



Communiqué de presse

Rueil-Malmaison, le 22 mai 2015

Faites comme Charlotte, découvrez l'application « Kia Experience 360 » créée par Kia Motors pour célébrer, avec les Girondins, l'inauguration du Nouveau Stade de Bordeaux !



Sportlink - crédit photo © Eric Nzu

Une application inédite pour une expérience à 360° du Nouveau Stade de Bordeaux et plus encore...

Fidèle à sa signature de marque « *Le Pouvoir de Surprendre* », Kia Motors France crée l'événement en lançant, aujourd'hui, veille de l'inauguration du Nouveau Stade de Bordeaux lors du match FC Girondins de Bordeaux - Montpellier, **une application inédite pour Smartphones et tablettes intitulée « Kia Experience 360 ».**

Cette nouvelle application gratuite en réalité virtuelle, disponible sous iOS et Android, permet au public d'entrer, en avant-première, dans le Nouveau Stade de Bordeaux pour en découvrir sa splendeur et ses coulisses... tout en restant confortablement chez soi ! Pour parfaire cette visite guidée V.I.P. à 360°, qui démarre au sein d'une concession Kia au volant du tout nouveau Kia Sorento, des membres du FC Girondins de Bordeaux, tels que

Marc Planus, Jussiê, Maxime Poundjé, Thomas Touré et même Willy Sagnol ont exceptionnellement accepté de participer, entre deux entraînements de cette fin de saison. Ces joueurs émérites sont ainsi les hôtes de prestige des spectateurs de cette visite virtuelle qui accompagne les visiteurs au cœur du Nouveau Stade de Bordeaux... sans oublier de passer par les très confidentiels vestiaires. Une élégante façon, pour le FC Girondins de Bordeaux, de nous faire découvrir le Nouveau Stade de Bordeaux, qui sera l'écrin de leurs performances à domicile, à compter du samedi 23 mai.

La création de l'application « *Kia Experience 360* » vient conforter l'importance du Digital dans la stratégie de la marque Kia. A l'approche de l'EURO 2016™, elle annonce également de nombreux autres projets visant à faire vivre au public des expériences uniques.

Une immersion 360° en vidéo tournée sur le site, éclatante de réalisme



Afin d'atteindre un réalisme éclatant, une immersion 360° en vidéo a été réalisée en collaboration avec M6 Unlimited et l'agence Sportlink sur le site même du Nouveau Stade de Bordeaux, avant même son ouverture officielle. Il s'agit là d'un privilège unique, qui a permis de capter des images d'une rare exclusivité, pour le plus grand plaisir des amateurs de découvertes hors du commun.

Une expérience unique avec les casques Samsung GEAR VR, le 23 mai

Les spectateurs du match Bordeaux/Montpellier du 23 mai découvriront, en exclusivité, l'application « *Kia Experience 360* » et sa vidéo immersive, dans le cadre de démonstrations réalisées grâce au nouveau casque Samsung GEAR VR.

A la suite de l'événement, en complément de l'application « *Kia Experience 360* », la vidéo immersive sera disponible, sur le site foot.kia.com, ainsi que sur un espace dédié Kia sur Turbo.fr.

A travers ce dispositif, Kia, Partenaire Officiel du FC Girondins de Bordeaux et de l'EURO 2016™ qui se déroulera en France l'année prochaine, démontre à nouveau son envie de partager avec le public toutes les émotions du sport. Avec cette nouvelle démonstration de son *Pouvoir de Surprendre*, la marque affiche clairement sa volonté d'innover pour le plus grand plaisir des amateurs du ballon rond.

Pour télécharger la vidéo teaser : <http://we.tl/XQ7yie4bdP>

A 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 Motors Corporation

Kia Motors Corporation est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondé en 1944, Kia est la marque automobile la plus ancienne de Corée du Sud. Partie intégrante du Hyundai-Kia Automotive Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia possède 10 unités de fabrication réparties à travers la planète. Ces usines produisent plus de 2,7 millions de véhicules chaque année, véhicules qui sont vendus et entretenus par un réseau de distributeurs et concessionnaires présent dans 150 pays. Aujourd'hui, Kia emploie plus de 48 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 43 milliards de \$.

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors Corporation

Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 28 200 véhicules sur l'année 2014 (1,6% de part de marché). Kia Motors France propose une offre de constructeur généraliste constituée de 12 modèles (Picanto, Rio, Venga, Soul, Soul EV 100% électrique, cee'd, cee'd_SW, pro_cee'd, Carens, Optima, Sportage et Sorento) allant de la petite voiture citadine au grand 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 210 points de représentation.

« **Kia partenaire de vos plus belles émotions** »

Football

Kia est très présent dans les compétitions footballistiques internationales et françaises. De 2007 à 2022, Kia est l'un des partenaires officiels de la FIFA, l'instance dirigeante de la Coupe du Monde de football. Sur le continent européen, Kia a signé jusqu'en 2017 un partenariat avec l'UEFA EUROTOP. La marque sera donc présente avec un dispositif exceptionnel lors de l'UEFA EURO 2016™ qui se déroulera en France.

En France, Kia Motors France est le sponsor maillot du FC GIRONDINS DE BORDEAUX.

Tennis

Kia est le sponsor principal de l'Open de Tennis d'Australie.

L'ambassadeur international de la marque est Rafael NADAL, actuel N°7 mondial au classement ATP.

Le logo Kia

Doté d'un dessin en trois dimensions, l'emblème de Kia reflète l'image jeune et dynamique de la marque. L'intense couleur rouge suggère la passion pour le soleil et symbolise la forte détermination de Kia d'avancer de façon enthousiaste et divertissante. L'ellipse fine et raffinée du logo symbolise le globe terrestre et fait référence au statut de KIA en tant qu'acteur majeur de l'industrie automobile mondiale.

A PROPOS DE M6 UNLIMITED

M6 UNLIMITED, la nouvelle structure commerciale transmédias de M6 Publicité, place l'annonceur au cœur de son organisation et l'accompagne tout au long de sa réflexion stratégique.

Grâce à la richesse et à la puissance des actifs du groupe, M6 UNLIMITED propose des opérations sur mesure, des productions médias originales, ainsi que le sponsoring, la commercialisation et la gestion des licences des marques du groupe.