

21.07.2008 – 15:33 Uhr

Continental AG: Un bilan positif pour les opérations de parrainage de l'UEFA EURO 2008

Hanovre, Allemagne (ots) -

Continental AG a atteint ses cibles les plus importantes et tourne désormais son regard vers la Coupe du Monde FIFA 2010 en Afrique du Sud.

L'équipementier automobile et fabricant de pneumatiques hauts de gamme international a accueilli plus de 1700 clients et représentants de la presse en Autriche et en Suisse pour des démonstrations de conduite au cours de l'UEFA EURO 2008. Tous les invités ont été impressionnés par la gamme importante de produits Continental à la disposition des automobilistes actuels et futurs.

La fin de l'UEFA EURO 2008 marque le commencement des préparations pour la Coupe du Monde FIFA 2010 : seulement quelques semaines après la fin du championnat d'Europe de football en Autriche et en Suisse, Continental AG a déjà commencé les premières préparations pour la prochaine Coupe du Monde FIFA qui se déroulera en 2010 en Afrique du Sud. "Suite à ce défi relevé de façon irréprochable et un événement très exaltant, nous nous focalisons désormais simultanément sur une analyse intensive de toutes les données concernant le championnat d'Europe de football ainsi que sur le futur", déclare M. Alan Hippe, l'administrateur de Continental responsable de la division des pneumatiques pour les véhicules de tourisme.

Continental AG a incontestablement atteint ses objectifs de parrainage les plus importants pour UEFA EURO 2008. "Même s'il nous faudra plusieurs semaines pour obtenir tous les chiffres et les faits pertinents, nous pouvons déjà déclarer que nous avons réussi à élever notre profil dans l'industrie et à sensibiliser nos marques haut de gamme encore plus à travers une intégration de l'événement sportif et des liens commerciaux en particulier en ce qui concerne les revendeurs de pneumatiques spécialisés", indique M. Hippe.

Il a poursuivi : "Dans nos marchés les plus importants, tels que l'Italie, la Russie, la Pologne ainsi que dans le marché allemand, nous avons réussi à obtenir à la fois une présence publicitaire périphérique visible sur le bord des terrains et à attirer aussi l'attention sur nos plus importantes marques grâce aux présentations télévisées. Nous pensons avoir touché plus de 8 milliards de téléspectateurs. Les taux d'audience des quarts de finale ont atteint plus de 80 %. Nous sommes aussi convaincus que nous avons été en mesure d'accroître notre profil dans les plus importantes régions de croissance en dehors de l'Europe à savoir l'Amérique du Sud et l'Asie." En outre, Continental était aussi un sponsor officiel sur le site officiel du Championnat www.euro2008.com qui a été consulté 1,3 milliard de fois depuis février 2008, ce qui en fait de loin le site Internet de sport le plus consulté.

M. Hippe a aussi mentionné le fait que Continental a accueilli plus de 3500 clients et représentants de la presse au cours des trois semaines qu'a duré la compétition. Plus de 1700 de ces invités en ont profité pour participer à des événements de conduite

ContiSafetyExperience dans les centres de sécurité de conduite de ÖAMTC à Teesdorf près de Vienne et de TCS à Betzholz près de Zurich. Ces invités ont pu ainsi découvrir les technologies de pointe de Continental pour l'automobile d'aujourd'hui et de demain et assouvir leur curiosité en questionnant les quelque 80 experts participant à ces démonstrations.

"Comme nous l'avions déjà fait pour la Coupe du Monde FIFA 2006, Nous avons constamment intégré le parrainage dans tous les modules de notre communication de produit et dans nos actions d'accompagnement pendant le championnat en vue d'établir une présence cohérente et constante de la marque", explique Michael Kohl, chef de projet. Que ce soit le transport des invités, l'organisation de salons d'hôtels dans le cadre de ContiSafetyExperience ou les zones d'hospitalité à Vienne, à Salzbourg, à Berne et à Bâle et les apparitions dans les huit Fan Zones, la présence et le profil de la marque a été constamment maintenue.

