

Information de presse État: 31.01.2022

Hyundai et le FC Chelsea: faits l'un pour l'autre

- Hyundai Motor a diffusé le cinquième épisode de la deuxième saison de son podcast «Are We There Yet?»
- Guy Laurence, directeur général du Chelsea Football Club, et Matt Dunnakey, responsable du Marketing chez Hyundai Motor UK, ont parlé à Suzi Perry du partenariat à succès entre deux acteurs mondiaux
- Les deux invités ont révélé des détails sur leurs vies et se sont trouvés des points communs: ils ont été rejetés par l'équipe de football de leur école et ils aiment le piano
- Écoutez et inscrivez-vous au podcast [ici](#)

Hyundai Motor a diffusé le cinquième épisode de la deuxième saison de son podcast «Are We There Yet?». Guy Laurence, directeur général du Chelsea Football Club, et Matt Dunnakey, responsable du marketing chez Hyundai Motor UK (HMUK), se sont retrouvés sur le plateau de Suzi Perry pour «Hyundai et le FC Chelsea: faits l'un pour l'autre» («Hyundai and Chelsea FC: the perfect match») pour parler du partenariat entre Hyundai et Chelsea, le besoin d'un changement et la façon de convaincre les pros du foot de conduire des voitures électriques.

Dans cet épisode cinq de la saison deux, Guy Laurence et Matt Dunnakey révèlent aussi des détails sur leurs débuts dans la vie et leurs carrières. Les auditeurs peuvent découvrir comment tous deux ont été recalés par l'équipe de foot de leur école. Et ils découvrent également le rapport particulier que les deux intervenants entretiennent avec les pianos, à tel point que l'un des deux a même été pianiste dans un hôtel appartenant à Richard Branson.

Avec un palmarès riche de plus de trente succès, y compris six titres de champion de la League et huit trophées européens, Chelsea fait partie des clubs anglais les plus performants. Hyundai est devenu partenaire automobile mondial de Chelsea en 2018. La même année où Guy Laurence, fan du club depuis toujours, en est devenu le directeur général. À ce poste, il est responsable des opérations quotidiennes, y compris du développement continu des activités commerciales des Blues au plan mondial, avec une priorité à l'augmentation des revenus du club.

Laurence explique à quel point il est important pour Chelsea d'être partenaire de marques qui font preuve de leadership et d'innovation. Il révèle que, depuis que Hyundai est devenu partenaire automobile mondial du club en 2018, elle a démontré son expertise en tant que leader de l'électrification et de la mobilité durable. En contrepartie, ce partenariat permet à Hyundai d'élargir son message à la base de fans de Chelsea au niveau mondial, autant qu'à celle de la Premier League et d'augmenter la part électrique de la mobilité de l'équipe.

«Notre philosophie est simple: nous voulons que nos marques partenaires soient ou des leaders sur leur marché ou des entreprises innovantes. Et c'est simple: Hyundai remplissait les deux conditions», explique Laurence. *«Nous avons beaucoup de choses en commun, comme la durabilité, et nous sentions que nous*

pouvions apprendre beaucoup de Hyundai. Mais nous pouvions aussi aider à donner plus d'ampleur aux efforts qu'ils faisaient en matière d'électrification auprès de leurs clients et de clients potentiels. C'était donc un bon accord.»

Bien qu'il ait étudié le droit à l'université, sa passion pour les voitures – en particulier les véhicules anciens dont il possède trois exemplaires – a amené Matt Dunnakey vers l'industrie automobile dans laquelle il travaille depuis 23 ans. Il a rejoint Hyundai Motor UK en tant que responsable du marketing en 2020. À ce poste, il supervise la stratégie marketing complète de Hyundai Motor UK. Son objectif est de développer et de renforcer la collaboration entre Hyundai et le FC Chelsea sur le long terme, par le biais d'activités qui mettent en avant la durabilité et les valeurs communes aux deux marques. Dans ce podcast, Dunnakey souligne la façon dont le partenariat entre Hyundai et Chelsea s'est récemment renforcé grâce à leurs objectifs communs.

