

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 11 décembre 2020

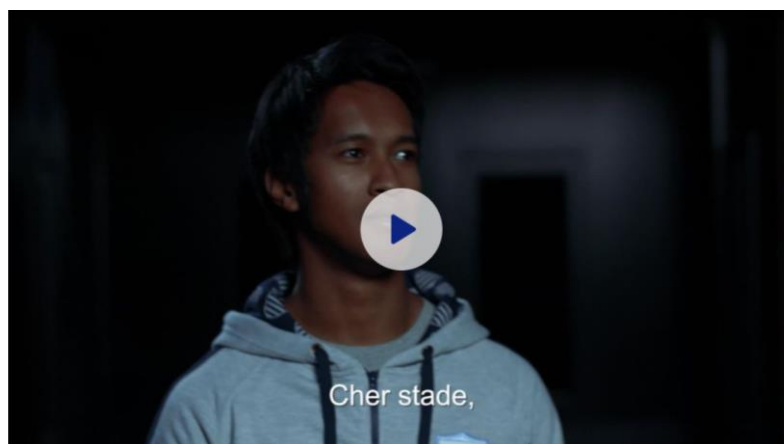
Partenariat sportif

Foncia décide de réenchanter l'expérience rugby #àDOMICILE avec le Racing 92

La crise sanitaire liée à la Covid-19, en plus de conséquences économiques et sociales sans précédent, a aussi eu un impact sur nos modes de vie, parmi lesquels notre rapport au sport et au spectacle sportif. Matches à huis clos, bars et autres lieux de rassemblement fermés... les fans de rugby n'ont d'autre choix que de regarder les rencontres depuis leur salon. C'est pourquoi Foncia, partenaire du Racing 92 depuis 2015, souhaite réenchanter l'expérience des fans à domicile, notamment grâce au digital.

S'appuyant sur une étude commandée à Kantar TNS (voir dossier de presse) qui confirme les besoins de partage des fans de sport avec leurs proches et leurs voisins, Foncia va poursuivre sa campagne #àDOMICILE avec des activations inédites pour retrouver l'ambiance de Paris La Défense Arena depuis son salon.

« Chez Foncia, on sait que l'on peut aussi vivre pleinement l'expérience rugby depuis chez soi. C'est pourquoi nous voulons faire de chaque match une expérience qui se joue aussi #àDOMICILE », explique Frédéric Fougerat, directeur de la communication et de la RSE du groupe Foncia.



Pour 74 % des fans, c'est l'ambiance du stade qui leur manque le plus

L'ambiance du stade est bien au cœur des différences avec l'expérience à domicile. Dans leur salon, les fans de sport mettent en avant la convivialité et la détente pour résumer leur expérience autour du match. D'ailleurs, ils associent la réussite de leur soirée match au confort de leur canapé et à la qualité de l'écran sur lequel ils le regardent. Cependant, pour 74 % des fans, c'est l'ambiance du stade qui leur manque le plus aujourd'hui.

Pour 40 % des Français, les matchs de rugby à domicile sont une bonne opportunité de recevoir des amis

Au stade comme dans leur salon, les fans veulent partager leur passion : 87 % des Français partagent celle pour le foot ou le rugby avec un proche, que ce soit un membre de leur famille, un ami, un collègue ou un voisin. Les retrouvailles entre proches sont d'ailleurs le deuxième manque anticipé par les fans qui ne peuvent plus se rendre au stade, et il est le troisième ingrédient d'une soirée match réussie chez soi. Pour 40 % des Français, les matchs de rugby à domicile sont une bonne opportunité de recevoir des amis et même de partager cette passion avec de nouvelles personnes, pourquoi pas avec leurs voisins ! Ils veulent aussi retrouver la proximité qu'ils avaient avec les joueurs lorsqu'ils pouvaient aller au stade.

Pour 67 % des fans de sport, le digital a été un bon moyen de garder le contact avec leur entourage

Pour plus des deux tiers des fans de sport, en situation de confinement, le digital a été un bon moyen de garder le contact avec leur entourage, de se divertir et de s'informer plus facilement. Ils ont notamment utilisé le digital pour cuisiner plus et mieux, pour améliorer leur intérieur (réaménagement, décoration...) et pour faire plus de sport.

Philippe Salle, président du groupe Foncia : « *Le sport nous offre une formidable opportunité de partager des moments de vie avec nos clients, en inventant de nouveaux services et en contribuant à connecter les voisins autour d'une passion universelle. C'est dans un contexte de crise sanitaire sans précédent, que nous avons souhaité avec la campagne #àDOMICILE, accompagner les fans dans ces nouvelles habitudes en enrichissant leur expérience, afin qu'elle soit génératrice d'émotions positives et de moments partagés. À domicile, c'est faire de son immeuble un lieu pour connecter les habitants entre eux.* »

COVID-19 : QUELS CHANGEMENTS DANS LE RAPPORT DES FRANÇAIS AU SPECTACLE SPORTIF ?