"Au cours de ContiSafetyExperience il nous importait beaucoup de proposer un éventail complet de démonstrations telles que le freinage sur surface de 80 km/h à l'arrêt complet avec des profondeurs de profil de 8, 3 et 1,6 millimètres ou une tentative de freinage à partir de 30 km/h en mettant l'accent sur l'association de pneumatiques concepts et du contrôle de la stabilité électronique ainsi que les technologies de l'avenir comme le système de pneumatique intelligent, le système d'avertissement en cas de sortie de voie, la conduite hybride, la communication de véhicule à véhicule et les systèmes de suspension pneumatique pour les véhicules tout terrain", déclare Ralf Hoffmann, responsable de marque pour les activités européennes de remplacements de pneumatiques de véhicules de tourisme et chef de projet de ContiSafetyExperience.

Continental était aussi présente dans les huit Fan Zones qui d'après l'UEFA ont accueilli plus de quatre millions de visiteurs. La société a aussi parrainé dans certaines universités allemandes des retransmissions publiques de 14 événements. En outre, le portail footballistique www.ContiSoccerWorld.com avec plus d'un million de visiteurs uniques au mois de juin et la plate-forme ludique en ligne www.ContiFanWorld.com ont représenté des supports de communication attractifs.

Le DVD multimédia "Our road to Vienna", qui a été distribué aux représentants de la presse dans les huit centres de presse de UEFA EURO 2008, fait actuellement l'objet d'une refonte totale afin de proposer au début septembre une documentation complète à base de vidéos, d'annonces et de photos retraçant toutes les activités. "Voilà notre bilan pour nos activités 2008", déclare M. Hippe qui s'impliquera personnellement dans les préparatifs pour la Coupe du Monde de football. Il a poursuivi : "Nous détenons la plus importante part de marché en Afrique du Sud sur le créneau de remplacement des pneumatiques. Notre part de marché alimentée par des pneumatiques produits localement s'élève à plus de 20%. A Port Elizabeth, Afrique du Sud, Continental exploite un site de fabrication de pneumatiques pour les voitures de tourisme qui a produit 2,6 millions de pneumatiques en 2007 avec une main d'oeuvre de 1600 employés. Ces pneumatiques ont été vendus à la fois dans le créneau des équipementiers et dans le secteur des pneumatiques de remplacement." Continental dispose également d'une usine de fabrication de pneus pour véhicules commerciaux qui répond à la demande de la clientèle située au sud du Sahara et à la demande dans les pays accueillant la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Avec un chiffre d'affaires de plus de 25 milliards d'euros (sur la

base des résultats de 2006), Continental Corporation figure parmi les cinq principaux équipementiers au monde. Fournisseur de pneus, de systèmes de freinage, de solutions et de composants de groupe motopropulseur et de châssis, d'instrumentation, de produits d'infodivertissement, de systèmes électroniques pour l'automobile et d'élastomères techniques, le groupe apporte sa contribution à optimiser la sécurité au volant tout en préservant la planète et son climat. Il dispose également de compétences en matière de réseaux de communication pour automobiles. Continental compte actuellement environ 150 000 employés répartis sur près de 200 sites dans 36 pays.

Les divisions Pneumatiques de Continental sont sponsor officiel la Coupe du Monde de l'UEFA 2010. Pour plus de renseignements, veuillez consulter les sites Web suivants

<http://www.ContiSoccerWorld.com>, <http://www.ContiFanWorld.com> et

<http://www.conti-online.com>.

Base de données médias :

<http://www.mediacenter.continental-corporation.com>

Contact:

Alexander Lührs

Responsable des relations publiques - PLT Tires

Tél.: +49/511/938-2615

Fax: +49/511/938-2455

E-Mail: alexander.luehrs@conti.de

Continental AG

Buettnerstr. 25 / D-30165 Hanover

Internet: www.conti-online.com, www.ContiSoccerWorld.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100010257/100566218> abgerufen werden.