

## Hyundai : le constructeur automobile le plus impliqué dans le football



- Au niveau mondial avec la FIFA, au niveau européen avec les plus grands clubs dont l'Olympique Lyonnais en France, mais aussi au niveau local via ses distributeurs, Hyundai est le constructeur automobile qui s'implique le plus dans le football.
- En prenant pour modèle son partenariat avec l'OL en France, Hyundai s'est associé au niveau européen en 2018 avec le Chelsea FC au Royaume-Uni, l'Atlético de Madrid en Espagne, l'AS Roma en Italie et le Herta Berlin en Allemagne. Dès 2019, ce plan pan-européen de sponsoring prendra la forme d'une campagne unique centrée sur les fans.

La Garenne-Colombes, le 18/01/2018

### Hyundai et le football : un partenariat mondial sur le long terme

La présence de Hyundai dans le football de haut niveau peut d'ores et déjà être qualifiée d'historique. En effet le constructeur est engagé dans différentes compétitions nationales et internationales depuis près de 20 ans. Figure de proue de cet engagement, son partenariat avec la FIFA depuis 1999.

L'été dernier, lors de la Coupe du monde de la FIFA, Russie 2018, l'exposition de la marque n'a jamais été aussi forte. Et cela va se poursuivre dès l'an prochain avec la Coupe du Monde féminine de la FIFA, France 2019.

### Hyundai et sa dream team européenne

Hyundai a été associé à l'UEFA pendant 18 ans jusqu'en 2017. Désormais, suivant le modèle de partenariat conclut il y a 6 ans avec l'Olympique Lyonnais, l'engagement européen de Hyundai s'appuie sur les meilleurs clubs du continent. Ainsi depuis 2018, cette dream team Hyundai compte en plus de l'OL en France, le

Chelsea FC au Royaume-Uni, l'Atlético de Madrid en Espagne, l'AS Roma en Italie et le Herta Berlin en Allemagne.

Sous forme de contrat pluriannuel, impliquant notamment une présence maillot forte (emplacements différents selon les clubs), les accords qui composent ce plan pan-européen poursuivent plusieurs objectifs :

- une visibilité tout au long de l'année sur la scène européenne pour Hyundai,
- associer la marque à des moments d'émotions et faire grandir durablement sa notoriété,
- collaborer avec des clubs qui partagent le même goût pour l'innovation et les défis.

De la même manière que les clients ont toujours été placés au centre de ses activités automobiles, Hyundai a souhaité que les fans soient positionnés au centre de ses partenariats dans le monde du football. Pour rappel, la marque est à l'origine de la création des Fan Parks dans les grandes compétitions internationales. Avec la même volonté de rapprocher toujours plus les fans de leur sport favori, le plan pan-européen donnera naissance à une campagne unique à destination des fans pour tous les clubs évoluant sous la bannière Hyundai.

Les travaux sont en cours avec les clubs, mais la première activation prendra la forme d'une campagne digitale encourageant les supporters à soumettre des histoires personnelles mettant en lumière leur soutien indéfectible pour leur équipe. Ils pourront partager leurs plus belles histoires et raconter jusqu'où ils sont allés pour supporter leur équipe. Les lauréats désignés chaque mois se verront attribuer différentes récompenses en rapport avec leur club favori : places et produits dérivés du club. À la fin de la saison, un grand gagnant sera sélectionné pour chacun des clubs et invité à participer à un voyage VIP spécial lui permettant à la fois d'assister à un match mais aussi de vivre les expériences Hyundai.

### **L'Olympique Lyonnais : le meilleur exemple d'engagement national**

Sur le championnat de France de football de Ligue 1, les partenariats entre une marque et un club qui durent depuis 6 ans sont rares, et s'arrêtent bien souvent à une simple visibilité. S'il fallait expliquer en une phrase la longévité de l'alliance entre Hyundai Motor France et l'Olympique Lyonnais, ce serait : « gagnant-gagnant ». En effet, Hyundai a la possibilité de capitaliser sur l'exposition grandissante du club pour développer son image de marque, tandis que l'OL peut bâtir des projets (pas seulement sportifs) sur le long terme grâce à l'appui d'un partenariat pérenne avec une marque internationale et 5<sup>ème</sup> constructeur automobile mondial.

