



Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 12 septembre 2019

Kia Motors se connecte à des millions de fans d'e-sport à l'occasion de la finale d'été du League of Legends European Championship



- **Kia Motors a sponsorisé la finale d'été du League of Legends European Championship dans le cadre de son premier partenariat avec le LEC,**
- **Cette compétition, organisée sur deux jours à Athènes, a offert à Kia l'opportunité de démontrer sa jeunesse d'esprit, via la présentation de ses véhicules et spots publicitaires.**

Kia Motors Corporation a sponsorisé, pour la première fois, la finale d'été du League of Legends European Championship (LEC) 2019, qui s'est déroulée au centre athlétique olympique à Athènes, les 7 et 8 septembre derniers. Cet événement a permis à la marque de présenter ses véhicules et de diffuser ses spots publicitaires afin de conquérir le cœur des millions de fans de e-sport en Europe.

En tant que partenaire officiel du League of Legends European Championship, Kia Motors a exposé deux modèles de sa gamme à savoir, une berline compacte Kia Ceed et un SUV Kia Sportage, tous deux frappés du graphisme officiel du LEC, et a diffusé ses publicités [« Driving Your Game -- Kia-LEC »](#) et [« The Perfect Intro. »](#).

« Grâce à notre marketing collaboratif avec le LEC, la compétition la plus innovante de toutes les ligues mondiales, Kia Motors a pu approcher les générations les plus jeunes et établir naturellement un lien avec elles. Kia Motors exprime sa profonde gratitude à l'organisateur du tournoi et au développeur de jeux vidéo Riot Games pour leur soutien indéfectible tout au long de 2019. Nous espérons poursuivre ce fructueux partenariat. » a

déclaré **Artur Martins, Vice-Président et Directeur Marketing de Kia Motors Corporation.**

Les deux spots publicitaires, disponibles sur YouTube, ont été diffusés sur l'écran principal du stade. Le spot « Driving Your Game » met en scène la berline coupé Grand Tourisme Kia Stinger, le crossover compact 100 % électrique Kia e-Niro, le SUV Kia Sportage, la berline compacte Kia Ceed et le crossover urbain Kia Stonic, tandis que le spot « The Perfect Intro » - qui se veut le film officiel de clôture de la saison de LEC - met à l'honneur la Kia Stinger et est diffusé sur différents réseaux sociaux.

Le nombre de fans d'e-sport dans le monde est estimé à 422 millions en 2019, contre 281 millions en 2016, et devrait atteindre 600 millions d'ici à 2023. Bien que l'industrie des jeux vidéo organise des concours en ligne et hors ligne depuis longtemps, ceux-ci n'avaient pas une portée significative jusqu'à ce que le « live streaming » joue un rôle prépondérant à l'échelle mondiale. Au cours de la décennie, l'e-sport est devenu un moteur clé de l'industrie, de nombreux développeurs de jeux vidéo ont ainsi activement conçu des jeux spécialement adaptés au secteur de l'e-sport professionnel.

Alban Dechelotte, Responsable du Développement Commercial chez Riot Games Europe a déclaré : *« C'est un privilège pour nous que Kia ait choisi le LEC pour son premier partenariat dans l'e-sport, et nous sommes fiers de disposer de son soutien dans ce cadre. En offrant différents types de soutien financier, programmatique et marketing, Kia Motors a permis la création de quelques-uns des contenus les plus engageants cette année. L'accueil plus que positif des 'gamers' en dit long sur la qualité de notre partenariat, et nous avons hâte d'écrire un nouveau chapitre de notre histoire commune. »*

Le tournoi de cette année marque le premier partenariat de Kia avec le League of Legends European Championship, dans le cadre duquel les meilleures équipes d'Europe s'affrontent pour tenter de remporter le trophée LEC et de décrocher leur place pour le Championnat du Monde 2019. En marge de la finale, le deuxième LEC Fan Festival a également été organisé, permettant aux visiteurs de participer à toute une série d'activités passionnantes, telles que du « cosplay » et des rencontres avec leurs « gamers » professionnels favoris.

Dans le cadre du LEC, Kia Motors installe également une « games zone » où les fans peuvent également jouer à un jeu vidéo mettant en scène les Kia Sportage et Ceed, et une « photo zone » où les visiteurs peuvent prendre des photos et remporter des prix. Quelque 10 000 personnes ont assisté à ces deux jours de finale, et 600 000 les ont suivies sur écran dans le monde.

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 Motors Corporation

Kia Motors est un constructeur automobile généraliste qui connaît l'une des croissances les plus rapides au monde. Fondée en 1944, Kia fait partie intégrante de Hyundai Motor Group, Kia entend devenir l'une des toutes premières marques automobiles du monde.

Kia vend aujourd'hui environ 3 millions de véhicules chaque année dans 190 pays, le constructeur possède des unités de fabrication et d'assemblage réparties dans 5 pays et emploie plus de 52 000 personnes à travers le monde. Kia réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 49 milliards de \$.

Kia Motors France est la filiale française de Kia Motors Corporation. Sur le marché français, Kia a immatriculé quelque 42 313 véhicules sur l'année 2018 (+13,6 % de progression vs 2017 et 1,95 % de part de marché). Kia Motors 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, Optima, Stinger et Sorento) allant de la petite voiture citadine au grand 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 212 points de vente.

« Kia partenaire de vos plus belles émotions »

Football

Kia est très présent dans les compétitions de football 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 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 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.