



Le partenariat entre Gaël Monfils et Decathlon

publié le 01/03/2022

L'histoire originale d'un partenariat d'équipement entre un sportif et une firme

Mardi 25 janvier 2022, Gaël Monfils jouait son quart de finale lors de l'Open d'Australie de Melbourne au Rod Laver Arena face à Matteo Berrettini, quart de finale hélas perdu mais dont la performance restait notable de la part du tennisman français après une année 2021 difficile pour le tennis tricolore.

Mais ce n'est pas cette performance qui nous intéresse, même s'il convient de la saluer, c'est le matériel utilisé ainsi que l'histoire qui entoure cette nouvelle collaboration qui prend du sens derrière le prisme de la discipline commerciale. En effet, Gaël Monfils utilise depuis peu du matériel de la **marque** Artengo et plus particulièrement une raquette qui se veut grand public puisque vendue à 120€ cadre nu.

L'histoire qui entoure cette nouvelle collaboration est intéressante car assez originale en mettant en avant les qualités subjectives du **produit** vis à vis des **besoins** de l'athlète.

Arrivé en fin de contrat avec ses équipementiers habituels (Asics pour le textile et chaussures, Wilson pour les raquettes), Gaël Monfils s'est mis en quête de nouveaux fournisseurs. À trente-cinq ans, le numéro un français aurait testé, à l'aveugle, des modèles de raquette et ce serait l'Artengo TR 960 CONTROL TOUR 18x20 (vous m'en direz tant, voir articles [BFM Sport](#), [Les Échos](#), [La Voix Du Nord](#) et le [communiqué de presse Decathlon](#)) qui a eu les faveurs du tennisman.

Avec ce choix, la firme nordiste a proposé un contrat de cinq ans raquette et textile pour équiper le champion. Ajoutez à cela, des résultats flatteurs lors d'un tournoi du Grand Chelem et on obtient une jolie fable qui met en avant un produit grand public face à une performance de niveau mondial et un partenariat axé sur les qualités objectives et subjectives d'un produit plutôt que sur les chiffres inscrits en bas du contrat.

Le nouveau porte-drapeau de la marque sport de raquettes de Decathlon prête d'ailleurs son image pour la promotion en pré-vente de la nouvelle Artengo TR 960 CONTROL TOUR 16x19, produit qui serait à l'origine de cette nouvelle collaboration (Voir [page Internet du site Decathlon](#)).

Un exemple de **sponsoring** alliant image, performance et leader d'opinion qui pourrait être intéressant à utiliser dans le cadre du chapitre de **Marketing** traitant des **influenceurs** et des méthodes de **communications Hors-média**.



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.