

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 5 septembre 2019

Partenariat sportif

# Foncia lance une campagne #àDOMICILE, au stade ou chez soi, pour faire vivre une nouvelle expérience rugby avec le Racing 92

Leader européen des services immobiliers résidentiels, Foncia est un partenaire majeur du Racing 92 depuis 2015. En ouverture de la saison 2019-2020, Foncia lance une campagne afin de rapprocher les « fans » de rugby, pour vivre les matchs :

- #àDOMICILE à Paris La Défense Arena, résidence du Racing 92
- #àDOMICILE, dans le salon de chacun, en famille, avec des amis ou des voisins...



L'objectif de cette campagne est autant d'inviter les « fans » de rugby à se rendre à Paris La Défense Arena, pour vivre une expérience exceptionnelle proposée par les équipes du Racing 92, qu'à suivre les matchs depuis leur salon, en vivant aussi une expérience forte entourés de leurs famille, amis ou voisins.

Réalisée par Kantar TNS pour Foncia, une étude 2019 indique que pour les Français-e-s, on n'est jamais aussi bien que chez soi pour regarder un match de Rugby, mais à l'inverse, l'ambiance d'un stade est une expérience unique à vivre dans les meilleures conditions. L'objectif de Foncia est de promouvoir les deux expériences, en connectant les habitants d'un même immeuble, pour leur permettre de se retrouver chez eux pour visionner un match, ou s'organiser pour se rendre au stade.

2/3 des fans<sup>1</sup> aiment regarder les matchs installés confortablement dans leur salon mais regrettent le manque d'ambiance. Cette ambiance du stade que 60 % d'entre eux retrouvent lorsqu'ils s'y rendent seulement une fois par an. En effet, se rendre au stade reste coûteux et moins pratique (plus facile de suivre à la TV, compliqué de se déplacer, les conditions météorologiques, le confort...). Si la maison manque d'ambiance et le stade de praticité, pourquoi ne pas partager ces moments avec ses voisins comme le soulignent 60 % des passionnés de sport et ainsi lever ces freins (co-voiturage, garde d'enfant, partage de connexion, convivialité dans l'immeuble...).

---

<sup>1</sup> personne regardant un match de football ou de rugby à la télévision au moins deux fois par an.

### LE RAPPORT DES FRANÇAIS-ES AUX MATCHS SPORTIFS

Étude Kantar TNS 2019 pour Foncia

#### 01 FANS TÉLÉSPECTATEUR-RICES OU SPECTATEUR-RICES ?



#### 02 QUELLES HABITUDES ?



#### 03 LE STADE, DEUXIÈME MAISON ?

Pour les fans, le stade peut devenir une deuxième maison.



#### 04 ET SI ON PARTAGEAIT CES MOMENTS AVEC NOS VOISINS ?



[Cliquez pour télécharger l'infographie \(lien\)](#)

« Nous avons renouvelé notre engagement avec le Racing 92 pour trois ans avec la conviction que notre expertise métier associée à la puissance des émotions du sport et à la capacité d'innovation du Racing 92 permettrait de fédérer et de rapprocher les Français autour de valeurs communes, optimistes et positives. Notre feuille de route pendant ces trois ans de sponsoring sera de faire de notre partenariat un laboratoire d'initiatives pour imaginer des opérations, des événements, des outils permettant grâce au sport de rassembler et de tisser du lien entre personnes voisines. » précise Frédéric Fougerat, directeur communication, marketing, expérience client et RSE de Foncia Groupe.

### Lors des matchs à l'extérieur

Chaque jour de match à l'extérieur, Foncia partagera sur ses réseaux sociaux des contenus pour faire monter l'ambiance dans son salon et se sentir plus proche des joueurs. Ces deux dimensions qui manquent aujourd'hui aux fans permettront d'améliorer leur expérience devant leurs écrans. Joueurs, supporter-ice-s des *Ciel et Blanc* et plus largement l'ensemble des fans de rugby seront mis à contribution autour du hashtag #àDOMICILE.

### Lors des matchs à domicile

L'idée que le stade puisse être une deuxième maison est partagée par plus de 80 % des fans qui mettent en avant un lieu dans lequel on partage des émotions avec sa famille (au sens large), dans lequel on se sent à l'aise, on se sent chez est soi et où l'on a ses habitudes. Mais pour transformer l'essai, Foncia souhaite agir sur les principaux freins. Des places pour chaque match du Racing 92 à Paris La Défense Arena seront à gagner sur les réseaux sociaux de Foncia pour favoriser l'accès au stade. Des animations in stadium seront proposées pour renforcer le sentiment que l'on est dans les tribunes comme chez soi.

### Entre voisins

Foncia s'appuiera également sur sa capacité à mettre en relation des voisins pour introduire un dialogue passionné, enthousiaste et fédérateur autour des matchs de rugby et du Racing 92 avec l'ambition in fine de favoriser les moments de partage à domicile chez soi ou au stade entre personnes voisines.

Foncia vous donne rendez-vous dès aujourd'hui sur son compte twitter avec le #àDOMICILE et après la coupe du monde pour pendre la crémaillère de Paris La Défense Arena à l'occasion du retour des internationaux à domicile lors du match contre l'équipe anglaise des Saracens, championne d'Europe en titre.

### **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 présent en Allemagne, en Belgique et en Suisse.

En 2018, Foncia a géré plus de 45 000 immeubles en gestion de copropriété et plus de 365 000 biens en location. Le Groupe a réalisé près de 73 000 locations, 15 900 transactions et 20 000 locations vacances.

Foncia accompagne ses 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.

Foncia développe une plateforme dédiée à l'investissement dans l'immobilier neuf et ancien, la « pierre papier », en pleine propriété ou en démembrement. Avec sa filiale Foncia Pierre Gestion, le Groupe gère en outre des sociétés civiles de placement immobilier (SCPI) et permet à ses clients d'avoir accès aux meilleures d'entre elles au travers de sa plateforme Primliance. Ces SCPI détiennent plus de 496 actifs immobiliers (bureaux et commerces) de plus de 441 000 m<sup>2</sup>.

---

### **Contacts presse :**

Nathalie Feld – [foncia.presse@image7.fr](mailto:foncia.presse@image7.fr) / +33 1 53 70 74 89

Chrystelle Tchatat – [ctchatat@sportmarket.fr](mailto:ctchatat@sportmarket.fr) / +33 1 80 88 89 09 - +33 6 76 28 43 29

Teddy Boutaayacht - [teddy.boutaayacht@racing92.fr](mailto:teddy.boutaayacht@racing92.fr) / +33 (0) 6 48 09 88 31