

Communiqué de presse

Avec RAWR by Webrepublic, le sponsoring des domaines du sport et du divertissement entre dans l'ère du numérique

Zürich, le 13 juin 2022 – RAWR by Webrepublic est le nouveau partenaire marketing en matière de stratégie digitale et d'innovation dans la branche du sport et du divertissement. L'unité qui vient d'être lancée, rattachée à l'agence de marketing digital Webrepublic, fait entrer le sponsoring des marques, des organisateurs et des clubs sportifs dans l'ère du numérique et continue de susciter les émotions des fans même après les événements en direct.

Les événements en direct, c'est de l'énergie à l'état pur : le but, la victoire, la passion – puis les célébrations des supporters. RAWR by Webrepublic allie expertise digitale, technologie et innovation pour transformer les émotions en valeur ajoutée pour les marques, les organisateurs et les clubs. Grâce à l'esprit axé sur les données et l'innovation de Webrepublic, l'agence de marketing digital leader sur le marché Suisse, et à ses connaissances approfondies dans les domaines du sport et du divertissement, RAWR fait entrer le sponsoring dans l'ère numérique et aide ses clients à se rapprocher des fans. En outre, l'équipe spécialisée travaille en étroite collaboration avec les chaînes de diffusion et les plateformes de marketing.

RAWR fait passer la communication dans la branche du sport et du divertissement au niveau supérieur

Les modèles de revenus et la consommation médiatique des événements en direct ont fondamentalement changé au cours de la dernière décennie et cela fait un moment que les packages de sponsoring standard ne se font plus de manière systématique. Le sponsoring est aujourd'hui un domaine complexe marqué par l'innovation constante et peut être utilisé bien au-delà d'un événement en direct. La transition digitale et l'internationalisation ouvrent de nouvelles perspectives pour les clubs, les distributeurs et les sponsors et supposent en même temps une réorientation et la mise en place d'approches axées sur l'utilisateur.



RAWR réunit tous les critères pour un sponsoring et une gestion des droits réussis à l'ère du numérique: en alliant conseil en stratégie, concepts créatifs, stratégie marketing axée sur la performance et Data Intelligence, RAWR stimule la croissance commerciale de ses clients et les aide à être en phase avec les mesures de communication existantes. La nouvelle unité de Webrepublic rapproche les partenaires de sponsoring, les organisateurs et les clubs sportifs des supporters et leur permet de vivre les émotions uniques suscitées par les moments en direct comme s'ils étaient sur place, et ce à chaque instant et peu importe où ils se trouvent.

Une équipe passionnée composée de spécialistes en stratégie et en marketing

Robert Dorlin, qui travaillait auparavant comme Global Head of Digital chez EF Education First, occupe le poste de Managing Director chez RAWR. Alex Riggers, conseiller stratégique de longue date chez Webrepublic, vient compléter le duo à la tête de l'unité en tant que Head of Growth & Innovation. L'équipe est composée de 20 employés issus des domaines de la stratégie, du marketing sportif, du marketing digital et de la technologie. Ensemble, ils gèrent des clients nationaux et internationaux depuis le siège principal à Zurich, mais aussi depuis Munich, Londres et Le Cap.

Robert Dorlin, Managing Director de RAWR: «Chacun a vécu un moment particulier dont il peut dire "j'y étais", que ce soit l'entrée de votre chanteur préféré sur scène ou un but de dernière minute qui change tout. Chez RAWR, ce sont précisément ces émotions et ces sentiments uniques que nous saisissons pour que chacun puisse les ressentir.»

Alex Riggers, Head of Growth & Innovation: «Notre savoir-faire accompagne les organisateurs, les athlètes et les sponsors pour continuer à progresser à l'aide des innovations numériques. Nous avons pu le démontrer à plusieurs reprises ces dernières années lors des plus grands événements mondiaux. »

Quand les fans et les marques se réunissent dans leur célébration.

RAWR aide déjà plusieurs clients nationaux et internationaux à élargir les formats de sponsoring numériques qu'ils utilisent de manière stratégique. Cela comprend, par exemple, la planification stratégique et la mise en œuvre de mesures numériques depuis 2018 pour les compétitions passées et futures de la FIFA, comme la Coupe du monde de foot ou les tournois de e-sport FIFAe. RAWR est également responsable de la billetterie ainsi que de la planification et de la mise en œuvre internationales des campagnes des dix sponsors les plus importants de la Coupe du monde. Dans le domaine du divertissement, la stratégie de communication innovante de RAWR pour le festival du film de Locarno, lors de la 75^e édition



du prestigieux événement, a connu un grand succès. Les premières campagnes commenceront au cours de l'été 2022.

Tom Hanan, CEO de Webrepublic: «Depuis la création de Webrepublic en 2009, nous continuons de nous développer chaque année, et ce dans des domaines pertinents. Toujours en accordant une attention particulière à la qualité et l'innovation. RAWR est la prochaine étape pour nous – avec, dans le cadre de ce secteur, un accent sur un domaine qui exige aujourd'hui plus que jamais des solutions sur mesure, digitales et créatives. Grâce à notre savoir-faire de longue date dans ce domaine, nous faisons passer le sponsoring dans le domaine du sport et du divertissement au niveau supérieur.»

À propos de RAWR by Webrepublic

Bringing the raw emotion of sport and entertainment to life. For everyone, everywhere.

RAWR by Webrepublic est le partenaire marketing en matière de stratégie numérique et d'innovation dans la branche du sport et du divertissement. L'unité de Webrepublic permet aux marques, organisateurs et clubs d'exploiter tout leur potentiel en matière de sponsoring. RAWR allie technologie et innovation, performance et passion et génère une valeur ajoutée mesurable dans tous les domaines du développement numérique des entreprises.

<https://rawr.team>