

Paris, le 15 avril 2021

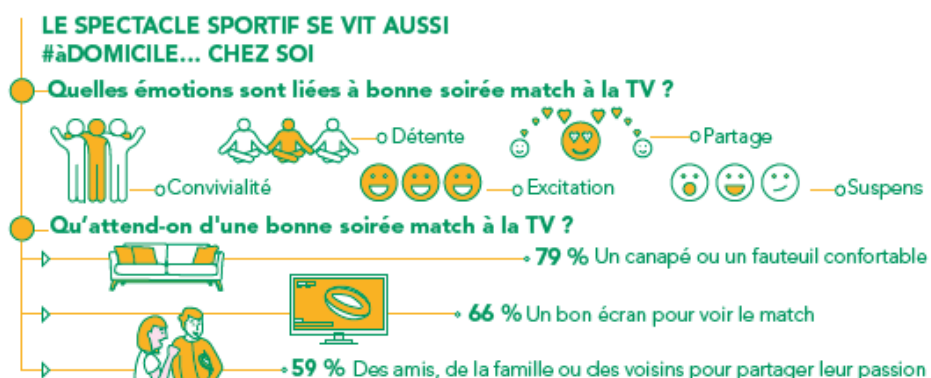
#àDOMICILE Foncia invite deux coachs #àDOMICILE à relooker le salon d'un fan de rugby

Le 19 février dernier, Foncia dévoilait un partenariat avec le chef Juan Arbelaez pour revisiter le fameux hot-dog de Paris La Défense Arena et créer une expérience unique pour les fans privés de stade en raison du contexte sanitaire. Foncia continue de s'engager pour celles et ceux qui doivent désormais suivre les matchs de rugby uniquement à la télévision et lance un jeu concours pour gagner un relooking de son salon. Tout sera pensé pour enrichir l'expérience rugby #àDOMICILE du gagnant ou de la gagnante, grâce à l'aide de deux coachs déco : canapé confortable, mobilier convivial, télévision dernière génération...

Un canapé confortable et un bon écran : les ingrédients indispensables pour suivre un match de rugby #àDOMICILE

[Selon une étude commandée par Foncia à Kantar TNS](#), la consommation du spectacle sportif fait partie intégrante du quotidien des Français qui suivent notamment les deux grands feuilletons du sport français : le football et le rugby. Trois Français sur quatre, fans de football ou de rugby, regardent au moins une fois par mois un match ; le plus souvent chez eux.

Dans leur salon, les fans de sports citent la convivialité et la détente comme deux composantes essentielles pour résumer leur expérience autour du match. Ils associent d'ailleurs, la réussite de leur soirée match au confort de leur canapé et à la qualité de l'écran sur lequel ils le regardent.



Foncia fait gagner sur les réseaux sociaux un nouveau salon pour profiter pleinement du spectacle sportif #àDOMICILE

En attendant de pouvoir inviter ses amis, sa famille ou encore ses voisins pour partager un match de rugby (et une victoire du Racing 92), Foncia propose aux passionnés de sport de remporter un nouveau salon d'une valeur de 5 000 €.

Le jeu concours, accessible via les comptes de Foncia sur [Facebook](#), [Twitter](#) et [Instagram](#), est organisé du 14 au 21 avril. Il désignera la personne chanceuse qui bénéficiera d'un coaching assuré par les influenceuses décoration connues sous les noms de [@lemondedejaia](#) et [@loisel_industry](#), et d'une shopping list qui inclut une télévision offerte par Boulanger, lui aussi partenaire du Racing 92. Quatre autres gagnants remporteront également un chèque cadeau Boulanger d'une valeur de 200 € pour équiper leur salon avec des nouveaux produits multimédias.

Une fois le gagnant ou la gagnante désigné, les coachs [@lemondedejaia](#) et [@loisel_industry](#) travailleront ensemble pour proposer un projet de relooking décoration permettant de repenser la façon de regarder un match de rugby depuis son salon. Chaque étape du projet sera présentée sur leurs comptes Instagram et sera l'occasion pour tous et toutes de profiter de leurs précieux conseils. Parmi les idées qui seront proposées, l'une s'appuiera sur l'esprit de l'upcycling* pour transformer son ancien maillot du Racing 92 en coussin.

