



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# Kia prolonge son partenariat avec League of Legends European Championship en 2021

- Kia poursuit son partenariat avec League of Legends European Championship (LEC) pour la troisième année consécutive depuis 2019,
- Une vidéo promotionnelle produite conjointement avec Riot Games, l'organisateur du LEC, donnera le coup d'envoi de la saison, et mettra à l'honneur le nouveau logo de la marque Kia,
- Kia renforce encore sa présence dans le marketing e-sport au niveau mondial, après son récent partenariat titre avec DWG KIA.

**Rueil-Malmaison - 21 janvier 2021** – Kia Corporation a annoncé que la marque prolongeait son partenariat avec League of Legends European Championship (LEC), confirmant ainsi sa collaboration avec la célèbre compétition d'e-sport pour la troisième année consécutive depuis 2019.

*« C'est un honneur pour nous de voir Kia faire son retour dans le LEC pour la troisième année consécutive, et de voir le LEC faire partie de son prestigieux portefeuille de partenariats - à l'instar de l'Open d'Australie et la FIFA, » s'est félicité Alban Dechelotte, Responsable des partenariats et du développement commercial EMEA chez Riot Games. « Nous sommes tout particulièrement reconnaissants à Kia de la confiance qu'elle accorde au LEC, et de considérer ce championnat comme un véritable vecteur de ses valeurs cardinales en matière de changement et d'innovation, notamment en cette année charnière pour la marque automobile. Nous sommes impatients de voir de quelle manière ce nouveau positionnement va favoriser la créativité de nos membres du 'on-air talents' ».*

Tout au long de la saison, Kia proposera diverses expériences de marque aux fans de League of Legends dans le monde entier, ainsi que différentes initiatives marketing en lien notamment avec la nouvelle signature et les derniers modèles du constructeur.

*« En renouvelant notre partenariat avec le LEC, l'une des principales compétitions d'e-sport au niveau mondial, nous sommes particulièrement impatients de faire découvrir et de présenter la nouvelle marque Kia à tous les amateurs d'e-sport. Nous sommes réellement enthousiastes à l'idée de voir notre nouveau logo - que nous avons récemment dévoilé –*



*apparaître sur la carte de jeu de League of Legends, baptisée Summoner's Rift », a déclaré Michael Choo, Responsable de l'équipe Expérience de la marque chez Kia.*

Kia et Riot Games, l'organisateur du LEC, se sont associés pour diffuser une vidéo de promotionnelle produite en commun et intitulée « Kia X LEC : The best idea », annonçant le coup d'envoi de la saison 2021 du LEC. Cette vidéo met à l'honneur le nouveau logo Kia, dévoilé il y a quelques jours par la marque. La vidéo musicale produite pour le lancement de la saison dernière et intitulée « *I Want the LEC Back!* », a généré plus d'un million de vues, et mettait en scène le crossover familial Kia e-Niro 100% électrique.

Cette saison, Kia sera également sponsor principal des trois prix décernés aux joueurs les plus méritants de la saison 2021 : les Kia All-pro team, Kia Player of the Game, et Kia MVP of the Split. Autre nouveauté de cette saison : des drapeaux et bannières siglés Kia destinés à améliorer l'exposition de la marque dans le jeu.

Kia a également conclu récemment un partenariat avec DWG KIA (anciennement DAMWON Gaming), les vainqueurs de l'édition 2020 du League of Legends World Championship. Outre ses partenariats avec le LEC et DWG KIA, Kia continuera de s'engager auprès des amateurs d'e-sport via la promotion d'initiatives marketing s'inscrivant dans la droite ligne de sa future stratégie « Plan S », dans le cadre de laquelle Kia entend développer son activité VE.

La saison LEC 2021 est organisée en deux « splits », le « Spring Split » et le « Summer Split », le premier débutant le 22 janvier dans le studio de Riot Games à Berlin. De plus amples informations sur la date et le lieu de la finale du « Spring Split » seront communiquées ultérieurement.

Depuis son lancement en 2009, League of Legends est devenu la plus importante plateforme d'e-sport, et celle qui connaît la croissance la plus rapide. Ce jeu attire plus de 100 millions de joueurs chaque mois, tandis que les 12 ligue 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 dernière.

###



## 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 9 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 et Sorento) 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**

#### **e-sport**

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 plate-forme d'e-sport, 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 et françaises. 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.