

COMMUNIQUÉ DE PRESSE**L'Allianz Riviera de Nice se transforme en laboratoire numérique et novateur avec SPORTFIVE**

Paris, 15 mai 2014 – L'Allianz Riviera est devenue depuis son inauguration le lieu d'opérations innovantes surfant sur des tendances avant-gardistes et centrées sur l'expérience du spectateur. La saison de Ligue 1 arrivant à son terme, c'est l'opportunité de tirer un premier bilan sur les dispositifs novateurs mis en place avec SPORTFIVE.

À la demande des fans de plus en plus connectés sur les réseaux sociaux, SPORTFIVE a répondu en lançant **l'Allianz Riviera Lab**: une gamme complète d'opérations innovantes et digitales qui les plongent au cœur des événements. Ils peuvent ainsi devenir porte-drapeau, reporter ou afficher leurs photos sur les écrans géants du stade grâce à leur engagement sur les comptes sociaux de l'Allianz Riviera : www.facebook.com/AllianzRiviera et @allianzriviera.

Le développement du Socialscreen de l'Allianz Riviera le 28 mars 2014 a marqué le lancement d'opérations exceptionnelles. Pour la première fois en France, un dispositif d'échanges et d'interactions a permis aux supporters de poser leurs questions directement aux joueurs après match à travers le hashtag #Socialscreen. Les réponses ont été instantanément captées en vidéo à partir de la borne interactive Socialscreen, permettant aux fans de rentrer dans les coulisses du match et de réaliser leurs propres interviews. Eric Bauthéac, milieu offensif de l'OGC Nice, fut le premier à inaugurer le Socialscreen au terme du match contre le PSG. Désormais récurrente pour tous les matchs de l'OGC Nice, découvrez cette première interview Socialscreen en vidéo: <https://www.youtube.com/watch?v=-i9IjQOJp2o>.

En marge de cette opération, et toujours dans l'optique de lier le fan à son événement, l'enceinte niçoise a développé l'expérience Allianz Riviera Fancam. Profitant d'un stade comble et d'un nouveau record d'affluence cette saison de 35 030 spectateurs, les tribunes ont été prises en photo à 360° avec une définition de 20 000 mégapixels. Chaque supporter a pu ensuite se rendre sur le site de l'Allianz Riviera <https://allianz-riviera.fancam.com/20140328/> pour se retrouver sur la photo, se taguer, mais aussi taguer ses amis, et partager sur les réseaux sociaux.

A partir du vendredi 16 mai et jusqu'au 1^{er} juin 2014, l'Allianz Riviera et SPORTFIVE diffuseront en exclusivité sur la page Facebook du stade 4 vidéos sur les expérimentations en cours de **l'Allianz Riviera Lab**. Elles recourent à l'utilisation de Google Glass, un drone ou une imprimante 3D, qui sont appelés à être au cœur des activations en cours de développement chez SPORTFIVE, qui met toute son expertise sportive au service de l'innovation technologique pour accompagner le mouvement de la connectivité dans les stades.

Pour **Lydie Hippon-Darde, Directrice de la marque Allianz France**, « Nous sommes ravis de pouvoir créer des opérations innovantes pour nos publics. Grâce à notre partenariat de naming et à notre partenariat avec l'OGC Nice, nous pouvons utiliser l'Allianz Riviera comme plateforme d'échanges et de partages avec nos communautés. Notre ambition est de faire de l'Allianz Riviera le premier stade où la technologie est mise au service de la passion et une référence en la matière en vue de l'Euro 2016 et des nombreux événements à venir. »

Pour **Xavier Lortat-Jacob, Président de Nice Eco Stadium**, la société d'exploitation de l'Allianz Riviera, « Nous sommes très attachés à construire un nouveau modèle s'appuyant sur le stade connecté. C'est en effet grâce à la connectivité du stade que seront développés de nouveaux modes de consommation et que sera enrichie l'expérience des spectateurs. Ces premières actions digitales initiées avec notre partenaire « namer », Allianz, sont un premier jalon et permettent à l'Allianz Riviera de garder un temps d'avance. »

Pour **Florent Marty, Directeur Marketing et Développement de SPORTFIVE**, « L'Allianz Riviera est un superbe écran qui mérite le meilleur. Notre rôle a été de délivrer des solutions avant-gardistes qui exploitent pleinement le potentiel de ce stade ultra-moderne et répondent aux demandes du public. Cette première saison est un succès. Nous regardons dorénavant l'avenir avec l'envie de pérenniser ces dispositifs et de continuer à innover en permanence. »

CONTACTS PRESSE

Eric Zuber – Directeur de la Communication
T+33 (0)1 74 31 72 60 E ezuber@lagardere-unlimited.fr

Fanny Margoux – Chargée de Communication
T+33 (0)6 71 89 69 96 E fmargoux@lagardere-unlimited.fr

Plus d'information sur www.sportfive.com et sur Twitter @SportfiveFR