Se rapprocher du public : quand le sport investit le centre commercial

Dans un contexte où les marques cherchent à renforcer leur proximité avec leurs publics, le choix du lieu d'implantation devient stratégique. Pour le Racing Club de Lens, l'ouverture d'une boutique de la marque Excellence au sein d'un grand centre commercial répond à cette logique : aller à la rencontre des supporters là où ils vivent, circulent et consomment au quotidien.

Implanté au cœur d'un bassin de vie majeur et bénéficiant d'une fréquentation élevée, le centre commercial offre une visibilité incomparable. Mais au-delà des chiffres, l'enjeu est avant tout relationnel. La boutique permet de toucher un public bien plus large que celui des jours de match : supporters fidèles, familles, visiteurs occasionnels. Elle installe la marque dans le quotidien et prolonge l'expérience du club au-delà du stade.

Cette présence physique joue un rôle clé dans le renforcement du lien émotionnel entre le club et son territoire. Le centre commercial devient un point de contact permanent, un espace où l'identité sportive s'exprime et se partage. Il offre également un cadre propice aux événements, aux animations et aux temps forts, transformant la simple ouverture d'une boutique en véritable moment de rassemblement.

L'inauguration, marquée par une forte affluence de supporters, a démontré cette capacité à fédérer. Construite en étroite collaboration avec les équipes du centre, l'implantation a bénéficié d'un accompagnement tant sur les aspects techniques que marketing. Cette coopération illustre la manière dont commerce et sport peuvent se renforcer mutuellement, en combinant expertise opérationnelle et puissance d'engagement.

Deux ans après l'ouverture, le bilan confirme la pertinence de ce choix stratégique. La boutique s'impose comme un relais de notoriété et d'engagement, tout en ouvrant de nouvelles opportunités pour élargir encore la relation avec le public.

À travers cet exemple, une tendance se dessine : les centres commerciaux ne sont plus seulement des lieux de transaction, mais des plateformes de visibilité et de connexion. Des espaces où marques, institutions et communautés peuvent se rencontrer, dialoguer et construire une relation durable.

Pour découvrir comment le sport et le commerce se rencontrent dans ce projet, retrouvez l'intégralité de l'interview sur notre chaine Youtube

https://youtu.be/FGQD72w3AWs?si=_mTTwYIKfVxcpK2d