

Informazione stampa Stato: 31.01.2022

Hyundai e Chelsea FC: La coppia perfetta

- **Hyundai Motor ha pubblicato il quinto episodio della seconda stagione del suo podcast, Are We There Yet?**
- **Guy Laurence, amministratore delegato del Chelsea Football Club, e Matt Dunnakey, responsabile del marketing di Hyundai Motor UK, hanno parlato con la conduttrice Suzi Perry del successo della collaborazione tra i due attori globali.**
- **Entrambi gli ospiti rivelano intuizioni sulle loro vite precedenti e trovano un terreno comune: compreso l'essere stati rifiutati dalle loro squadre scolastiche di calcio e le loro relazioni con i pianoforti**
- **Ascolta e iscriviti al podcast [qui](#)**

Hyundai Motor ha rilasciato il quinto episodio della seconda stagione del suo podcast Are We There Yet? Guy Laurence, Chief Executive del Chelsea Football Club, e Matt Dunnakey, Head of Marketing di Hyundai Motor UK (HMUK), si uniscono alla conduttrice Suzi Perry in "Hyundai e Chelsea FC: The Perfect Match" per parlare della partnership di Hyundai con il Chelsea, la necessità di transizione e come convincere i professionisti del calcio a guidare elettrico.

Nella seconda stagione, quinto episodio, Guy Laurence e Matt Dunnakey condividono le loro impressioni di vita precedenti. Gli ascoltatori possono scoprire come i due ospiti hanno rivelato come sono stati entrambi respinti dalle rispettive squadre di calcio scolastiche. Inoltre, scoprono come Guy e Matt condividano il comune legame con i pianoforti - compreso chi di loro è stato una volta impiegato come pianista in un hotel di proprietà di Richard Branson.

Il Chelsea è uno dei club di calcio di maggior successo in Inghilterra, avendo vinto più di trenta titoli di varie competizioni, compresi sei titoli di campionato e otto trofei europei. Hyundai è diventata Global Automotive Partner del Chelsea nel 2018. Guy Laurence, da sempre fan del club, si è unito al Chelsea come Chief Executive nel 2018. In questo ruolo, è responsabile delle operazioni quotidiane, compreso il continuo sviluppo delle attività commerciali dei Blues in tutto il mondo, concentrandosi sull'aumento dei ricavi del club.

Laurence spiega come sia importante per il Chelsea collaborare con marchi che dimostrano leadership e innovazione. Ha rivelato che, da quando è diventato il Global Automotive Partner del club nel 2018, Hyundai ha potuto condividere la sua esperienza come leader nell'elettrificazione e nella sostenibilità. In cambio, Hyundai è in grado di ampliare il suo messaggio per la base di fan globali del Chelsea, così come a quella della Premier League e di elettrificare ulteriormente la mobilità della squadra.

"La nostra filosofia è molto semplice: vogliamo collaborare con marchi che sono leader nel settore o innovatori. E, in parole povere, Hyundai era entrambe le cose", dice Laurence. "Abbiamo molte cose in comune, come la sostenibilità, e quindi abbiamo sentito che potevamo imparare molto da [Hyundai]. Ma potremmo anche contribuire ad amplificare il lavoro che stanno facendo nel campo dell'elettrico per i loro clienti e potenziali clienti - quindi era una buona soluzione".

Anche se Matt Dunnakey ha studiato legge all'università, la sua passione per le auto - in particolare quelle classiche, di cui ne possiede tre - lo ha portato all'industria automobilistica, dove lavora da 23 anni. È entrato in Hyundai Motor UK come responsabile del marketing nel 2020. In questo ruolo, supervisiona la strategia generale di marketing di Hyundai Motor UK, e il suo obiettivo è quello di sviluppare e costruire la relazione di Hyundai con il Chelsea a lungo termine attraverso attività che promuovono la sostenibilità e i valori allineati dei marchi. Durante il podcast, Dunnakey ha sottolineato come la partnership Hyundai-Chelsea si sia consolidata negli ultimi anni grazie ai loro obiettivi comuni.