« C'est bien parce que notre partenariat est toujours allé au-delà d'une présence sur le maillot de notre logo que nous avons fait le choix de le poursuivre au moins jusqu'en 2020. En effet, nos programmes d'activation nous permettent de développer notre notoriété grâce à une expérience de marque, localement auprès des fans de football et de l'OL mais aussi au niveau national en renforçant la légitimité de la marque Hyundai dans ce sport et notre proximité avec les amateurs et pratiquants. »

**Lionel French-Keogh, Directeur Général Hyundai Motor France**

### **Hyundai au Groupama Stadium : une visibilité accentuée et des activations toujours plus engageantes**

En complément de son réseau et des spots publicitaires, c'est bien entendu son engagement dans le football qui a permis à la marque Hyundai de construire sa notoriété, et en particulier avec l'Olympique Lyonnais depuis la saison 2012/2013.

En plus de valeurs communes, Hyundai Motor France et l'OL partagent une même vision du marketing sportif et du sponsoring. C'est pourquoi les soirs de match, le dispositif déployé par Hyundai au Groupama Stadium mise bien évidemment sur la visibilité (panneautique et exposition de véhicules, plus de 700 par an). Il privilégie avant tout l'expérience avec une multitude d'activations à l'engagement fort. L'ensemble de ces actions sont réunies sous le label #HyundaiExperience :

### **L'accélérateur Hyundai**

Tout simplement la première expérience digitale dans un stade en live avec les supporters ! Ouverte à tout le public, cette course virtuelle se déroule sur l'application Groupama Stadium. Avant la rencontre, le speaker du stade donne le top départ, les participants s'engagent alors dans un sprint, pour faire avancer leur véhicule ils doivent taper le plus vite et le plus régulièrement possible sur leur smartphone. La course est retransmise en direct sur les écrans géants. Le gagnant du jeu est escorté avec la personne de son choix jusqu'aux sièges d'exception Hyundai situés au bord du terrain.

### **Showroom Hyundai**

Il s'agit d'un ensemble d'espaces thématiques au niveau de l'OL Store à l'entrée du stade : **Hyundai Photobooth**, les supporters sont photographiés avec leurs joueurs favoris et repartent avec les clichés ; **OL Quizz**, une borne pour tester ses connaissances sur l'Olympique Lyonnais ; **WRC Simulators**, un simulateur pour prendre le volant de Hyundai i20 Coupé WRC. La saison dernière, ce sont plus de 15 000 apprentis pilotes qui se sont essayés à la conduite en rallye.

### **Parking des 40**

Un parking VIP de 40 places au plus près du stade et ouvert gratuitement à tous les propriétaires de Hyundai. Inscription sur : [www.hyundaiexperience.fr](http://www.hyundaiexperience.fr)

### **#PartagerHyundai**

Pour chaque match à domicile, les internautes peuvent participer à un tirage au sort afin de gagner des places ainsi que le prêt d'un véhicule Hyundai pour se rendre au match avec la personne de leur choix (plus de 1500 personnes transportées sur la saison passée et près de 400 voitures prêtées).

Une opération intéressante à plus d'un titre :

- 16 distributeurs lyonnais et des départements limitrophes participent à ce programme
- 7 personnes sur 10 expriment une intention d'achat à l'issue de l'expérience et près de 2 sur 10 vont jusqu'à l'acte d'achat.
- Il s'agit enfin d'un engagement caritatif car à chaque covoiturage Hyundai Motor France reverse 3€ tous les 5km à l'OL Fondation et Sport dans la Ville pour les aider à financer des projets solidaires. C'est ainsi qu'un chèque de 32 450 € a été remis par Hyundai au titre de la saison 2017-2018.

Inscription sur : [www.hyundaiexperience.fr](http://www.hyundaiexperience.fr)

### **SociOL Room**

Un espace connecté dans le Groupama stadium où des blogueurs invités (une centaine par saison) peuvent interagir avec leur communauté avant, pendant et après le match. Chaque soir, ils génèrent en moyenne plus de 2 millions d'impressions.

