Vivo annonce la campagne Mon temps, ma Coupe du monde de la FIFA pour la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™

La nouvelle campagne de Vivo encourage tout le monde à saisir le moment sur la plus grande scène du monde : la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018

BEIJING, 24 mai 2018 /PRNewswire/ -- Vivo, le sponsor officiel des smartphones de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018, a lancé aujourd'hui une nouvelle campagne internationale intitulée *Mon temps, ma Coupe du Monde de la FIFA* au Parc forestier olympique de Beijing. La campagne inclut des spots de publicité et des actions spéciales de marketing à base de musiques et de photos. Ces dernières comprennent le programme Photographe super fan de Vivo, qui offre aux fans un accès sans précédent au terrain, au stade et aux séances d'échauffement, mais aussi au projet Vivo Super Time, qui améliorera l'expérience des fans lors des spectacles de la Coupe du Monde de la FIFA.

Mon temps, ma Coupe du monde de la FIFA
La campagne thématique défend la conviction que tout le monde peut être extraordinaire et invite les gens du monde entier à saisir les moments opportuns pour vivre de manière extraordinaire. Dans cette Coupe du monde de la FIFA, Vivo souhaite donner aux gens les moyens d'être plus que de simples spectateurs pour se convertir en des participants créatifs, capables de capturer des moments extraordinaires à voir, partager et ne pas oublier.

Lors du lancement, Deng Li, directeur adjoint de la marque Vivo, a affirmé que « la caméra et la musique font non seulement partie de l'ADN de Vivo, mais elles représentent également les deux moyens essentiels permettant aux gens de vivre, saisir et partager des moments extraordinaires qui se passent autour d'eux avec leurs smartphones. Pour cette édition de la Coupe du Monde de la FIFA, Vivo jouera sur ces deux éléments et nos technologies innovantes pour aider les fans à insuffler de l'énergie à la campagne *Mon temps, ma Coupe du monde de la FIFA*. »

Un contingent de stars : les photographes super fans de Vivo
Lors de l'évènement, Vivo a annoncé le lancement du programme des Photographes super fans de Vivo, qui recrutera des fans du football, des consommateurs et des invités spéciaux passionnés de photographie pour participer aux éditions 2018 et 2022 de la Coupe du Monde de la FIFA et immortaliser des moments extraordinaires en jouissant d'un accès exclusif au cœur de l'action.

Bebeto, vainqueur de la Coupe du Monde de la FIFA 1994 et légende du football brésilien et Ruud Gullit, ancien joueur de l'équipe nationale des Pays-Bas et vainqueur du Ballon d'Or en 1987 ont été spécialement invités pour recevoir le certificat de publicité de la FIFA des mains des représentants des photographes super fans de Vivo. « La danse de célébration de but dédiée à mon fils nouveau-né lors de la Coupe du monde de 1994 fut mon moment extraordinaire. J'ai hâte que les super fans de Vivo puissent saisir et partager les moments les plus magiques de cette Coupe du monde avec la planète entière », a déclaré Bebeto. « Marquer un but lors du tournoi en 1990 fut mon moment le plus extraordinaire de la Coupe du monde. Et cette Coupe du monde, qui réunira comme toutes les autres les meilleurs joueurs de la planète, nous fera vivre sans aucun doute des moments vraiment spectaculaires et mémorables », a ajouté Gullit.

Composé de 128 personnes, le contingent de photographes super fans de Vivo de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018, sera truffé de stars, dont des célébrités, des personnalités influentes des réseaux sociaux, des partenaires médias et les principaux leaders d'opinion du monde entier. Avant chaque match, les photographes super fans de Vivo recevront un smartphone Vivo et jouiront d'un accès privilégié au terrain et au stade pour filmer du contenu exclusif, comme les échauffements d'avant-match, et les partager avec le monde entier.

« Nous sommes ravis de lancer ce programme avant la Coupe du Monde de la FIFA. Nous avons hâte de partager nos produits les plus récents et innovants avec les photographes super fans de Vivo pour leur donner les moyens de saisir des moments extraordinaires et les partager avec le monde entier. Dans le cadre du parrainage de Vivo de la Coupe du Monde de la FIFA, nous souhaitons impliquer davantage les supporters de sorte qu'ils puissent pleinement participer à l'évènement », a ajouté Deng.

Un festival grandiose de musique : Vivo Super Time
Dans le cadre de cette campagne visant à unir les fans du ballon rond et les mélomanes du monde entier, Vivo lancera également le projet Vivo Super Time, qui proposera une série d'activités musicales uniques tout au long du tournoi, dont le spectacle Vivo Super DJ lors des 64 matchs.

Ce projet prendra fin le 15 juillet lors de la finale de la Coupe du Monde de la FIFA™, au cours de laquelle Vivo préparera un moment spécial Vivo Super Time pendant l'interprétation de la chanson officielle. C'est la première fois que la FIFA invite un sponsor à participer à la présentation de l'interprétation musicale de la chanson officielle lors de la cérémonie de clôture de la finale.

« Le projet Vivo Super Time veut impliquer tous les participants dans la création d'un moment historique à la Coupe du Monde de la FIFA de cette année », a ajouté Deng.

Édition limitée du smartphone V9 Blue de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™
Pour célébrer le partenariat, Vivo a également lancé une édition limitée du smartphone V9 Blue à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™. Alimenté par un processeur octocœur de 4 Go de RAM sur une puce Snapdragon 626 de Qualcomm, l'édition limitée du smartphone V9 Blue de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie™ fonctionne avec la toute dernière version 8.1 d'Android OS. Il est équipé d'un écran FullView™ permettant un ratio corps/écran de 90 %, ce qui offre aux utilisateurs une formidable expérience téléspectateur en multi-écrans.

En outre, pour célébrer le parrainage de Vivo de la Coupe du Monde de la FIFA, un smartphone Vivo en édition limitée sera immortalisé au siège de la FIFA à Zurich, en Suisse. Ce sera le tout premier smartphone en édition limitée à rejoindre une collection prestigieuse d'objets et de souvenirs importants qui racontent en détail comment le football est devenu une culture mondiale.

Le directeur des ventes de la FIFA, Franck Guignery, a ajouté : « Outre le fait de contribuer à rendre la Coupe du Monde extraordinaire pour les fans, Vivo fait revivre l'esprit de la jeunesse à l'image de la passion ardente de la FIFA. Maintenant que la Coupe du monde 2018 approche, nous avons hâte de créer ensemble d'autres souvenirs inoubliables pour les gens du monde entier. »

Note aux rédacteurs :

En tant que marque mondiale ciblant les jeunes consommateurs passionnés, Vivo a signé en 2017 un accord de parrainage de six ans avec la FIFA allant jusqu'en 2022, qui inclut la Coupe du Monde FIFA 2018 et 2022 ainsi que la Coupe des Confédérations de la FIFA.

À propos de Vivo
Étant une marque mondiale de smartphones qui s'attache à offrir une qualité sonore impeccable et une photographie irréprochable grâce à une technologie de pointe, Vivo met au point des produits innovants et stylés pour les jeunes. Nous comptons aujourd'hui plus de deux cents millions d'utilisateurs et sommes l'une des marques préférées des jeunes du monde entier. En tant que sponsor officiel de la Coupe du Monde de la FIFA™, Vivo est convaincue de l'importance d'encourager les jeunes à développer leur expression individuelle et d'adopter un style de vie dynamique.

Vous trouverez plus d'informations sur nos smartphones sur www.vivo.com.

Contact média :
Kavi Saglani
kavi.saglani@octagon.com