



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kia France et Team Vitality s'associent et lancent une campagne digitale innovante et originale

- Kia France et Team Vitality nouent une collaboration et lancent une campagne digitale innovante et créative destinée à établir un lien encore plus étroit entre leurs fans à travers la France et l'Europe,
- Une association paneuropéenne entre deux partenaires acteurs d'un monde nouveau, grâce à l'électrification et au numérique,
- Kia France et Team Vitality mettront en avant leur esprit de « game-changer » au travers de nombreuses activations digitales,
- La collaboration entre Kia France et Team Vitality débute dès aujourd'hui, jeudi 29 juillet.

Rueil-Malmaison, 29 juillet 2021 – Inspirée par l'esport depuis 2019, date du début de son partenariat avec le League of Legends European Championship (LEC), Kia continue de s'impliquer dans ce secteur à la croissance exponentielle. Attirant des millions de joueurs et de spectateurs à travers le monde entier, l'esport est devenu une discipline mêlant sport, lifestyle et performances à ne pas manquer. Kia intensifie ses liens avec l'esport et s'associe à Team Vitality, équipe esport numéro 1 en France. Team Vitality compte parmi les meilleurs athlètes esport au monde sur 8 jeux et fait partie des 10 équipes à concourir aux League of Legends European Championship. Suivie de près par 24 millions de followers, la Team française est l'une des équipes les plus performantes du pays.

Kia France et Team Vitality lancent une campagne paneuropéenne digitale inédite, premier fruit de cette collaboration naissante. Création et innovation sont les piliers de cette campagne intitulée « **Voyage to Inspiration** » et diffusée sur les réseaux sociaux de Kia France et Team Vitality à partir d'aujourd'hui, pour une durée de 3 mois. Kia France apporte, au travers de cette campagne, une vision novatrice de son orientation de marque, de son identité, et de ses produits. Quant à elle, la Team Vitality met en avant son expertise du domaine de l'esport et du numérique.

Cette campagne est incarnée par des athlètes et des ambassadeurs de la Team Vitality en France et met en scène EV6, le nouveau crossover 100% électrique de Kia, qui propose une autonomie de 528 km (cycle mixte WLTP) et une recharge de 10% à 80% en seulement 18 minutes, soit 100 km d'autonomie récupérés en moins de 5 minutes !

Lien de la vidéo Kia x Team Vitality « **Voyage to Inspiration** » : <https://youtu.be/wivdDqsBjAo>



Des activations digitales novatrices seront menées tout au long de cette campagne au travers du contenu vidéo réalisé conjointement par Kia France et la Team Vitality reprenant la nouvelle signature de marque Kia « **Movement that inspires** » / (Du mouvement vient l'inspiration). Un produit co-brandé Kia x Vitality, qui épousera les caractéristiques du Kia EV6 en termes de design, de performances, et de technologies, fera son apparition durant la campagne.

"Nous sommes ravis d'avoir mis en place cette collaboration avec Kia France, une marque leader sur le marché de l'électrification et innovante dans son approche. Nous avons imaginé des contenus innovants et créatifs au travers de vidéos et d'un produit co-brandé exclusif", déclare Fabien DEVIDE, Président Team Vitality.

« L'innovation et l'expertise sont les maîtres-mots de nos industries respectives, alors ce rapprochement est une évidence au regard de cette vision partagée. Mais au-delà de cette orientation, la force de notre partenariat réside dans notre créativité et notre volonté de surprendre nos publics. L'esport est aujourd'hui une discipline sportive à grande ampleur, alors il est essentiel pour nous en tant que marque automobile de nous joindre à ce mouvement et de s'en inspirer pour aller toucher au plus près ces athlètes d'un monde nouveau », conclut Olivier BOUELHARRAG, Responsable de la Communication de Kia France.

###

À PROPOS DE VITALITY

L'un des leaders mondiaux d'esport, Team Vitality se consacre pleinement au développement de la nouvelle génération d'athlètes d'esport, visant l'excellence dans tous les domaines. L'équipe tricolore compte parmi les meilleurs athlètes esport au monde sur 8 jeux et fait partie des 10 équipes à concourir aux League of Legends European Championship, ligue d'esport la plus suivie en Europe. Plus qu'une équipe d'esport, Team Vitality est une marque de lifestyle et de divertissement à échelle mondiale. L'équipe et ses athlètes totalisent plus de 24 millions de followers sur les réseaux sociaux et comptent parmi leurs partenaires des leaders mondiaux dans leur secteur comme adidas et Orange. Team Vitality est fondée en 2013 par Nicolas Maurer et Fabien Devidé ; V.Hive, son siège et complexe unique d'esport ouvert au grand public se trouve en plein cœur de Paris. Les athlètes de l'équipe s'entraînent au V.Performance, une installation de pointe au sein de l'emblématique Stade de France. En 2020, Team Vitality s'est étendue sur le marché asiatique avec le lancement d'un nouveau département à Bombay, en Inde.

Movement that inspires



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 Corporation

Kia est une marque de mobilité d'envergure internationale qui a pour vision de créer des solutions de mobilité durable à destination de ses clients, des communautés et des sociétés du monde entier. Fondée en 1944, Kia fournit des solutions de mobilité depuis plus de 75 ans. Avec 52 000 collaborateurs dans le monde, une présence sur plus de 190 marchés, et des sites de production dans six différents pays, l'entreprise vend actuellement quelque trois millions de véhicules par an. Kia se veut avant-gardiste de la démocratisation des véhicules électrifiés et électriques et développe une vaste gamme de services de mobilité, encourageant ainsi des millions d'individus à travers le monde à explorer les meilleurs moyens de déplacement. La signature de marque de Kia – « Movement that inspires » / (Du mouvement vient l'inspiration) – reflète l'engagement de Kia à susciter l'inspiration des clients par le biais de ses produits et services.

Kia France est la filiale française de Kia Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 39 052 véhicules sur l'année 2020 (-13,3% vs 2019 et 2,4% de part de marché). Kia 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, Stinger, Sorento et EV6) allant de la petite voiture citadine au grand SUV 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 217 points de vente.

Kia et le sport esport

Kia Corporation est partenaire du League of Legends European Championship (LEC) depuis 2019. Depuis son lancement en 2009, League of Legends est devenu la plus importante plateforme d'esport, et celle qui connaît la croissance la plus rapide. Ce jeu attire plus de 100 millions de joueurs chaque mois, tandis que les 12 ligues officielles réunissent des milliards de spectateurs dans le monde. Le LEC, l'élite européenne de League of Legends, enregistre une audience record avec plus de 800 000 vues pour la seule saison 2020.

Football

Kia est très présente dans les compétitions de football internationales. De 2007 à 2022, Kia est l'une des marques partenaires officielles 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 nouveau logo Kia

Ce logo symbolise la nouvelle orientation de la marque et les valeurs qu'elle promet d'offrir à ses clients par le biais de futurs produits et services, et les expériences qui en découleront. Kia affirme sa promesse de marque en imaginant un nouveau logo s'apparentant à une signature manuscrite. La ligne rythmée et continue du logo exprime l'engagement de Kia à créer des expériences inspirantes, tandis que sa symétrie procure un réel sentiment de confiance. Les lignes ascendantes du logo traduisent les hautes ambitions que Kia nourrit pour la marque, et surtout, la richesse de l'offre qu'elle propose à ses clients.

Movement that inspires