«En tant que marque, nous [Hyundai] sommes présents dans le football depuis 20 ans déjà. Mais la relation avec Chelsea ne s'est renforcée que durant ces dernières années. C'est grâce à un alignement de valeurs, un alignement d'objectifs et le fait que les deux marques font tout pour gagner que cela s'est concrétisé», déclare Dunnakey. «Mais nous ne nous contentons pas de mettre un logo sur un maillot, nous montrons publiquement que nous allons dans les mêmes directions. Nous avons les mêmes objectifs. Nous sommes tous deux passionnés par la durabilité et la victoire et nous plaçons tous deux nos clients en priorité: l'entente est donc parfaite.»

Récemment, les deux organisations se sont lancées dans diverses activités en rapport avec ces thématiques, comme la [“Electric Blues” training session](#) avec le IONIQ 5 de Hyundai, et la [“Turn the Blues Green” campaign](#), au cours de laquelle le constructeur automobile a mis une flotte de KONA Electric à disposition des joueuses de l'équipe féminine de Chelsea, actuelle championne de la FA Women's Super League et de la Women's FA Cup. Dans ce nouvel épisode de «Are We There Yet?», les deux invités parlent également de l'importance de la durabilité. Laurence souligne à quel point le partenariat entre Chelsea et Hyundai constitue une plateforme pour le transfert de connaissances et que, de façon directe, il a entraîné un bénéfice net pour l'environnement puisque 12 000 anciens sièges du stade de Stamford Bridge ont évité de finir à la déchetterie.

«L'année dernière, nous avons démonté et remplacé 12 000 sièges du stade. Si nous n'avions pas eu ces discussions avec Hyundai, je ne suis pas certain que nous aurions tout fait pour qu'ils ne finissent pas à la décharge. Tout simplement parce que nous n'aurions pas su quoi en faire d'autre», raconte Laurence. «Voilà un bon exemple de ce que notre partenariat nous a amené à faire. Il nous aide dans notre chemin vers la durabilité.»

Inscrivez-vous au podcast de Hyundai «Are We There Yet?» et écoutez ce nouvel épisode pour en apprendre plus sur la façon dont le partenariat entre Hyundai et Chelsea est couronné d'autant de succès.

Saison deux, épisode cinq de «Are We There Yet?» est maintenant en ligne et disponible pour les auditeurs sur [Spotify](#), [Apple](#), [Google Podcasts](#), [Stitcher](#), [Acast](#) et les autres plateformes de podcasts en streaming. Il est produit par Fresh Air Production.

* * *

À propos de Guy Laurence

Guy Laurence a pris ses fonctions de directeur général du Chelsea Football Club en février 2018. Il a la responsabilité générale des activités quotidiennes du club, y compris le développement continu des activités commerciales de Chelsea au Royaume-Uni et dans le monde, avec une priorité à l'augmentation des revenus du club.

Avant de rejoindre Chelsea, Laurence était président et directeur général de Rogers Communications, l'une des plus grandes entreprises de média et de communication au Canada. Avant cela, il avait également occupé plusieurs fonctions dirigeantes, y compris celle de directeur opérationnel pour le Royaume-Uni, chez Vodafone, l'une des plus grandes entreprises mondiales de télécommunications.

À propos de Matt Dunnakey

Matt Dunnakey travaille dans l'industrie automobile depuis 23 ans. Avant de rejoindre Hyundai Motor UK en 2020, il a travaillé pour différentes autres marques au Royaume-Uni, en Europe et en Chine.

En tant que directeur du marketing de Hyundai Motor UK, Dunnakey est chargé de superviser la stratégie de communication de l'entreprise. Il joue aussi un rôle déterminant dans la mise en place et le développement de la relation fructueuse entre Hyundai et le FC Chelsea.

* * *

Personne de contact:

Hyundai Suisse

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

Les communiqués de presse et les photos peuvent être consultés ou téléchargés sur le site Internet de Hyundai réservé aux médias: news.hyundai.ch