



*Communiqué de presse
Rueil-Malmaison, le 27 janvier 2020.*

Kia résigne avec League of Legends European Championship pour la saison 2020



Photo : LECtronic, un groupe composé de six casters LEC, aussi connus sous le nom de « on-air talents ».

- **Kia poursuit son partenariat avec League of Legends European Championship (LEC),**
- **Ce partenariat inclut des nouveaux droits de sponsoring qui vont permettre une meilleure intégration de la marque Kia dans la communauté internationale du e-sport,**
- **Le Kia e-Niro sera au cœur des initiatives de communication et de marketing LEC de Kia pour mettre en lumière l'ambitieux plan d'électrification du constructeur.**

Kia Motors Corporation est de retour cette année dans le League of Legends European Championship (LEC) en tant que partenaire majeur, renforçant ainsi son partenariat avec la célèbre compétition d'e-sport initié en 2019.

Kia continuera d'être le sponsor principal du « Kia Player of the Game », segment durant lequel les analystes LEC étudient et sélectionnent les meilleurs joueurs dans plus de 180 « plays » au cours de la saison. Nouveauté cette année, Kia sera également sponsor principal des deux prix LEC : le « All-Pro Team Award » et le « Kia Split MVP Award » lors des « splits » de printemps et d'été.

Pour lancer la saison 2020 de la plus belle des manières, Kia et Riot Games, l'organisateur du LEC, se sont associés pour produire une vidéo musicale de début de saison intitulée « I Want the LEC Back! » (<http://bit.ly/2FPhqe3>). Cette vidéo se compose d'un morceau entraînant interprété par LECtronic – un groupe composé de six casters LEC, également connus sous le nom de « on-air talents » – et met en scène le Kia e-Niro.

Six jours seulement après sa publication le 14 janvier, la vidéo avait déjà enregistré près de 220 000 vues et plus de 19 000 interactions sur la chaîne YouTube officielle de Riot.

Alban Dechelotte, Responsable des Partenariats et de la Nouvelle Unité EU Esports chez Riot Games, a déclaré : « *Nous sommes ravis d'étendre notre collaboration avec Kia Motors. Ce partenariat renforcé nous permet de poursuivre la dynamique initiée en 2019. Nous avons également hâte de concevoir les prochains épisodes des clips vidéo des 'on-air talents' produits en collaboration avec Kia, qui annoncent le début et la fin de la saison LEC de manière originale, en mettant en scène des casters LEC.* »

Lancé en 2009, League of Legends est un jeu vidéo de type arène de bataille en ligne. C'est le jeu de e-sport le plus célèbre au monde avec plus de 100 millions de joueurs mensuels et des milliards de spectateurs à l'échelle mondiale. L'audience du LEC a progressé de 30 % en 2019 par rapport à l'année passée, atteignant plus de 61 millions de personnes dans le monde.

Les joueurs de League of Legends s'affrontent au travers de leur « champion » et forment des équipes afin de dominer le territoire virtuel du jeu. Le LEC représente l'élite européenne de League of Legends en Europe et voit s'affronter dix équipes. À l'instar des compétitions de sport traditionnel, le LEC, ses équipes de joueurs professionnels et ses « casters » de renom, sont suivis par des millions de passionnés via les chaînes de streaming en ligne.

Michael Choo, Responsable de l'Expérience de Marque chez Kia Motors, a déclaré : « *Nous avons décidé de poursuivre notre engagement dans le monde du e-sport car nous sommes convaincus que ce secteur, en forte expansion, constitue une excellente plateforme marketing pour Kia. Ce partenariat permet à Kia de communiquer sa stratégie future qui vise à passer d'un système axé sur les véhicules thermiques à un système axé sur les véhicules électrifiés et les solutions de mobilité personnalisées.* »

« *Pour la saison LEC 2020, Kia s'engage à proposer des expériences en ligne et hors ligne témoignant des rapides progrès réalisés par la marque pour devenir l'un des principaux fournisseurs mondiaux de solutions de mobilité propres, tout en assurant la promotion de ses véhicules éco-efficients et de ses SUV* », a expliqué **Michael Choo**.

« *Nous sommes convaincus que ces expériences de marque, proposées dans le cadre de notre partenariat avec Riot Games, inspireront et galvaniseront de nombreux fans de League of Legends ainsi que leurs communautés dans le monde. Ces expériences de marque contribuent également au développement rapide et à la popularité du célèbre et richement doté League of Legends European Championship* », a commenté **Michael Choo**.

La saison LEC 2020 est organisée en deux « splits », un de printemps et un d'été, le premier débutant le 24 janvier dans le studio de Riot Games à Berlin. De plus amples informations sur la date et le lieu de la finale du « split de printemps » seront communiquées ultérieurement.

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 45 056 véhicules sur l'année 2019 (+6,5 % de progression vs 2018 et 2,03 % de part de marché). Kia Motors 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 4X4. Le réseau de distribution de la marque s'étend aujourd'hui à 213 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.