**LIQUI MOLY fait son entrée chez les Chicago Bulls**

Le producteur d’huiles allemand conclut un contrat publicitaire de deux ans avec l’équipe de la NBA.

**Septembre 2018. Le spécialiste allemand des huiles et additifs LIQUI MOLY fait son entrée chez les Chicago Bulls.** **La publicité dans les stades et sur les réseaux sociaux s’emparera de la forte notoriété dont bénéficie l’équipe de basketball américaine.** **Pour ce faire, LIQUI MOLY verse une somme à sept chiffres.** **« C’est notre plus important engagement dans le sponsoring en Amérique du Nord à ce jour », déclare Peter Baumann, directeur marketing de LIQUI MOLY.**

Le logo du producteur d’huiles sera bien visible dans le United Center, notamment sur les pieds des deux paniers, ainsi que sur les chaînes numériques des Bulls. Par ailleurs, LIQUI MOLY a la possibilité d’inviter des clients à voir les Bulls et leurs matchs.

« Cette coopération transatlantique n’est pas un simple investissement dans nos affaires américaines : elle rayonne bien au-delà », affirme Peter Baumann. Des centaines de millions de téléspectateurs aux quatre coins du globe suivent les matchs de la NBA, qui est, de loin, la ligue de basketball la plus populaire au monde. De plus, les Chicago Bulls comptent beaucoup de fans très fidèles, en Amérique du Nord, mais également en Amérique du Sud, en Europe, en Asie et en Australie. L’association les estime à 175 millions à l’échelle internationale, un nombre dont aucune autre équipe professionnelle ne peut se targuer aux États-Unis.

« Une discipline sportive attrayante, une ligue de renom et une équipe performante qui compte de nombreux supporters, c’est un cocktail gagnant pour nous », explique Peter Baumann. « Cette collaboration doit nous permettre d’accroître la notoriété de LIQUI MOLY en Amérique du Nord et au-delà. Dans leur domaine respectif, tant les Chicago Bulls que LIQUI MOLY sont des marques internationales. »

« Nous sommes ravis d’avoir trouvé un partenaire solide en LIQUI MOLY. C’est une marque premium, avec laquelle nous partageons un rayonnement international et un souci permanent de la qualité et de l’excellence, nous nous accordons donc très bien », déclare Matthew Kobe, le vice-président de la stratégie et de l’analyse commerciale des Chicago Bulls.

Bien que LIQUI MOLY sponsorise principalement le sport automobile, la marque sort de plus en plus souvent des sentiers battus. Dans son pays d’origine, l’Allemagne, LIQUI MOLY est le partenaire exclusif de longue date de Ratiopharm Ulm, qui joue dans la ligue nationale de basketball. Aux États-Unis, LIQUI MOLY s’implique dans le hockey sur glace avec les LA Kings dans la NHL depuis un an.

Les affaires de LIQUI MOLY aux États-Unis sont en plein essor. Au cours du premier semestre, le chiffre d’affaires a augmenté de plus de 40 % par rapport à l’année passée sur la même période. Préalablement, l’entreprise avait investi massivement sur le marché américain et y avait plus que doublé son effectif ses deux dernières années.

**À propos de LIQUI MOLY**

Avec près de 4 000 produits, LIQUI MOLY propose un assortiment de chimie automobile unique au monde : huiles moteur et additifs, graisses et pâtes, sprays et entretien automobile, colles et produits d’étanchéité. Fondée en 1957, LIQUI MOLY développe et produit ses articles exclusivement en Allemagne. La société y est le leader incontesté du marché des additifs et continuellement élue meilleure marque d’huile. L’entreprise vend ses produits dans plus de 120 pays et a réalisé un chiffre d’affaires de 532 millions d’euros en 2017.

**Pour de plus amples informations, merci de consulter:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Head of Media Relations international

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Allemagne

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

peter.szarafinski@liqui-moly.de

Chicago Bulls

Beth Grady

Senior Manager of Public & Media Relations

United Center

1901 W. Madison St.

Chicago, IL 60612-2459

Tel.: +1 (312) 455-4000

bgrady@bulls.com