Tisková informace

Kia v rámci Evropské ligy UEFA zprostředkuje 11letému chlapci z Klokánku neopakovatelný virtuální zážitek

- **Chlapec ze štěrboholského Klokánku bude *virtuálním oficiálním nosičem turnajového míče* v zápase Evropské ligy UEFA mezi mužstvy AC Sparta Praha a Celtic FC**
- **Své role se z důvodu probíhající epidemie COVID-19 zhostí na dálku, díky živému přenosu na velkoplošnou obrazovku však bude přesto ve středu dění**
- **Program *‚oficiálního nosiče turnajového míče‘* Kia pro mladé fanoušky z celé Evropy vznikl v roce 2018, kdy se Kia stala oficiálním sponzorem Evropské ligy UEFA**

Praha, 25. listopadu 2020 – Společnost KIA MOTORS CZECH spolu s UEFA zprostředkují ve čtvrtek 26. listopadu vybranému chlapci z Klokánku Štěrboholy v Praze unikátní fotbalový zážitek. V rámci zápasu Evropské ligy UEFA mezi mužstvy AC Sparta Praha a Celtic FC, který začíná v 18:55h se chlapec stane virtuálním *oficiálním nosičem turnajového míče* (VOMBC). Program oficiálních nosičů turnajového míče funguje od sezóny 2018/2019, kdy se automobilka Kia stala oficiálním sponzorem Evropské ligy UEFA. Role OMBC umožňuje mladým fotbalovým fanouškům ve věku od 8 do 12 let získat jedinečnou příležitost přinést na trávník oficiální turnajový míč před zraky celého stadionu, kam přivedou rozhodčí, činovníky zápasu a samotné hráče.

Aby mladí fanoušci nebyli o tuto možnost připraveni ani během pandemie onemocnění COVID-19, přišla Kia s alternativním řešením, které jim umožní zachovat živý kontakt s hráči a zároveň si odnést nezapomenutelný zážitek. Na letenském stadionu bude umístěna velkoplošná obrazovka s kamerou, skrze kterou bude probíhat živé spojení mezi procházejícími hráči obou klubů a vybraným chlapcem. Bude zde tak prostor pro pozdravy i pro navázání krátkého hovoru mezi chlapcem a hráči.

„Program oficiálního nosiče turnajového míče je pro nás velmi důležitý. Umožňuje totiž zprostředkovat mladým fanouškům zážitek, na který budou vzpomínat celý život. Jsme proto velmi rádi, že se nám podařilo zachovat živý kontakt mezi fanoušky a hráči, i když skrze virtuální platformu. Doufáme přitom, že brzy se budou moci mladí fanoušci opět objevit přímo na zaplněném stadionu a zažít tuto neopakovatelnou atmosféru na vlastní kůži,“ říká Kateřina Vaňková Jouglíčková, PR & Corporate Event Manager KIA MOTORS CZECH. Zároveň dodává, že Kia hledá způsoby, jak fanouškům ještě více přiblížit atmosféru přímo ze stadionu. Během pandemií ovlivněného finále loňského ročníku Evropské ligy UEFA 2019/20 v německém Kolíně nad Rýnem proto vyzkoušela předání turnajového míče v reálném čase pomocí virtuální reality a 360stupňové kamery.

Prvním lokálním virtuálním oficiálním nosičem turnajového míče utkání Evropské ligy UEFA v sezoně 2020/21 bude pro zápas mezi mužstvy Sparta Praha a Celtic Glasgow konaném ve čtvrtek 26.

listopadu 11letý Mbai Onassie Eseme. Chlapec je v současné chvíli umístěn spolu se svými sourozenci v Klokánku Štěrboholy, který český importér vozů Kia podporuje. *„Malého Onassie k fotbalu přivedl otec, se kterým si nyní rádi společně zakopou. V minulosti hrál Onassie za teplický fotbalový klub a patřil vždy k nejlepším hráčům na hřišti. Proto jsme byli velmi rádi, když nás Kia s touto možností oslovila. Nejen pro Onassieho, ale pro celý život v našem Klokánku je to velká událost,“* říká Mgr. Petra Vídenská, ředitelka Klokánku Štěrboholy. Onassie fotbalem doslova žije, v létě strávil týden na příměstském fotbalovém táboře, ze kterého si odvezl spoustu zážitků.

