvrir les sensations au volant de la GT-R 2017 dans les rues de Milan.

Sept casques de réalité virtuelle seront à disposition des supporters pour vivre une expérience palpitante dans les rues de la ville, pour arriver finalement au célèbre stade San Siro qui accueillera cette année la finale de la Ligue des Champions.

Les fans de football auront également l'opportunité de vivre l'expérience d'un porteur du célèbre drapeau officiel de l'UEFA dans le rond central du terrain marquant chaque début de match de la compétition. Grâce à une vidéo 360° en réalité virtuelle enregistrée à l'Etihad Stadium de Manchester City lors du quart de finale contre le Paris Saint Germain, les supporters pourront entendre le grondement de la foule au moment de la sortie du tunnel.

Jean-Pierre Diernaz, Vice President Marketing pour Nissan en Europe, a déclaré : « *La finale de la Ligue des Champions à Milan va marquer l'apogée d'une deuxième saison vraiment passionnante en tant que sponsor automobile officiel de la Ligue des Champions de l'UEFA. Lors de cette saison, nous avons fait en sorte que la passion soit au cœur de tout ce que nous avons entrepris pour les fans de football. Depuis nos ambassadeurs surprenant les passants dans la rue, aux supporters foulant la pelouse et portant le drapeau officiel de l'UEFA sur le terrain de San Siro, Nissan a fait le maximum pour que les fans vivent des moments inoubliables* ».

« *La finale à Milan symbolisera le point culminant de cette saison, avec l'affrontement de deux des équipes de football les plus passionnantes. Nous allons non seulement atteindre le sommet de notre deuxième année de partenariat avec l'UEFA, mais ce sera également l'occasion de poursuivre notre ambition. Nissan souhaite continuer d'explorer les dynamiques de l'enthousiasme, notamment via les effets que produisent nos voitures, ou à l'aide de nos autres partenariats dans le monde du sport. Affaire à suivre !* »

À propos de Nissan dans le sport

Le partenariat avec la Ligue des Champions de l'UEFA – le plus important de l'histoire de Nissan – constitue un nouvel exemple de l'implication et de la croissance de la marque dans le domaine des sports internationaux. Celui-ci comprend notamment les parrainages de la Fédération internationale de cricket ICC, des Jeux Olympiques et Paralympiques de Rio 2016 et des équipes olympiques et paralympiques du Brésil, le parrainage officiel des équipes de Colombie et du Mexique dans leurs régions respectives, de l'équipe olympique et paralympique de Grande-Bretagne, de la Coupe d'Afrique des Nations Orange 2013 et 2015, du championnat NCAA de football américain, de la ligue canadienne de football, le partenariat privilégié du Trophée Heisman et le partenariat automobile officiel du City Football Group. Nissan possède un grand nombre d'ambassadeurs sportifs, notamment les médaillés d'or olympiques et paralympiques Usain Bolt, Sir Chris Hoy et Richard Whitehead, les brésiliens Jovane Guissone et Vitor Felipe, et les footballeurs Andrés Iniesta, Thiago Silva, Yaya Touré et Max Meyer.

Pour de plus amples informations concernant nos produits, services et engagements en matière de mobilité durable, veuillez visiter notre site à l'adresse suivante : <http://www.nissan-global.com/EN/>

À propos de Nissan en Europe

Avec la plus forte implantation européenne de tous les constructeurs étrangers, Nissan emploie environ 14 500 personnes en Europe à travers ses centres de design, R&D, production, logistique ainsi que ses activités commerciales et ses opérations de marketing. L'an dernier, l'entreprise a produit dans ses usines au Royaume-Uni, en Espagne et en Russie plus de 635 000 véhicules, dont des minispaces, des crossovers primés, des SUV, des utilitaires et la Nissan LEAF, le véhicule 100% électrique le plus populaire grâce aux 97% de satisfaction enregistrés et aux 95% de clients qui recommanderaient ce modèle à leurs amis. Nissan propose actuellement 24 modèles accessibles et innovants et s'affirme comme la première marque asiatique en Europe.