

# Foot: Griezmann, une communication très soignée, un tempo qui interpelle

Paris, 15 juin 2018 (AFP) -

Antoine Griezmann a choisi une communication millimétrée pour annoncer jeudi soir sur une chaîne payante espagnole sa fidélité à l'Atlético Madrid, dans un tempo qui interpelle, à deux jours de son entrée en Coupe du monde.

Dans une vidéo diffusée dans l'après-midi sur le compte Twitter de la chaîne Cero de Movistar+, qui a obtenu l'exclusivité de l'annonce, le Français a lui-même servi le "teasing": "Vous en avez un peu marre des commentaires qui disent que je m'en vais, que je reste, combien ils vont me donner... La vérité, c'est ce que je vais dire maintenant". Ou plutôt à 21h15, le temps de faire monter le suspense.

"On n'est presque plus dans le sport. On a basculé dans l'+entertainment+ (divertissement, ndlr), en utilisant les mêmes codes qu'un Star Wars", ironise le directeur général de l'agence de conseil et communication Sport Market, Bruno Bianzina.

"Il est dans une logique de marque personnelle, il donne le plus d'exposition possible à la marque Griezmann", ajoute Bruno Bianzina auprès de l'AFP.

L'annonce est tombée à la fin d'un film digne d'une émission de télé-réalité, où le joueur met en scène ses états d'âme, dans sa villa luxueuse de la banlieue de Madrid, chez ses parents en France, avec sa fille, avec ses chevaux, en train de se faire tatouer, de manger des pop-corn...

La marque Griezmann, elle se vend déjà bien. Dans le magazine Forbes France sorti mercredi, il est en tête des joueurs français les plus rentables, avec un salaire annuel estimé à 10 millions d'euros, et des revenus publicitaires évalués à 3 millions d'euros, dont une marque de rasoir, un shampoing anti-pelliculaire et une collaboration avec le groupe produisant le jeu vidéo de la Fifa.

- 'Storytelling' -

Le joueur avait assuré mardi en Russie que "la décision (sur son avenir) a été prise" mais que ce n'était "pas le moment ni l'endroit pour le dire". L'annonce, déjà enregistrée avant son départ pour la Russie, est tombée deux jours plus tard. Griezmann tient ainsi un engagement, celui de régler son avenir avant son début au Mondial. Il donne aussi un gage de fidélité à son club.

Mais "ce téléscopage est assez incroyable", estime le directeur général de Sport Market. "Avoir cette démarche de +storytelling+ (narration, ndlr) personnel dans un moment qui devrait être 100% concentré sur le collectif de l'équipe de France, c'est un peu dissonant".

Dans la bande annonce, le mot-clé [#LaDecision](#) est mis en valeur. Une référence au basketteur américain de légende, LeBron James, qui avait annoncé en 2010, dans une émission spéciale sur ESPN son départ des Cavaliers de Cleveland pour Miami Heat. A l'époque, cette méthode avait été sévèrement critiquée.

Antoine Griezmann avait déjà rendu hommage à l'univers du basket l'hiver dernier en se grimant en joueur noir des Harlem Globetrotters sur les réseaux sociaux. Un hommage pour lui mais un geste dénoncé comme un "blackface", qui renvoie à une pratique raciste née à l'époque de la ségrégation aux Etats-Unis. L'attaquant s'était rapidement excusé, plaidant la maladresse.

arb/sha/spi

TWITTER

Afp le 15 juin 18 à 08 47.