



RUGBY
WORLD CUP
FRANCE 2023

**Comment France 2023 s'est préparé
pour la Coupe du Monde de Rugby
avec Qualifio**

www.qualifio.com



« Nous nous sommes focalisés principalement sur l'aspect engagement. Pendant deux ans, nous avons donc eu besoin d'animer régulièrement notre communauté pour la maintenir en haleine jusqu'au jour J et c'est là que Qualifio nous a beaucoup aidé. »



Alexis Durand

Chef de projet CRM
@ France 2023

Introduction

Du 8 septembre au 28 octobre 2023, la France accueillera la dixième édition de la Coupe du Monde de Rugby. Avec plus de 400 millions de téléspectateurs uniques, 600 000 visiteurs étrangers attendus et une diffusion dans 223 pays, la Coupe du Monde de Rugby France 2023 promet d'être l'événement sportif majeur de cette année 2023 rassemblant les meilleures équipes de rugby du monde entier.

Pour l'occasion, World Rugby, la fédération internationale, a confié l'organisation de l'événement au Comité d'Organisation France 2023 en charge de :



Préparer, financer et organiser la compétition ;



Valoriser et mettre en avant l'image de la France à l'international ;



Promouvoir la compétition sur tous supports de communication ;



Animer les membres de la Famille 2023, le programme de membership officiel de la compétition.

Afin d'atteindre ces objectifs, France 2023 a décidé de miser sur différents outils en amont de la compétition, dont Qualifio.

Qualifio leur permet ainsi d'engager la communauté France 2023 grâce à des mécaniques interactives et de préparer la Famille 2023 à cet événement mondial. Découvrez dans ce cas client les différentes actions marketing mises en place par France 2023 avec Qualifio pour se préparer à la Coupe du Monde de Rugby 2023 et être au plus près de sa communauté.

Une utilisation de Qualifio « cross-directions »

Le Comité d'Organisation France 2023 est composé de différents départements, appelés directions. Chaque direction a ses propres objectifs et utilise Qualifio à des fins différentes :

- Le **Groupeement d'Intérêt Économique (GIE)**, qui s'occupe des parties hospitalités et voyages, organise des concours de pronostics avec Qualifio ;
- La **direction sponsoring**, qui gère les partenariats, utilise Qualifio pour mettre en avant de façon interactive les différents partenaires ;
- La **direction de la communication**, qui gère les réseaux sociaux, crée des quiz et autres jeux ludiques pour promouvoir la compétition ;
- La **direction marketing**, dont la mission initiale est d'accompagner les ventes grand public, organise des concours pour la Famille 2023 ;
- Etc.

Toutes ces directions fonctionnelles sont accompagnées dans l'atteinte de leurs objectifs par Godefroy de Saint Chamas, chef de projet marketing au sein de France 2023,



France 2023 utilise également Qualifio pour publier des jeux-concours et autres campagnes interactives sur le site officiel de World Rugby, la fédération internationale.



« Nous essayons de comprendre les engagements
réciproques des directions de France 2023 et de
proposer des activations adéquates via Qualifio pour
adresser la Famille 2023. »



Godefroy de Saint Chamas

Chef de projet marketing
@ France 2023

Un calendrier de campagnes interactives établi deux ans avant la compétition

Deux ans avant la compétition, France 2023 a suggéré l'idée de **mettre la gamification au centre de sa stratégie de promotion** afin d'animer la Famille 2023 via du contenu ludique et engageant.

« L'avantage de Qualifio c'est d'être une plateforme qui nous permet d'être flexible sur les formats proposés. C'était très important pour nous de pouvoir lancer ce que nous voulions quand nous voulions, avec toujours un support technique réactif. Nous avons deux ans pour parler de la compétition sans être redondant et mettre en place différentes activations pour être innovant et tenir tout le monde en haleine. »



Godefroy de Saint Chamas

Chef de projet marketing
@ France 2023



La promesse marketing de France 2023 est de fournir aux membres de la Famille 2023 des contenus exclusifs, des offres privilèges et des expériences uniques. Toutes les campagnes créées avec Qualifio visent donc en priorité cette base de données, engagée régulièrement via des newsletters et des jeux-concours Qualifio.

« Aujourd'hui, nous avons la base de données la plus importante et qualifiée du monde du rugby. Notre objectif principal étant l'animation de cette base de données, nous essayons de créer des mécaniques engageantes avec des lots attractifs et nous réalisons beaucoup de campagnes différentes que ce soit des quiz, des concours photos ou des calendriers de l'Avent. »



Alexis Durand

Chef de projet CRM
@ France 2023



Passons en revue les différentes campagnes lancées par France 2023 pour atteindre son objectif principal : animer la Famille 2023 jusqu'au coup d'envoi de la compétition.

