



9 août 2017

Volkswagen devient le nouveau partenaire mobilité de l'UEFA pour l'EURO 2020™

- Un contrat de quatre ans à partir de 2018 pour toutes les compétitions d'équipes nationales de l'UEFA
- Herbert Diess, PDG de Volkswagen : « Nous voulons donner de la visibilité à notre nouvelle orientation. »
- Guy-Laurent Epstein, directeur du marketing de l'UEFA :
« Une grande marque européenne passionnée de football. »
- Une plateforme de communication pour le lancement de la famille I.D. de Volkswagen

Volkswagen deviendra à partir de 2018 le nouveau partenaire de l'Union des associations européennes de football, l'UEFA, poursuivant ainsi sa longue histoire avec ce sport. Dans le cadre d'un contrat de quatre ans, l'entreprise, en tant que « Partenaire mobilité officiel des compétitions d'équipes nationales de l'UEFA », accompagnera notamment le Championnat d'Europe UEFA 2020™, qui se déroulera pour la première fois dans 13 pays à l'occasion du soixantième anniversaire de la compétition. Cet engagement dans la discipline sportive la plus populaire au monde doit avant tout servir de plateforme de communication pour le lancement de l'I. D., qui sera à partir de 2020 le visage de la nouvelle famille « mobilité électrique » de Volkswagen.

Dr. Herbert Diess, Président du Directoire de la marque Volkswagen :
« Aucun sport n'est aussi fort et ne relie autant de gens que le football. L'Euro 2020, qui se jouera à travers tout le continent, est en outre un projet fantastique. Avec notre mobilité et notre créativité, nous voulons contribuer à créer des ponts entre tous les pays et les fans de football. »

Volkswagen est chez soi sur toutes les routes de l'Atlantique à l'Oural, du Spitzberg à la Sicile. L'année dernière, près des 1,7 millions de véhicules ont été livrés aux clients européens au cours. Les voitures arborant l'emblème rond de Volkswagen sont disponibles dans les 55 États membres de



Volkswagen

Official Mobility Partner of
UEFA National Team Football

Contacts presse

Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Audrey Garousse
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Arnaud Hacault
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
arnaud.hacault@volkswagen.fr



Site Presse France :

<http://www.volkswagen.fr/presse>



Volkswagen

l'UEFA. La marque automobile exploite en outre 21 sites de production, employant près de 150 000 salariés dans sept pays du continent.

Guy-Laurent Epstein, directeur du marketing de l'UEFA, se réjouit de ce partenariat avec Volkswagen : « Nous sommes fiers d'avoir à nos côtés une si grande marque européenne, passionnée de football. Nous en sommes d'autant plus satisfaits au vu des défis qui nous attendent, car l'UEFA EURO 2020™ va poser des exigences majeures en matière de mobilité. Derrière ce tournoi se cachent une grande idée et un concept novateur. Nous sommes heureux de pouvoir compter sur le soutien de Volkswagen pour ce projet stimulant. »

Volkswagen a justement des attaches très fortes dans le football européen. Après les partenariats déjà conclus avec les fédérations de football française (FFF) et suisse (ASF/SFV), la fédération allemande (DFB) roulera à son tour en Volkswagen à partir de 2019.

Le développement de cet engagement dans le football a également pour finalité de soutenir la stratégie d'avenir de l'entreprise. Herbert Diess : « Le football correspond à Volkswagen mieux qu'aucun autre sport. Il est présent dans presque tous les pays et n'est associé à aucune classe en particulier – tout comme nos voitures. C'est donc le vecteur idéal pour donner une visibilité internationale à notre nouvelle orientation. Car au cours des prochaines années, Volkswagen va « jouer offensif », pour utiliser une expression footballistique. En effet, nous sommes à l'aube de la plus grande offensive de l'histoire de notre marque, avec de nouveaux modèles et la promotion de la mobilité électrique. »

Outre l'UEFA EURO 2020™, Volkswagen va s'engager dans d'autres compétitions de football de premier plan. Le partenariat avec l'UEFA comprend également le Championnat d'Europe féminin (UEFA Women's EURO), le Championnat d'Europe des moins de 21 ans (UEFA Under 21 Championships), le Championnat d'Europe de futsal et enfin les phases finales de la nouvelle UEFA Nations League, qui se déroulera pour la première fois en 2019. Volkswagen dispose également de différents droits sur les matchs de qualification à l'UEFA EURO 2020™. La période contractuelle englobe plus de 500 rencontres.

Jürgen Stackmann, directeur des ventes de la marque Volkswagen : « Avec la sponsorship des compétitions d'équipes nationales de l'UEFA, nous ouvrons une nouvelle voie au moment même où débutent les ventes de l'I.D. A l'occasion du lancement de cette nouvelle génération de véhicules électriques très innovants, la marque Volkswagen mise pour la première fois sur une plateforme de communication transnationale dans le domaine du football, qui suscite de l'intérêt dans toute l'Europe et au-delà. Nous en éprouvons à l'avance une très grande joie ! » L'UEFA EURO 2020™, notamment, offre de grandes possibilités à Volkswagen. M. Stackmann



Volkswagen

explique : « Nous allons bien sûr associer tous les marchés européens à l'opération, ainsi que nos quelque 3 000 concessionnaires présents sur l'ensemble du continent. Mais ce sont les fans de football et donc nos clients, qui sont au cœur de notre projet. Nous voulons leur présenter des solutions attrayantes pour leur mobilité. »

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2016, Volkswagen a produit 5,99 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 218 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
