



HEBDO | 18-24 JANVIER 2021

#657

# SPORT STRATÉGIES

LE SPÉCIALISTE DU MARKETING SPORTIF

## LES ACTEURS DE LA DISTRIBUTION au rayon du sponsoring !



**IDENTITÉ**

Jean-Baptiste Epron, l'homme qui décore les bateaux

# ANTHONY SCHaub,

## L'ESPRIT DU LUXE

À la tête de l'agence de marketing orientée luxe et sport *The Consultancy* qu'il a créée depuis quatre ans désormais, son fondateur Anthony Schaub nous fait faire le tour du propriétaire. Pour cet Helvète pur jus, l'occasion est belle de nous présenter l'ADN de son activité : un accompagnement pointu, millimétré et rigoureux. Pour mieux coller à l'image de ses clients prestigieux.



© Tous droits réservés

Anthony Schaub  
Fondateur de *The Consultancy*

« Je suis convaincu que les gens sont impatients de retourner au stade ou à des grands événements »

**L**e chocolat, les banques d'affaires ou encore la joaillerie de luxe... Les clichés ne manquent pas au moment d'évoquer ce beau territoire suisse, paisible par ses paysages de carte postale et tout aussi exigeant par ses activités financières reconnues. Le parcours d'Anthony Schaub, patron de *The Consultancy*, a semble-t-il suivi la voie. « Comme tout bon Genevois ou Suisse, j'ai eu un parcours un peu classique (rires), déclare l'intéressé, toujours tiré à quatre épingles. J'ai démarré dans le monde de la finance au sein de banques privées, bien que la notion de services exclusifs me plaisait, je ne comprenais pas grand-chose

à certains produits structurés que nous vendions. Je me suis ainsi réorienté dans le marketing et la communication, toujours au sein des banques privées en interne, puis auprès de la Fondation de la Haute Horlogerie. » Ce trentenaire dynamique voue une vraie passion au sport depuis son jeune âge. Son expérience et la participation, en tant que bénévole pendant plus de vingt ans au Concours Hippique International de Genève, éveilleront la curiosité autour de ce profil structuré. « J'étais membre du comité d'organisation. Et ce volontariat m'a beaucoup aidé à gagner en expérience. Quand j'ai repris un des espaces d'hospitalités, on vendait une di-