FRANCE 2023 RUGBY TOUR

Pendant près de quatre mois, de juillet à novembre 2022, un train a sillonné la France pour promouvoir la Coupe du Monde de Rugby 2023. Au total, ce sont 51 villes qui ont été traversées par le France 2023 Rugby Tour. Un train-exposition où les fans ont pu découvrir les coulisses de la compétition et participer à un jeu-concours pour remporter des places VIP pour le match d'ouverture entre la France et la Nouvelle-Zélande ou un ballon officiel de la compétition.

29 130 fans ont participé au concours lancé pendant le France 2023 Rugby Tour et **52%** d'entre eux se sont inscrits à la newsletter de France 2023 pour recevoir les informations et communications relatives à la compétition.



29 130
participants

52%
d'inscription à la newsletter

LE MARRONNIER SPORTIF

Le Tournoi des Six Nations

Le Tournoi des Six Nations est une compétition internationale annuelle entre l'Angleterre, la France, l'Irlande, l'Italie, l'Écosse et le Pays de Galles. Pour l'occasion, France 2023 a lancé une série de **chrono quiz** avec à la clé des billets pour les différents matchs à gagner. Une campagne qui a permis à France 2023 d'engager les fans de rugby et de les mettre dans l'ambiance de la Coupe du Monde de Rugby.

Au total, **14 campagnes** ont été créées en anglais et en français, exclusivement destinées aux membres de la Famille 2023, et ont amené près de **340 000 participations**.

14
campagnes

340 000
participations



La Tournée d'automne

Après le Tournoi des Six Nations, France 2023 a lancé différents **escape game** pour animer la Famille 2023 autour de la Coupe d'Automne des Nations. Le but du jeu était le suivant : les participants devaient tenter de reconstituer les célèbres essais inscrits en Coupe du Monde de Rugby ! Chaque bonne réponse était illustrée par des vidéos permettant aux participants de revivre le moment.

En moyenne, 40% des participants sont arrivés jusqu'au bout des différents escape game.

LE MARRONNIER CLASSIQUE

Le calendrier de l'Avent

La campagne incontournable de Noël ! Un jour, un jeu, un cadeau, c'est le calendrier de l'Avent que France 2023 a proposé à sa communauté. Entre le **memory** avec les drapeaux des pays participants, le « **qui est-ce ?** » avec des joueurs de rugby célèbres ou encore le **quiz swiper** pour deviner les pays vainqueurs des Coupes du Monde de Rugby précédentes, les fans ont été servis. 24 campagnes et tout autant de cadeaux à gagner, que ce soit des cadeaux de sponsors ou du merchandising France 2023.

Avec cette campagne, France 2023 a attiré plus de **59 000 nouveaux fans** sur un total de **84 000 participants**.

59 000

nouveaux fans

84 000

participants





Movember

Pour montrer son soutien au mouvement Movember, France 2023 a lancé un quiz intitulé « À quels joueurs appartiennent ces moustaches ? ». Une campagne de sensibilisation ludique qui a généré plus de 7 389 vues et atteint un taux de complétion de 70%.

7 389

vues

70%

taux de complétion

La fête de la musique

À l'occasion de la fête de la musique, célébrée le 21 juin, les fans de rugby ont été mis au défi de reconnaître les hymnes nationaux des équipes qualifiées pour la Coupe du Monde de Rugby. Une campagne plus difficile pour laquelle 45% des participants ont tout de même été jusqu'au bout !

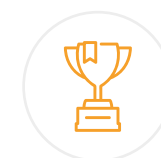


J-100

100 jours avant le début de la compétition, France 2023 a lancé deux campagnes :