### **Les Héros du football**

Si le partenariat avec l'OL reste la figure de proue de l'engagement sportif de Hyundai Motor France, la marque a choisi aussi de supporter le football amateur et récompenser en particulier ceux qui évoluent dans l'ombre : Les Héros du Football.

Ainsi, pour chaque match à l'extérieur de l'OL, le Héros du Football (préalablement inscrit sur le site dédié) qui recevra le plus grand nombre de votes se verra prêter une Hyundai pour se rendre au match. Il se verra également offrir 10 places de match ainsi qu'un kit d'entraînement pour son club. Son engagement et son club seront mis à l'honneur par un reportage en TV et en presse écrite.

### **Hyundai supporter du football féminin**

Au niveau international, le partenariat de Hyundai avec la FIFA engage également la marque dans le football féminin. Et sur la saison 2018-2019 c'est en France que tout se passe, d'abord avec la Coupe du Monde Féminine U-20 (5-24 août 2018 en Bretagne) puis en juin 2019 avec la Coupe du Monde féminine sénior.

Afin d'accompagner ces investissements importants dans le football féminin, Hyundai Motor France a trouvé logique de compléter son partenariat avec l'Olympique Lyonnais en soutenant dès la reprise du championnat l'équipe féminine de l'OL, la meilleure formation européenne du moment. Cette dernière tentera notamment de décrocher en 2018-2019 une sixième Ligue des Champions.

En devenant fournisseur officiel de l'OL féminin (toute l'équipe roulera en Hyundai KONA à partir de janvier 2019), la marque envoie un message fort en faveur de la parité dans le sport mais aussi dans la société en général, et souhaite aider le football féminin à se développer et à sortir de l'ombre que peut lui faire parfois le football masculin.

### **Le programme Clubs Ambassadeurs : l'engagement de Hyundai jusqu'au niveau local**

Hyundai Motor France a souhaité étendre ses investissements dans le football, au niveau local cette fois en donnant la possibilité à ses distributeurs de soutenir leur club. C'est ainsi que le programme ambassadeur est né et permet aujourd'hui à la marque d'être l'une des plus représentées dans le football français.

Ainsi, certains des plus grands clubs français utilisent au quotidien des modèles Hyundai, essentiellement des TUCSON et KONA :

- **L'OGC Nice** depuis juin 2016 en partenariat avec Imac 2
- **L'Olympique de Marseille** depuis juin 2017 en partenariat avec le Groupe Baldassari
- **Le Havre Athletic Club (sections masculine et féminine)** depuis juin 2017 en partenariat avec Imporauto
- **Le Paris Football Club (sections masculine et féminine)** depuis juin 2017 en partenariat avec les distributeurs Bayard Paris 13 et CAP Fournier Corbeil-Essonnes
- **Le Stade Malherbe de Caen** depuis juin 2018 en partenariat avec Trajectoire Automobiles-Groupe Polmar
- **Le Racing Club de Lens** depuis juin 2018 en partenariat avec le Groupe Lempereur
- **Le LOSC Lille**, depuis janvier 2019 en partenariat avec le Groupe Dugardin

« Ces différents partenariats ont pour objectif de développer la notoriété locale de nos distributeurs et de nos produits en parfaite cohérence avec la stratégie globale de Hyundai dans le football. Ils offrent aussi l'opportunité au réseau de développer ses relations avec le tissu économique local. Enfin ils permettent de faire vivre des expériences uniques aux prospects et clients de ces concessions. »

**Lionel French-Keogh, Directeur Général de Hyundai Motor France**

**Nouveau site presse : <https://www.hyundai.news/fr/>**

#### A propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company s'est engagée à devenir la marque automobile la plus appréciée. Filiale de Hyundai Motor Group - structure d'entreprise innovante maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la production d'acier jusqu'à la livraison du véhicule - Hyundai Motor Company possède à travers le monde, 8 centres de production et 7 centres techniques et design. Hyundai Motor Company compte près de 110 000 collaborateurs et a vendu plus de 4,5 millions de véhicules en 2018. Hyundai continue d'améliorer sa gamme de produits en régionalisant la conception et la production de ses modèles et s'efforce de renforcer son leadership en matière de technologies propres, à commencer par NEXO premier SUV électrique alimenté à l'hydrogène et en lançant IONIQ, premier modèle au monde à offrir trois types de groupe propulseur électrifié.