### TOP OPPORTUNITIES TO INCREASE REVENUES IN THE SPORTS INDUSTRY

89.3%

Enhanced digital media fan experience

83.9%

Creation and monetisation of digital assets

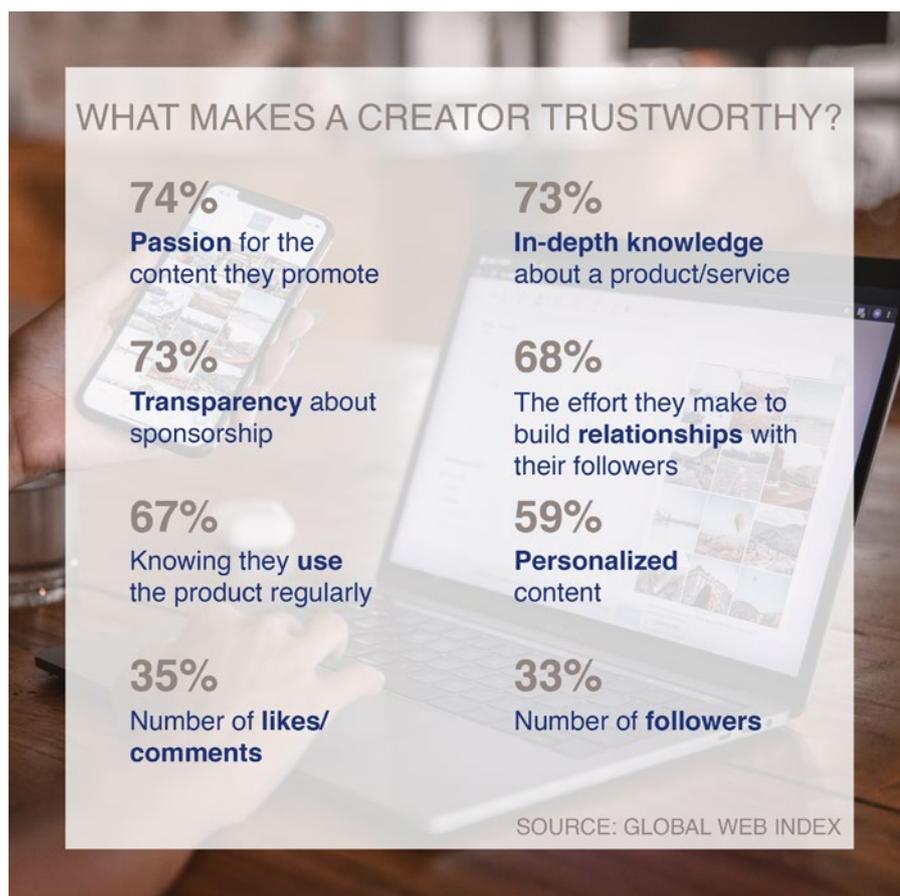
70.4%

Innovation in sponsorship rights packaging

69.9%

Monetisation of gaming and esports

SOURCE: PWC'S SPORTS SURVEY 2020



## DU CONTENU FACE À LA COVID

Alors que l'essence même de son activité réside dans l'organisation et l'accompagnement d'événements sportifs majeurs, **The Consultancy** a dû se réinventer pour maintenir le lien avec ses principaux clients depuis mars dernier. « Il a fallu créer du contenu à partir de... quasiment rien ! », avoue Anthony Schaub. « Oui, la COVID a clairement impacté notre industrie. Mais je crois que cela nous a permis d'apprendre. Je suis quelqu'un de résolulement optimiste. D'ailleurs, depuis un an et demi, on a lancé notre blog afin de partager notre expérience. On partage, à travers des articles, des avis et des idées de positionnement dans le sport. C'est un bon moyen de montrer ce que nous savons faire », détaille le Suisse. Qui se dit impatient de retrouver la foule et l'effervescence des spectateurs : « Je suis un fervent défenseur des événements physiques. » Pour se remotiver, on se dit que le bout du tunnel n'est décidément plus très loin...

zaine de tables aux clients. Quelques années plus tard, on commercialisait près de 180 tables VIP. Cette expérience a été un accélérateur », poursuit ce passionné d'équitation, l'un de ses sports favoris, à côté du tennis ou de la course à pied. Sa connaissance de l'organisation d'une grande compétition (comme des codes de l'univers de luxe) lui permet alors de rejoindre en janvier 2009 la célèbre marque **Rolex**, en tant que responsable du sponsoring international. « J'étais en charge de nos activités sponsoring dans les sports tels que l'équitation, l'automobile ou encore le ski. C'était une magnifique expérience. Aujourd'hui encore, **Rolex** est l'exemple même de ce qui se fait de mieux en termes de sponsoring sportif. Le sport est un vecteur exceptionnel pour affirmer la stratégie d'une marque, même de luxe. Pour **Rolex**, cela faisait partie de notre ADN », enchaîne celui qui partage désormais (entre autres), ses expériences, auprès des étudiants du groupe INSEEC, en tant qu'enseignant.

« Ce passage chez Rolex m'a beaucoup marqué »

### DES CLIENTS AUX QUATRE COINS DU GLOBE !

C'est alors qu'en 2016, après sept années chez l'horloger, qu'Anthony Schaub décide de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. « Ce passage chez **Rolex** m'a beaucoup marqué. Il m'a permis de comprendre les enjeux d'une grande marque, à l'occasion de nos différents concours hippiques notamment, mais aussi de m'intéresser aux plus petites structures qui investissent beaucoup de temps dans leur stratégie sponsoring. J'ai vite remarqué qu'elles manquaient de ressources en interne pour aller plus loin dans la démarche », enchaîne le fondateur. Est née alors **The Consultancy**, basée à Genève, une société de marketing tournée vers l'univers du sport et composée désormais de six collaborateurs au quotidien. « Notre champ d'action est assez vaste mais il est organisé autour de deux activités principales : le sport et le luxe. Nous accompagnons aussi bien des marques que des détenteurs de droits, tels que des fédérations sportives ou encore organisateurs, dans leur développement stratégique », décrit le dirigeant qui a notamment construit la plateforme sponsoring et d'hospitalités à l'occasion du grand Concours Hippique International de Genève. Comme un retour aux sources. « Pour la petite histoire, quand je me suis lancé dans l'aventure de l'agence, je n'avais

aucun client en Suisse. Aujourd'hui, nous passons près de 150 jours par an en voyage aux USA, au Canada, ou encore au Mexique. On ne propose que du sur-mesure dans des territoires d'expression comme la voile, le tennis ou même le golf pour le sport ou l'horlogerie, l'aviation d'affaire, la banque, l'immobilier ou les spas dans les domaines du luxe... », conclut le fondateur, pour qui le moindre détail compte. Pour un résultat de luxe. Comme les grandes maisons.

Julian Dupraz