



vivo rejoint la Coupe arabe de la FIFA Qatar 2021™ en tant que sponsor exclusif des smartphones

vivo continue d'investir dans les grands événements sportifs internationaux et de les soutenir, touchant ainsi de nouveaux consommateurs et fans de football sur tous les marchés.

CASABLANCA, 30 novembre 2021 – vivo a annoncé aujourd'hui qu'il s'était associé à l'un des plus grands événements sportifs du monde cette année - la Coupe arabe de la FIFA Qatar 2021™, du 30 novembre au 18 décembre, pour faire vivre une expérience inoubliable aux fans de football du monde entier. Dans le cadre d'un accord de sponsoring de six ans entre vivo et la FIFA, vivo est le sponsor officiel des smartphones des compétitions de la FIFA depuis mai 2017.

Cette collaboration offre à vivo une plateforme mondiale pour entrer en contact avec les fans de football internationaux et présenter sa marque à une clientèle plus large. En tant qu'entreprise qui célèbre la "joie de l'humanité", c'est une excellente occasion de montrer comment la technologie innovante des smartphones peut capturer les moments les plus excitants, les plus émouvants et les plus incroyables.

Un grand pas en avant dans la présence internationale

Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord sont essentiels pour les activités mondiales de vivo. Depuis ses débuts en 2017 dans la région, la concentration et l'engagement de vivo ont consisté à mettre de superbes expériences de produits à la disposition des clients locaux. L'entreprise a connu une croissance rapide de ses parts de marché grâce à ses stratégies de produits et de marketing localisés. En lançant des gammes performantes, notamment les séries V et Y, vivo est devenue l'une des marques de smartphones les plus appréciées dans la région. En plaçant les utilisateurs au centre de ses préoccupations et en innovant constamment pour offrir des technologies de pointe en matière de smartphones, vivo investit également beaucoup dans la recherche et le développement.

En tant que premier tournoi pan-arabe de la FIFA, la Coupe arabe de la FIFA, Qatar 2021™, devrait attirer l'attention de la région et au-delà. Grâce à ce parrainage, vivo cherche à se connecter et à élargir sa base de clients, qui compte plus de 400 millions de personnes dans le monde.



"Nous sommes ravis d'entrer en contact avec les fans de la Coupe arabe de la FIFA Qatar 2021TM, qui sont aussi passionnés par le beau jeu que nous le sommes", a déclaré Mr Jack Wu, CEO de vivo Maroc.

"En tirant parti de notre collaboration avec la FIFA, nous espérons créer des liens avec les clients régionaux à travers l'esprit du football, et établir davantage l'image de marque créative, joyeuse et internationale de vivo."

FIN



À propos de Vivo

vivo est une entreprise technologique qui crée de grands produits basés sur une valeur axée sur la conception, avec des appareils intelligents et des services intelligents comme noyau. L'entreprise vise à construire un pont entre les humains et le monde numérique. Grâce à une créativité unique, vivo offre aux utilisateurs une vie mobile et numérique de plus en plus pratique. Conformément aux valeurs fondamentales de l'entreprise, qui comprennent Benfen*, la valeur de la conception, l'orientation vers l'utilisateur, l'apprentissage continu et l'esprit d'équipe, vivo a mis en œuvre une stratégie de développement durable dans le but de devenir une entreprise de classe mondiale plus saine et plus durable.

Tout en rassemblant et en développant les meilleurs talents locaux pour offrir l'excellence, vivo s'appuie sur un réseau de 10 centres de R&D à Shenzhen, Dongguan, Nanjing, Beijing, Hangzhou, Shanghai, Xi'an, Taipei, Tokyo et San Diego, qui se concentrent sur le développement de technologies grand public de pointe, notamment la 5G, l'intelligence artificielle, le design industriel, la photographie et d'autres technologies en devenir. vivo a également mis en place sept bases de production (y compris des centres de fabrication autorisés par la marque), à travers la Chine, l'Asie du Sud et du Sud-Est, et d'autres régions, avec une capacité de production annuelle de près de 200 millions de smartphones. À l'heure actuelle, vivo a étendu son réseau de vente à plus de 50 pays et régions, et est apprécié par plus de 400 millions d'utilisateurs dans le monde.

*Le terme "Benfen" décrit l'attitude consistant à faire les bonnes choses et à les faire correctement, ce qui correspond parfaitement à la mission de vivo, qui consiste à créer de la valeur pour la société.

Restez informé des dernières nouvelles de vivo sur <https://www.vivo.com/en/about-vivo/news>.