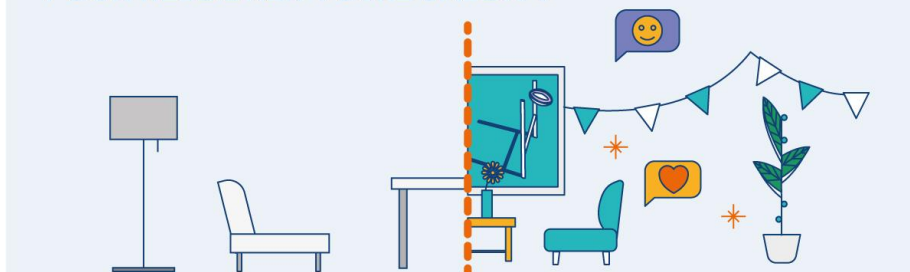


Amandine et Laura sont deux amies passionnées de décoration, de *home staging** et de *do-it-yourself*. Elles ont toutes les deux construit une communauté sur Instagram de près de 50 000 abonnés sur leurs comptes respectifs [@lemondedejaia](#) et [@loisel_industry](#).

Leur conviction est que la décoration doit être accessible et s'adapter aux goûts et envies de chacun et chacune. Si leurs maisons sont leurs terrains de jeu, les deux coachs choisies par Foncia auront à cœur de relever le défi et de permettre aux gagnantes et gagnants de profiter pleinement des matchs de rugby #àDOMICILE.

« 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. Avec les matchs à huis clos, les 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 cette année Foncia souhaite réenchanter l'expérience des fans à domicile. Cela doit être aussi vrai quand on regarde un match à la télévision, d'où cette idée de proposer un jeu concours pour repenser l'ameublement et la décoration du salon d'un ou d'une fan de rugby », précise **Agathe Weil, directrice de la communication déléguée du groupe Foncia.**

CONCOURS FONCIA X RACING 92 X LOISEL INDUSTRY X LE MONDE DE JAIA
DEUX COACHS #ÀDOMICILE
POUR RELOOKER VOTRE SALON !



FONCIA.COM



La saison 2 de la campagne #àDOMICILE

En lançant la campagne #àDOMICILE lors de la saison 2019-2020, Foncia avait pour ambition de faire de son partenariat avec le Racing 92 un terrain de jeu pour se rapprocher de ses clients et pour connecter les voisins d'un même immeuble autour d'une passion partagée. L'idée : faire de chaque match de rugby une expérience qui se joue à domicile, chez soi comme au stade. Aujourd'hui, malgré les restrictions liées à la crise sanitaire, l'intention de Foncia reste identique, même si pour l'instant l'accent doit être mis sur les moments de vie chez soi.

Convaincue que le digital offre de nombreuses opportunités pour améliorer les nouveaux modes de consommation du sport imposés aux fans, et combler le vide créé par l'impossibilité de se rendre au stade, Foncia a imaginé une série d'activations inédites pour la saison 2020-2021.

Après une collaboration avec le chef Juan Arbelaez pour revisiter le hot-dog d'avant-match, place à une collaboration avec les décoratrices d'intérieur Amandine Antona (@lemondejaia) et Laure (@loisel_industry) pour faire du salon de la gagnante ou du gagnant de ce jeu concours un lieu idéal pour regarder un match de rugby.

- *Upcycling* : l'*upcycling* dont la traduction en français est *surcyclage*, signifie "recycler par le haut". Cela consiste à utiliser des objets et des matériaux destinés à être jetés pour les réintroduire dans la chaîne de consommation, après leur avoir redonné une valeur, une utilisation différente, une destination originale par rapport à celle qui était originellement la leur. Cette action de recyclage s'insère dans une volonté plus large de développement durable.
- *Home staging* : *home staging* signifie mot pour mot « mise en scène de la maison ». Il permet de rehausser la valeur d'un espace habité.

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 un des leaders du *property management*, Foncia est également n° 1 en Belgique et n° 2 en Suisse.

En 2020, forte de 600 agences et de plus de 11 000 collaborateurs et collaboratrices, Foncia a géré 60 000 immeubles en gestion de copropriété et 400 000 biens en location. Foncia a réalisé plus de 20 000 transactions et 22 000 locations vacances.

Foncia accompagne au quotidien plus de 3 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.

Pour plus de renseignements : visitez [foncia.com](https://www.foncia.com) et retrouvez [@foncia](https://twitter.com/foncia) sur Twitter.

Contacts presse :

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

Havas Paris : foncia@havas.com / + 33 1 57 77 74 76 / + 33 1 57 77 78 94