

WIN-WIN rejoint SPORSORA pour développer les e-événements sportifs

Le monde du sport a un genou à terre depuis le coup de sifflet de la Covid : après l'annulation de grands événements en début de crise, les tournois, courses et compétitions se jouent finalement à huis-clos, portant un coup dur au moral des fans et à l'économie des clubs. En plus des billetteries fermées, c'est tout un écosystème qui a perdu l'équilibre. Diffusion, sponsoring... Mais le monde du sport recèle de ressources pour prendre sa revanche. Et si d'une épreuve, naissaient, non seulement des alternatives originales, mais des perspectives prometteuses à long terme ? C'est le pari que fait WIN-WIN sous l'impulsion de son partenaire expert Conscientia Event.

L'événementiel digital a démontré son incroyable potentiel lors de plusieurs grands événements digitaux. C'est le cas notamment des 24H00 DU MANS avec la plateforme digitale [24 H UNITED](#) créée par l'agence de communication événementielle WIN-WIN pour l'édition 2020. Si la course s'est jouée sans public, le sport reste avant tout un moment de partage. C'est pourquoi WIN-WIN a transformé l'essai, en réunissant en E-LIVE 180.000 passionnés sur une plateforme digitale immersive, offrant des contenus riches et des accès exclusifs pour les fans, tout en mettant à l'honneur les teams, les sponsors et les partenaires.

De nouvelles fenêtres de tir pour l'événementiel sportif

L'expertise éprouvée de WIN-WIN dans les événements digitaux, associée à la fine connaissance de l'écosystème sportif de l'agence de relations publiques Conscientia, ouvre au sport un boulevard de possibilités. Le digital ne remplacera pas les vibrations des tribunes, mais offre des solutions innovantes et créatives pour continuer de réunir sans limite de jauge, et en s'affranchissant des distances : « *Les événements se jouent à huis-clos, mais qu'est-ce qui nous empêche de rassembler 200.000 fans, des quatre coins de la France et au-delà des frontières, réunis en toute sécurité sur une plateforme virtuelle ?* » s'enthousiasme Christophe Cousin, président de Win-Win. De nouveaux formats générateurs de revenus pour les fédérations, clubs et sponsors.

Une offre VIP réinventée

En digital, il est encore possible de se connecter pour communier autour de son amour du sport. En se réunissant dans une loge virtuelle aux couleurs d'un club ou d'une communauté par exemple, les fans ou membres d'un club peuvent échanger entre eux, commenter, interagir, parier, commander des goodies via un volet e-commerce... Un moyen également de re-créeer en ligne, des niveaux d'accès différenciés et monétisables pour des publics VIP, avec des accès exclusifs : communiquer avec des joueurs ou anciens joueurs, visiter des lieux confidentiels comme les sous-terrains de Roland Garros, les vestiaires du stade de France, assister en *inside* à la préparation des joueurs à Clairefontaine, à leur arrivée dans le stade... Céline Tiburce et Anne Mestressat Bianchi, de Conscientia, en sont convaincues : « *le digital offre un potentiel infini pour proposer des expériences inédites offrant une nouvelle forme de proximité au plus grand nombre.* »

Combiner physique et digital pour une longueur d'avance sur l' « après »

Pour les acteurs du sport, les e-événements ne sont pas seulement une solution qui palie à la situation actuelle mais une opportunité de diversifier leur offre sur la durée. Maintenir une dynamique fédératrice autour des clubs, atteindre de nouveaux publics et générer des revenus complémentaires sont autant d'avantages que proposent ces formats novateurs...