

Subway revient sur la scène du e-sport avec Guild

et devient la première enseigne de restauration rapide à signer un partenariat sur toute la zone EMEA

Près deux ans après l'arrivée de Subway dans le domaine du e-sport français, la chaîne de restauration rapide accroît sa présence en signant un partenariat d'ampleur avec Guild Esports dans plus de 50 pays où sont implantés les restaurants Subway à l'échelle de la région EMEA. Subway choisit le canal digital et le e-sport pour continuer d'entretenir des relations privilégiées avec ses consommateurs, portée par la conviction qu'il faut encourager l'esprit d'équipe et l'audace de ceux qui osent.

Un partenariat d'une ampleur inédite dans le domaine du e-sport

Guild Esports, l'organisation spécialisée dans la formation d'équipes e-sport au niveau mondial et co-détenue par David Beckham, a officialisé aujourd'hui son partenariat avec Subway®.

Dans le cadre d'un partenariat de deux ans, Subway devient le partenaire de Guild et de son Académie dans plus de 50 pays à travers l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique. Guild devient ainsi la première organisation e-sport à conclure un partenariat sur une zone géographique aussi vaste avec un acteur de la restauration rapide comme Subway.

L'activation du partenariat comprend notamment le flocage du maillot de l'équipe de Guild aux couleurs de Subway avec des graphismes réalisés par l'artiste londonien de streetwear Fergus Purcell, la création de contenus de marque sur mesure sponsorisés sur les plateformes Guild et au sein de son siège qui ouvrira plus tard cette année, des canaux dédiés pour les joueurs et créateurs de contenus et des activations e-sports exclusives.

Un engagement transverse initié autour de valeurs communes : encourager l'esprit d'équipe et prôner l'esprit d'entreprendre

En devenant partenaire officiel de l'Académie, Subway renforce sa présence auprès des jeunes de chacun des plus de 50 pays partenaires de la zone Europe, Moyen-Orient et Afrique.

A travers ce partenariat, Subway encourage les jeunes adultes à exprimer leur authenticité et leur talent. Des valeurs portées par l'enseigne et qui permettront à ces jeunes joueurs de développer leurs compétences techniques et leur esprit entrepreneurial autour d'une passion commune. En devenant partenaire de l'Académie, Subway soutient Guild dans la

mise en place d'un programme nutritionnel autour de choix équilibrés pour les membres de l'Académie et ses fans.

Guild s'engage depuis son lancement en juin 2020 à développer les meilleures équipes d'e-sport de sa catégorie tout en recrutant et formant la prochaine génération de joueurs. Ces objectifs sont en harmonie avec le modèle Subway qui se veut vecteur d'ascension sociale et s'attache à cultiver l'audace tout en favorisant l'esprit d'équipe et l'entrepreneuriat.

Carleton Curtis, président exécutif de Guild Esports, a déclaré :

"Nous sommes très fiers de nous associer à Subway, une marque mondiale emblématique et l'un des leaders de la restauration rapide. Ce partenariat est particulièrement exaltant car nous sommes totalement en phase avec l'engagement de Subway de permettre aux gens de faire de meilleurs choix selon leurs envies. Ceci consolide autour de valeurs qui constitueront une base commune à la relation unique entre Subway et notre Académie : participer à offrir des opportunités de carrière et sensibiliser la prochaine génération à la santé et au bien-être. Nous sommes impatients de renforcer notre partenariat avec Subway sur le long terme."

La présence croissante de Guild et les performances d'ampleur mondiale de ses équipes suscitent un vif intérêt de la part de grandes marques et de sponsors, alors que l'e-sport devient une activité sociale et de divertissement grand public."

Louise Wardle, vice-présidente du marketing EMEA chez Subway, a déclaré :

"Chez Subway, nous avons exploré différentes façons de nous connecter à la génération Z, mais nous voulions le faire de manière authentique, avec plus qu'un simple logo. Nous sommes ravis d'être associés à Guild Esports, dont les valeurs résonnent pour Subway au-delà du e-sport. Son Académie, unique au monde, offre aux jeunes joueurs la possibilité de développer leurs passions, leurs compétences et de réaliser leurs rêves. En collaborant également avec des personnalités du « lifestyle » et du divertissement, Guild séduit aussi bien les joueurs que les fans du e-sport. Ce partenariat permettra de nouer un dialogue solide entre une marque mondialement responsable avec des jeunes de toute la zone EMEA. "

À propos de Guild Esports

Guild Esports (Guild) est un acteur spécialisé dans la formation d'équipes e-sport au niveau mondial et est une marque lifestyle axée sur les fans, basée à Londres et co-détenue par David Beckham. Lancée en juin 2020, l'ambition de Guild est de construire une culture de l'excellence, non seulement avec son équipe d'athlètes professionnels, mais aussi autour de sa marque et de sa présence numérique. Guild célèbre et valorise la diversité tout en fédérant la tribu des amateurs de sport au niveau mondial. Guild s'est établi avec des équipes concourant avec les meilleurs titres de jeux vidéo, notamment Rocket League, FIFA, Valorant et Fortnite, et a des plans ambitieux pour favoriser une croissance continue. Un

réseau de créateurs de contenus et de partenariats créatifs renforce la présence de Guild dans la communauté e-sports.

A propos de Subway® France

Aujourd’hui, l’enseigne Subway® est présente en France avec près de 400 restaurants. Son offre s’appuie sur un concept fort : la personnalisation des sandwiches, communément appelés Sub, et des salades. Les clients choisissent leurs ingrédients pour composer un repas au plus près de leurs goûts et de leurs envies du moment, le tout préparé à la demande avec le concept adressé au client : Chez Subway®, C'est vous le Chef.

L’enseigne innove constamment et a renouvelé plus de la moitié de son offre d’ingrédients (nouveaux produits premium, recettes « Signatures », formules vegan et végétarienne et lancement des petits prix Tasty, une offre de snacking accessible à tous) tout en développant de nouveaux services digitaux pour l’accompagner (livraison et programme de fidélité mobile Subcard®) qui s’inscrivent pleinement dans les tendances de consommation actuelles. Subway® vend 6,8 millions de sandwiches par jour dans 100 pays, à travers ses 42 500 restaurants, tous gérés par des franchisés indépendants.

En savoir plus :

#WeAreGuild #GUILDSUBway

www.guildesports.com

@GuildEsports : Twitter / Youtube / Twitch / TikTok / Instagram / Facebook

www.subway.com

@subwayfrance : LinkedIn / Twitter / Instagram /Facebook

Contact presse :

subway@publicisconsultants.com

Photos

Additional assets available online:

[\(1\)](#)

<https://emea.newsroom.subway.com/2021-03-25-Subway-revient-sur-la-scene-du-e-sport-avec-Guild>