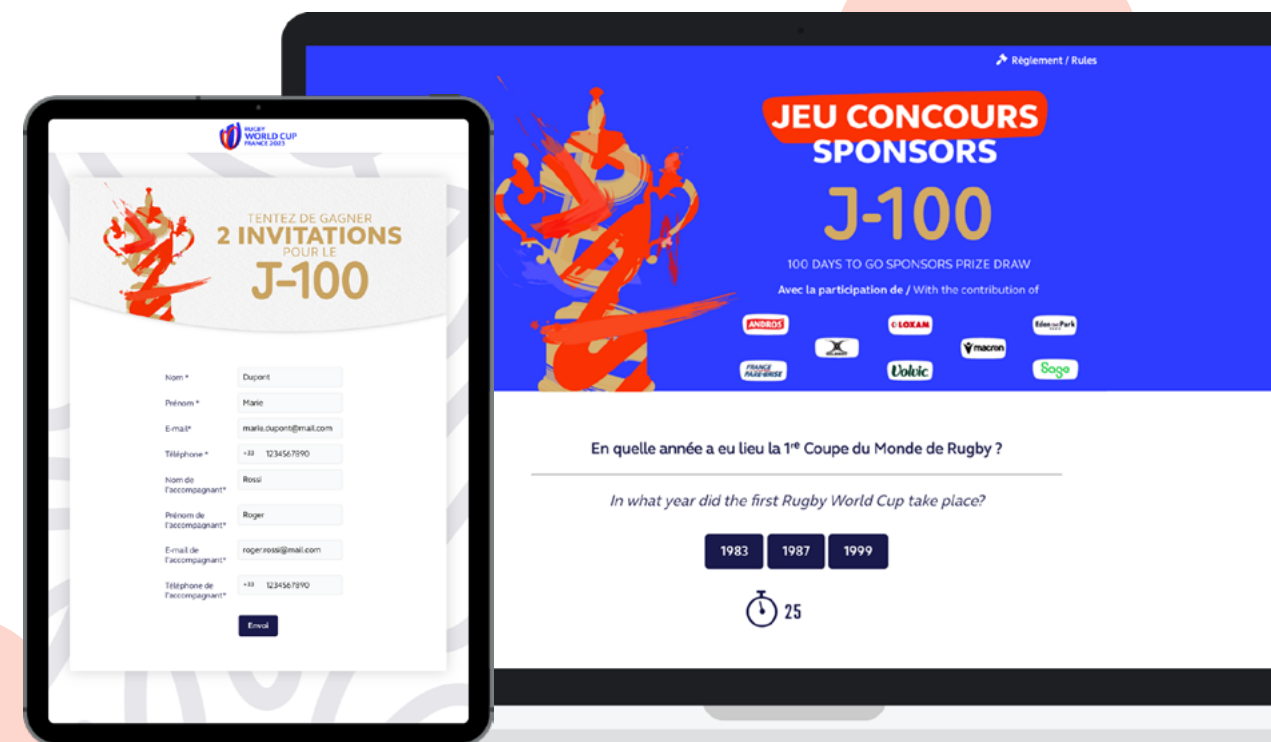


Un chrono quiz spécial rugby permettant de gagner des lots mis en jeu par des sponsors de la compétition ;



Un concours pour remporter deux invitations pour l'évènement J-100 organisé par France 2023 et World Rugby.

L'occasion de garder la communauté France 2023 engagée mais également de promouvoir et de mettre en avant les sponsors de la Coupe du Monde de Rugby.



Comme vous pouvez le constater, toutes les occasions sont bonnes pour activer la Famille 2023, et France 2023 a fait preuve de beaucoup d'originalité pour proposer des campagnes diversifiées et engageantes à sa communauté.



« Les newsletters faisant la promotion de campagnes Qualifio sont celles qui génèrent le plus d'engagement après celles concernant la billetterie. »



Alexis Durand

Chef de projet CRM
@ France 2023

L'interactivité pendant la compétition

France 2023 ne compte pas s'arrêter là ! L'équipe compte également engager la Famille 2023 avec les formats interactifs de Qualifio pendant la compétition, au delà des résultats des matchs et de l'actualité sportive. La partie engagement aura d'autant plus sa place et France 2023 pourrait notamment utiliser les écrans géants pour diffuser des jeux-concours en direct.



Pendant deux ans, France 2023 a ainsi maximisé tout le potentiel de Qualifio pour animer sa communauté jusqu'à la compétition. Ils ont varié les formats et les lots, et ont fait preuve de beaucoup de créativité et d'imagination pour répondre à tous les objectifs des différentes directions de France 2023. La clé de la réussite ? Être au plus près de sa communauté pour la maintenir engagée sur le long terme.

Si vous voulez découvrir d'autres cas clients dans le monde du sport, n'hésitez pas à consulter la [section dédiée sur notre site](#) ou à nous contacter directement.





À propos de Qualifio

Qualifio est la plateforme européenne de collecte de données first- et zero-party pour les marques B2C. Elle permet aux équipes marketing d'apprendre à connaître leurs audiences, grâce à deux modules SaaS complémentaires :



Qualifio Engage leur permet de générer de l'engagement et de collecter des données grâce à des quiz, jeux, sondages, concours, et plus de 50 autres formats interactifs.



Qualifio Loyalty leur permet de segmenter leurs membres grâce à des programmes de fidélité qui récompensent tous types d'interactions avec la marque.



Intéressé(e) ?

Réservez votre démonstration avec des exemples personnalisés !

[Demander une démonstration](#)

Vous avez d'abord besoin de plus d'informations ?

[Lire nos cas clients](#)