



NISSAN JOUE LES PROLONGATIONS AVEC LA LIGUE DES CHAMPIONS

NISSAN JOUE LES PROLONGATIONS AVEC LA LIGUE DES CHAMPIONS

Nissan Motor Co., Ltd. a confirmé aujourd'hui que son partenariat mondial avec la Ligue des Champions de l'UEFA (Supercoupe de l'UEFA incluse) était prolongé de trois ans. Le célèbre footballeur Gareth Bale a célébré cette annonce en faisant une surprise à un groupe d'écoliers et leur a appris à reproduire son fameux but de la victoire inscrit en 2014 face à l'Atlético Madrid.

L'accord a été signé quelques jours avant le premier match de la saison 2017/2018 de la Ligue des Champions de l'UEFA et permettra à Nissan de conserver son statut de partenaire officiel jusqu'à la saison 2020/2021 incluse. La Ligue des Champions de l'UEFA reste l'investissement le plus important de Nissan en termes de partenariat sportif, il a débuté en 2014/2015.

La Ligue des Champions de l'UEFA continue d'être la compétition sportive la plus regardée de la planète et affiche une audience télévisuelle cumulée de plus de 4 milliards de personnes chaque saison. La finale de la Ligue des Champions de l'UEFA 2017 a attiré plus de 160 millions de personnes à travers le monde, c'est plus que n'importe quel autre événement sportif annuel. À cette occasion, le Real Madrid C.F. s'est imposé face à la Juventus F.C. et a décroché son douzième titre de la compétition.

« Notre promesse "Innovation that excites" est au cœur de tout ce que nous faisons chez Nissan, et notre partenariat avec l'événement sportif le plus stimulant du monde nous a beaucoup aidés dans cette démarche au cours des trois dernières années », a déclaré Roel de Vries, Corporate Vice President, Global Head of Marketing de Nissan. « Nous sommes ravis de prolonger ce partenariat qui restera au cœur de notre stratégie marketing mondiale pour trois saisons supplémentaires. Nous en avons déjà retiré beaucoup de succès et avons pu renforcer notre engagement auprès de nos clients. »

Dans le cadre de ce nouvel accord, Nissan continuera de bénéficier de droits étendus sur les matchs de la Ligue des Champions et aura accès à d'autres droits exclusifs, tels que vivre l'expérience de porteur du drapeau officiel de l'UEFA dans le cercle central du terrain en début de match, ou organiser le concours Goal of the Week de la Ligue des Champions.

Guy-Laurent Epstein, UEFA Events SA Marketing Director, a expliqué à propos de cet accord : *« Après une première expérience très concluante, nous sommes heureux de poursuivre notre partenariat avec Nissan. Nissan est devenu un membre à part entière de notre famille de sponsors et a été d'une aide inestimable concernant la promotion de la compétition au niveau mondial. L'attractivité de la Ligue des Champions de l'UEFA ne cesse de se développer d'année en année, et sa plateforme continue de fournir l'opportunité à des marques de premier plan telles que Nissan de s'impliquer auprès des fans de football du monde entier. »*

« Notre partenariat avec la Ligue des Champions de l'UEFA a contribué à l'objectif de Nissan de devenir la marque automobile asiatique la plus désirable en Europe. Nous dévoilerons au cours des années à venir un plan produit ambitieux axé sur de nouvelles technologies avancées. Bénéficier d'un partenariat avec l'événement sportif le plus stimulant de la planète nous donne accès à la meilleure plateforme pour nous impliquer au plus près du public et orienter notre marque. Je suis enthousiaste à l'idée de développer notre potentiel d'innovation conjointement avec l'UEFA afin de susciter l'enthousiasme des fans », a expliqué Jean-Pierre Diernaz, Vice President Marketing de Nissan Europe.

La Ligue des Champions de l'UEFA est un exemple supplémentaire de la volonté de Nissan à susciter l'enthousiasme des amateurs de sport, tout comme d'autres organismes tels que le Cricket Council, le City Football Group, la Ligue canadienne de football, le Heisman Trust, et le Trophée Heisman.

A propos de Nissan Motor Co., Ltd.

Nissan propose une gamme complète de véhicules de plus de 60 modèles sous les marques Nissan, Infiniti et Datsun. Au cours de l'exercice fiscal 2016, Nissan a vendu plus de 5,63 millions de véhicules à travers le monde, générant un chiffre d'affaires de 98,7 milliards d'euros environ (11 720 milliards de yens). Nissan conçoit, fabrique et commercialise la Nissan LEAF, véhicule 100% électrique le plus vendu de l'histoire. Basé à Yokohama au Japon, le siège social de Nissan est responsable de six régions différentes : Asie & Océanie ; Afrique, Inde & Moyen Orient ; Chine ; Europe ; Amérique Latine ; Amérique du Nord. Nissan emploie 247 500 collaborateurs et est partenaire du constructeur français Renault depuis 1999 dans l'Alliance Renault-Nissan. En 2016, Nissan a acquis 34% des parts de Mitsubishi Motors, qui devient troisième membre à part entière de l'Alliance - le groupe représente presque 10 millions de véhicules vendus au cumul par an.

Pour plus d'information sur nos produits, services et engagements dans la mobilité durable sur le site nissan-global.com. Vous pouvez également nous suivre sur Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn et regarder nos dernières vidéos sur YouTube.

A propos de Nissan dans le sport

Le partenariat avec la Ligue des Champions de l'UEFA 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 compétitions internationales de cricket telles que la Coupe du monde de cricket masculin et féminin, la Ligue canadienne de football, le Heisman Trust, le Trophée Heisman, et le City Football Group qui inclut les clubs de Manchester City, Melbourne City, et New York City. L'accord entre Nissan et le Championnat NCAA de football américain marque également le plus important partenariat dans l'histoire des sports collégiaux - s'appuyant sur 100 collèges et universités, ainsi qu'une sélection de championnats NCAA, et couvrant 22 sports. Par ailleurs, Nissan possède de nombreux ambassadeurs dans le monde du sport, tels que les footballeurs Gareth Bale et Sergio Agüero.