



Nissan s'associe à des experts scientifiques du sport afin de lancer l'Indicateur de Sensations Fortes

- **Nissan, partenaire automobile officiel de la Ligue des Champions de l'UEFA, s'est associé à l'université de Loughborough dans le but de lancer le premier Indicateur de Sensations Fortes**
- **Cet Indicateur de Sensations Fortes explorera l'enthousiasme des fans de football d'un point de vue scientifique, en procédant notamment à des expériences lors de la Ligue des Champions de l'UEFA**
- **Les données recueillies permettront d'établir une formule scientifique à propos de l'enthousiasme suscité par les matchs de football**
- **Ces décisions font suite à une enquête réalisée auprès de plus de 5 000 européens, qui ont choisi le football comme passe-temps le plus stimulant devant ... les relations sexuelles**

Nissan, partenaire automobile officiel de la Ligue des Champions de l'UEFA, a annoncé aujourd'hui avoir conclu un accord avec l'université Loughborough, leader dans le domaine des sciences du sport, afin de mettre au point le tout premier Indicateur de Sensations Fortes.

Cet indicateur a pour objectif de comprendre les émotions des fans de football d'un point de vue scientifique, et de révéler les facteurs qui suscitent la passion autour d'un match de football.

Une équipe de scientifiques de Loughborough analysera des données physiologiques et contextuelles recueillies en direct auprès de fans de football, pendant les matchs de la Ligue des Champions de l'UEFA. Les scientifiques décrypteront ensuite ces données incluant notamment la fréquence cardiaque, le rythme respiratoire et l'activité électrodermale. Le but est de discerner les facteurs qui expliquent l'enthousiasme et l'exaltation chez les fans.

Jean-Pierre Diernaz, Vice President Marketing pour Nissan en Europe, a déclaré : *« La passion est au cœur de tout ce que nous faisons chez Nissan. C'est pourquoi nous sommes fiers d'être partenaire officiel de l'un des tournois de football les plus palpitants qui soit : la Ligue des Champions de l'UEFA. »*

À partir des données collectées lors des huitièmes de finale de la Ligue des Champions de l'UEFA, Nissan et Loughborough vont établir une formule scientifique qui expliquera les éléments clés les plus stimulants d'un match de football. Les recherches se poursuivront ensuite jusqu'à la fin de la saison, pour se terminer avec le match le plus intense, la finale de la Ligue des Champions à Milan.

« Personne n'avait trouvé de formule scientifique pour qualifier les sensations fortes jusqu'à aujourd'hui. Nissan souhaite comprendre ce phénomène et lancer des recherches dans ce domaine, en commençant par les fans de football. En nous associant avec les experts de l'université de Loughborough, nous espérons découvrir ce qui suscite la passion chez les fans de football, et utiliser ces informations pour continuer à délivrer l'expérience la plus passionnante possible au travers de notre partenariat avec la Ligue des Champions de l'UEFA », ajoute Jean-Pierre Diernaz.

Dr. Dale Esliger de l'université de Loughborough a commenté : *« Tous les supporters de football à travers l'Europe savent ce qui rend les matchs de la Ligue des Champions de l'UEFA si palpitants – les joueurs vedettes, les buts, les arrêts, les pénalties... »*

« Au sein du département School of Sport, Exercise and Health Sciences de l'université de Loughborough, nous souhaitons utiliser notre expertise en matière de sport et de capteurs pour quantifier les réponses physiologiques des supporters de football à ces instants décisifs du match. Les données recueillies avec cette méthode nous aideront à déterminer les principaux éléments qui sont à l'origine d'un match passionnant. ».

Cet Indicateur de Sensations Fortes fait suite à une enquête commandée par Nissan* qui a révélé que les européens sont plus enthousiastes à la perspective de regarder un match de football qu'à celle d'avoir des relations sexuelles.

Notes aux rédacteurs

Résultats complémentaires à l'étude « Nissan Excitement Index » :

- 55% des européens déclarent être plus enthousiastes à la perspective de regarder un match de football qu'à celle d'avoir des relations sexuelles (52%)
- Plus de la moitié des français interrogés (52 %) déclarent que regarder un match de football constitue l'un des moments ou l'une des activités les plus stimulants de leur semaine
- 69% des personnes interrogées considèrent Lionel Messi comme le joueur le plus passionnant à regarder, suivi de près par son rival Cristiano Ronaldo (53%), puis par Neymar Jr (31%)
- Les européens pensent également que les trois équipes les plus passionnantes sont le FC Barcelone (64%), le Real Madrid (60%), et le Bayern Munich (41%)
- Les français estiment à part égale que les événements sportifs les plus palpitants à regarder chaque année sont la finale de la Ligue des Champions de l'UEFA (52%) et le Tour de France (50%)

*** D'après une enquête menée en février 2016 par Norstat Ltd. sur plus de 5 000 clients européens, pour le compte de Nissan Europe (Royaume-Uni, Allemagne, France, Italie, et Espagne).**

Nissan a pour but d'apporter innovation et enthousiasme, tant aux matches de la Ligue des Champions UEFA que dans le développement des technologies de mobilité intelligente de demain. La marque avance dans les domaines de la technologie, de l'ingénierie et du design, ce qui la propulse vers un futur où : ses crossovers ne sont plus seulement pratiques... mais ambitieux, où la mobilité 100% électrique qu'elle propose n'est plus seulement propre... mais intelligente, où ses technologies autonomes ne sont plus futuristes... mais bien réelles. La Nissan LEAF, véhicule 100% électrique le plus vendu au monde et la supercar Nissan GT-R en sont les parfaits exemples.

À propos de Nissan dans le sport

Le partenariat avec la Ligue des Champions de l'UEFA – le plus important de l'histoire de Nissan – constitue un nouvel exemple de l'implication et de la croissance de la marque dans le domaine des sports internationaux. Celui-ci comprend notamment les parrainages de la Fédération internationale de cricket ICC, des Jeux Olympiques et Paralympiques de Rio 2016 et des équipes olympiques et paralympiques du Brésil, le parrainage officiel des équipes de Colombie et du Mexique dans leurs régions respectives, de l'équipe olympique et paralympique de Grande-Bretagne, de la Coupe d'Afrique des Nations Orange 2013 et 2015, du championnat NCAA de football américain, de la ligue canadienne de football, le partenariat privilégié du Trophée Heisman et le partenariat automobile officiel du City Football Group. Nissan possède un grand nombre d'ambassadeurs sportifs, notamment les médaillés d'or olympiques et paralympiques Usain Bolt, Sir Chris Hoy et Richard Whitehead, les brésiliens Jovane Guissone et Vitor Felipe, et les footballeurs Andrés Iniesta, Thiago Silva, Yaya Touré et Max Meyer.

Pour de plus amples informations concernant nos produits, services et engagements en matière de mobilité durable, veuillez visiter notre site à l'adresse suivante : <http://www.nissan-global.com/EN/>