#### À propos de Hyundai Motor Europe

En 2018, Hyundai Motor a enregistré 543 292 véhicules immatriculés en Europe, soit une augmentation de 3,9% par rapport à 2017, une croissance plus forte que celle du marché. Pour la quatrième année consécutive Hyundai observe un record de vente en Europe. La gamme Hyundai est la plus jeune en Europe et 75% des véhicules vendus en Europe sont des modèles conçus, fabriqués, testés et construits en Europe pour répondre aux besoins des clients européens. L'Europe est desservie par une vaste infrastructure, cela comprend deux usines : en République tchèque et en Turquie, qui ont une capacité annuelle combinée de 600 000 unités. Hyundai Motor vend des véhicules dans 41 pays européens à travers près de 3 000 points de vente. Hyundai Motor offre une garantie unique de cinq ans kilométrage illimité sur tous ses modèles.

#### À propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 35 542 immatriculations en 2018. Grâce à une large gamme de voitures, fiables, innovantes, économes et respectueuses de l'environnement, répondant parfaitement aux attentes des clients, Hyundai est désormais un constructeur généraliste. Chacun des 16 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, ou véhicules de loisirs, se distingue par un confort unique, un niveau d'équipements exceptionnel, des prix compétitifs et une garantie inédite 5 ans kilométrage illimité.

Mais Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de plus de 180 points de ventes et services répartis sur tout le territoire. Des équipes de professionnels, passionnés d'automobiles, qui ont compris que le plus important, c'est l'accueil et le service qu'ils doivent apporter à leurs clients. Hyundai Motor France compte aujourd'hui 130 employés et continue de développer sa structure.

#### Hyundai partage émotion et passion autour du sport

Très impliqué dans le domaine du football, Hyundai est l'un des fidèles partenaires de la FIFA™ depuis 1999. En France Hyundai est le partenaire majeur de l'Olympique Lyonnais pour la sixième saison consécutive.

Fondée le 19 décembre 2012, Hyundai Motorsport GmbH est responsable des activités mondiales du sport automobile,

comprenant le FIA World Rally Championship (WRC) et des projets en Customer Racing. En WRC, Hyundai Motorsport a rapidement acquis une solide réputation en remportant sa première victoire lors de sa première saison en 2014. L'équipe a depuis amassé dix victoires et a terminé deuxième du championnat des constructeurs à trois reprises. Depuis la création de ses activités de Customer Racing en septembre 2015, Hyundai Motorsport est devenu un partenaire de confiance pour les équipes et les pilotes à la recherche de succès en rallye ou sur les pistes de course du monde entier. De la Hyundai i20 R5 à la Hyundai i30 N TCR, les voitures construites par Hyundai Motorsport ont remporté des victoires dans plusieurs championnats, y compris les épreuves nationales de rallyes en France et en Espagne, ainsi que le titre de Champion de Monde équipes et pilotes lors de leur première participation au FIA Championnat du monde des voitures de tourisme (WTCC). Unifiés sous Hyundai Motorsport, WRC et Customer Racing jouent un rôle déterminant dans le développement de la marque haute performance de Hyundai.

Engagé dans le cadre du programme de professionnalisation des sportifs de haut niveau mis en place par le Ministère des Sports, Hyundai soutient la skieuse acrobatique Perrine Laffont.

Championne de France pour la première fois en 2013 à seulement 15 ans, 3ème au classement général de la coupe du Monde en 2016, médaillée d'argent en ski de bosses et médaillée d'or en ski de bosses parallèle aux championnats du monde de Sierra Nevada en 2017, Perrine a pu compter sur le soutien de Hyundai lors de sa participation aux Jeux Olympiques de Pyeongchang 2018 durant lesquels elle a décroché le titre de championne olympique de ski de bosses. Perrine a également remporté la Coupe du monde de ski de bosses en mars 2018, décrochant ainsi le premier globe de cristal de sa carrière. Etudiante en IUT de commerce à Annecy, elle développera ses compétences professionnelles lors de stages dans différents services de Hyundai Motor France.