"Noi [Hyundai] abbiamo avuto, come marchio, una lunga presenza nel calcio negli ultimi 20 anni. Ma in realtà, il rapporto con il Chelsea non è stato cementato fino agli ultimi anni. E la ragione per cui è nata era [...] un allineamento di valori, era un allineamento di obiettivi, ed era il fatto che i marchi stanno davvero cercando di vincere", dice Dunnakey. "Ma quello che sta facendo (Hyundai) non è solo mettere un logo su una maglietta, è dimostrare pubblicamente che stiamo andando nella stessa direzione. Abbiamo gli stessi obiettivi. Siamo entrambi molto appassionati di sostenibilità e di vincere, ed entrambi mettiamo i nostri clienti al primo posto, quindi è davvero un'accoppiata perfetta".

Negli ultimi anni, le due organizzazioni hanno intrapreso una serie di attivazioni relative a questo tema, tra cui la ["Electric Blues" training session](#) con la IONIQ 5 di Hyundai, e la campagna ["Turn the Blues Green](#), che ha visto la casa automobilistica fornire una flotta di modelli KONA Electric alle giocatrici del Chelsea Women's team, che sono le attuali campionesse della FA Women's Super League e della FA Cup femminile. Durante l'ultimo episodio di Are We There Yet?, i due ospiti hanno anche discusso l'importanza della sostenibilità. Laurence ha sottolineato come la partnership del Chelsea con Hyundai genera una piattaforma per il trasferimento delle conoscenze, e che ha portato direttamente a un beneficio ambientale netto, in quanto 12.000 vecchi sedili dello stadio di Stamford Bridge sono stati recuperati invece che finire in una discarica.

"La scorsa stagione abbiamo tolto e sostituito 12.000 posti a sedere dello stadio. Non sono sicuro che ci saremmo dati da fare per assicurarci che non finissero in una discarica se non fosse stato per Hyundai e le discussioni che abbiamo avuto con loro, perché non sapevamo quali fossero le alternative, oltre alle discariche", dice Laurence. "Questo è un buon esempio di dove [la Hyundai Partnership] ci ha spinto e ci aiuta in questo viaggio verso la sostenibilità".

Iscriviti al podcast di Hyundai, Are We There Yet?, e ascolta l'ultimo episodio ora per saperne di più su ciò che rende la partnership tra Hyundai e Chelsea così di successo.

Seconda stagione, episodio cinque di Are We There Yet? è ora online e disponibile per gli ascoltatori su [Spotify](#), [Apple](#), [Google](#), [Podcasts](#), [Stitcher](#), [Acast](#) e altre piattaforme di streaming podcast. È prodotto da Fresh Air Production.

* * *

Ulteriori informazioni su Guy Laurence

Guy Laurence ha iniziato come Chief Executive del Chelsea Football Club nel febbraio 2018. Ha la responsabilità generale delle operazioni quotidiane del club, compreso il continuo sviluppo delle attività commerciali del Chelsea nel Regno Unito e in tutto il mondo, concentrandosi sull'aumento dei ricavi del club.

Prima di entrare a far parte del Chelsea, Laurence è stato presidente e amministratore delegato di Rogers Communications, una delle più grandi aziende di comunicazione e media del Canada. In precedenza ha anche ricoperto diverse posizioni di alto livello all'interno di Vodafone, una delle più grandi società di telecomunicazioni del mondo, tra cui CEO di Vodafone UK.

Ulteriori informazioni su Matt Dunnakey

Matt Dunnakey lavora nell'industria automobilistica da 23 anni. Prima di entrare in Hyundai Motor UK nel 2020, ha lavorato per diversi altri marchi nel Regno Unito, in Europa e in Cina.

Come responsabile del marketing di Hyundai Motor UK, Dunnakey è responsabile della supervisione della strategia di marketing dell'azienda. Ha anche un ruolo chiave nell'attivare ed espandere il rapporto di Hyundai e Chelsea FC.

* * *

A disposizione dei media per domande redazionali:**Hyundai Suisse**

Nicholas Blattner, tel.: +41 44 816 43 45; fax: +41 44 816 43 09; e-mail: nicholas.blattner@hyundai.ch

I comunicati stampa e le immagini possono essere visionati e/o scaricati sul sito destinato ai media di Hyundai all'indirizzo: news.hyundai.ch