Etude Kantar TNS 2020 pour Foncia

Dans le contexte sanitaire 2020-2021, le rapport des Français et des Françaises au spectacle sportif change. Foncia a souhaité savoir quelles étaient leurs attentes pour leur offrir la meilleure expérience possible #àDOMICILE.

L'AMBIANCE DU STADE MANQUE AUX FANS

En 2021, les fans pensent-ils retourner au stade avec les mesures sanitaires ?



Quels éléments du match au stade vont manquer aux fans ?



LE SPECTACLE SPORTIF SE VIT AUSSI #àDOMICILE... CHEZ SOI

Quelles émotions sont liées à bonne soirée match à la TV ?

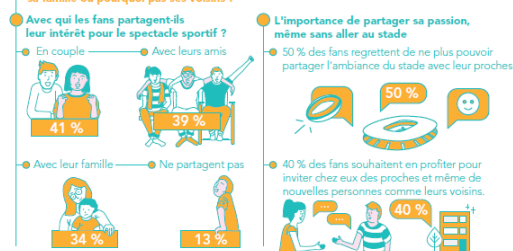


Qu'attend-on d'une bonne soirée match à la TV ?



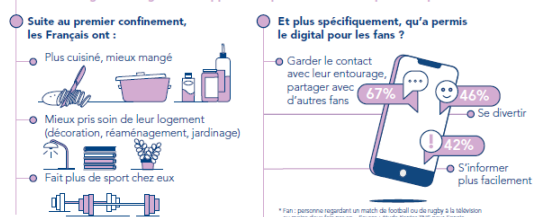
AU STADE COMME DANS LEUR SALON, LES FANS VEULENT PARTAGER LEUR PASSION

Un match au stade ou chez soi : une bonne opportunité pour recevoir des amis, sa famille ou pourquoi pas ses voisins !



LE DIGITAL FACILITE LA TRANSFORMATION DE L'EXPERIENCE DES FANS

Les confinements et les mesures sanitaires ont transformé les habitudes des fans, notamment grâce au digital : une opportunité pour réinventer le spectacle sportif chez soi.



* Fan : personne regardant un match de football ou de rugby à la télévision au moins deux fois par an - Source : étude Kantar TNS pour Foncia

Rendez-vous les 9 et 10 janvier 2021, à l'occasion du match à domicile du Racing 92 contre La Rochelle

Deux opérations inédites seront proposées aux fans des Ciel et Blanc le week-end du choc contre le Stade Rochelais.

Livraison de hot-dogs revisités par le chef Juan Arbelaez

La première opération sera une collaboration avec le célèbre chef colombien Juan Arbelaez, qui revisitera l'un des rituels de l'expérience stade, le fameux hot-dog + frites de la mi-temps. Grâce à un jeu-concours, les plus chanceux se feront livrer quelques hot-dogs à domicile, tandis que les autres pourront réaliser la recette dans leur cuisine en suivant les conseils du chef.

Débriefing de match avec les joueurs, home staging et upcycling

La deuxième opération permettra à quelques supporters, sélectionnés en amont du match, de débriefer avec des joueurs et des membres de l'encadrement du Racing 92 en visioconférence pour un échange exclusif.

D'autres opérations surprises seront mises en place tout au long de la saison 2020-2021. Foncia proposera par exemple, en avant-match, des séances de sport #àDOMICILE pour booster l'énergie des supporters, ou encore des activations visant à mettre le salon des fans aux couleurs des Ciel et Blanc grâce au home staging et à l'upcycling.

À propos de Foncia Groupe

Foncia est leader européen des services immobiliers résidentiels. N° 1 en France de la gestion de copropriétés, de la gestion locative et de la location de biens et n° 3 en *property management*. Foncia est également n°1 en Allemagne, n°1 en Belgique et n°2 en Suisse.

En 2019, forte de plus de 500 agences et de plus de 10 000 collaborateurs et collaboratrices, Foncia a géré plus de 45 000 immeubles en gestion de copropriété et plus de 350 000 biens en location. Le Groupe a réalisé plus de 70 000 locations, 15 000 transactions et 20 000 locations vacances.

Foncia accompagne au quotidien plus de 2 millions de clients à chaque étape de leur vie. Dès le premier choix de location ou d'achat d'un bien immobilier, pour y vivre, se constituer un patrimoine, ou compléter ses revenus, Foncia gère ainsi à la fois le projet de vie du bien et de son propriétaire de bout en bout.

Contacts presse :

Chrystelle Tchatat – ctchatat@sportmarket.fr / +33 1 80 88 89 09 - +33 6 76 28 43 29

Anatole Flahaut – foncia.presse@image7.fr / +33 1 53 70 74 89