Poznámky pro redaktory (ky):

O partnerství s UEFA Evropskou ligou: Kia je oficiálním partnerem Evropské ligy UEFA od roku 2018, kdy s fotbalovou asociací podepsala tříletou smlouvu. Kromě programu oficiálního nosiče turnajového míče vzniklo pro vyřazovací zápasy sezony 2018/19 na základě této smlouvy také tzv. Trofejní turné. V jeho rámci měli fanoušci možnost spatřit trofej pro vítěze Evropské ligy na vlastní oči a zároveň se setkat s fotbalovými legendami na vlastní oči. Letos se turné kvůli epidemii nemoci Covid-19 neuskutečnilo. Kromě aktivit posilujících zapojení fanoušků do soutěže je Kia také oficiálním dopravcem finále Evropské ligy UEFA. Každoročně tak pro zajištění hladkého chodu finále soutěže dodává flotilu 90 vozů, které slouží k přepravě rozhodčích, oficiálních činovníků, delegátů i VIP osobností

O FOD Klokánek Štěrboholy: Klokánek je projekt Fondu ohrožených dětí s nepřetržitým provozem, který je alternativou k systému ústavní výchovy poskytující dětem rodinnou péči. Péče je dětem poskytována na nezbytně nutnou dobu, a to dokud se nemohou vrátit zpět do své vlastní rodiny, či do doby, než je jim nalezen nový náhradní domov. Štěrboholský Klokánek disponuje 7 bytovými jednotkami s kapacitou až pro 28 dětí.

Více informací:

Kateřina VAŇKOVÁ JOUGLÍČKOVÁ
PR & Corporate Event Manager

KIA MOTORS CZECH s.r.o.
Jihlavská 1558/21
140 00 Praha 4 - Michle

Tel.:+420 267 188 434
Mobil:+420 731 386 406
E-Mail: k.vankova.jouglickova@kia.cz
Press portal: www.kia-express.cz

# # #

KIA MOTORS CZECH – je výhradním dovozcem nových automobilů značky KIA do České republiky, ve které působí od roku 1993. Za dobu své existence prodala na českém trhu přes 130 000 osobních automobilů. KIA aktuálně nabízí 9 modelů, 12 modelových variant z toho 11 s alternativním pohonem (MHEV, HEV, PHEV, EV). Distribuční síť značky Kia je rozmístěna po

celé ČR v počtu 56 autorizovaných prodejních a servisních míst a zaujímá 8. místo na trhu. Od roku 2015 spolupracuje se společností Autodrom Most, podílí se na osvětě bezpečnosti a prevenci se zaměřením na krizové situace v běžném silničním provozu. Od roku 2009 spolupracuje s Nadací Naše dítě a aktivně se zasazuje o podporu a pomoc rodinám se znevýhodněnými či zdravotně postiženými dětmi. Více než 90 českých projektů podpořila finanční částkou převyšující 3 miliony korun. Více informací o společnosti KIA MOTORS CZECH naleznete na stránkách www.kia.cz.

Kia Motors Corporation – výrobce kvalitních a moderních vozidel pro všechny mladé duchem. Automobilka KIA, založená v roce 1944, dnes prodává okolo 3 milionů vozidel ročně ve více než 190 zemích s 52 000 zaměstnanci po celém světě a ročními příjmy přesahující 58 bilionů KRW (přibližně 50 miliard USD). Výroba automobilů značky KIA pochází z vlastních výrobních závodů v šesti zemích světa. KIA v současnosti stojí na čele přechodu na čistě elektrická vozidla a podílí se na rozvoji mobility a služeb s tím spojených tak, aby pomohla řešit výzvy měst po celém světě. Slogan značky „The Power to Surpise“ vyjadřuje celosvětový závazek značky překvapit svět vzrušujícími, inspirativními zážitky, které překonávají očekávání. Více informací o společnosti Kia Motors Corporation naleznete na stránkách www.kianewscenter.com