

Decathlon s'appuie sur la startup Surfnow pour accompagner les surfeurs débutants

Avec à peine un an d'existence, la plateforme de réservation de cours de surf Surfnow a déjà convaincu les équipes de Decathlon, qui ont décidé de l'intégrer à leur offre à destination des surfeurs débutants. Explications avec la cofondatrice de la startup, Laure Matarese.

Temps de lecture : minute

17 mai 2023

Pour Surfnow, tout a commencé par un coup de téléphone de la part des équipes de Decathlon. Objectif : intégrer Surfnow à l'offre d'abonnement que sa marque Olaian, dédiée au surf, était en train de concevoir pour toucher les surfeurs débutants. La startup développe en effet une plateforme à destination des écoles de surf pour faciliter la gestion des réservations.

En un an d'existence, Surfnow a ainsi déjà séduit 4.000 utilisateurs et plus de 30 écoles réparties sur l'ensemble de l'Hexagone (Marseille, Bretagne, Bordeaux, Nord, Dom-Tom). Les deux cofondateurs espèrent, d'ici un an, nouer un partenariat avec 50 écoles et toucher plus de 10.000 utilisateurs. En parallèle, ils vont s'attaquer au marché international, dès la fin de l'année 2023, avec développement en priorité au Portugal, en Espagne.

Un deal gagnant-gagnant-gagnant

Dans le cadre du partenariat avec Decathlon, les clients de l'enseigne

peuvent désormais louer une planche de surf, assorti d'un cours de surf offert à réserver via Surfnow. Un deal gagnant-gagnant-gagnant, comme l'explique Laure Matarese, cofondatrice de la startup avec son associé Louis Demessine : *"Decathlon enrichit son offre d'abonnement, les écoles de surf touchent une nouvelle clientèle, plutôt locale, qu'elles pourront fidéliser par la suite. Quant à nous, nous gagnons en visibilité et en crédibilité."*

Surfnow pourra en effet compter sur la force de frappe de Decathlon et de la marque Olaian pour toucher un nouveau public. Surtout, le partenariat correspondait bien aux valeurs des deux fondateurs : *"Decathlon cherche à passer d'un business linéaire à un modèle circulaire. Plutôt que de vendre des planches en mousse aux débutants, ils préfèrent aujourd'hui les louer et les relouer"*, souligne Laure Matarese.

Une rencontre entre passionnés de surf

Au passage, Decathlon accompagne les débutants dans leur découverte du surf en leur fournissant du contenu et des conseils de sécurité, qui viennent s'ajouter au premier cours gratuit.

Pour Surfnow, ce partenariat s'est traduit par des développements informatiques supplémentaires et une adaptation de l'offre aux besoins de l'enseigne. *"Nous avons construit avec eux tout le parcours utilisateur, en adaptant les différents écrans. Tout a été co-construit avec Decathlon et nous avons partagé les frais de développement"*, explique la cofondatrice, qui décrit un processus fluide et agréable. *"Nous avons retrouvé chez eux la même énergie et l'enthousiasme que nous. Ce sont de vrais passionnés de surf."*

La proposition a semble-t-il aussi convaincu les magasins : une trentaine de points de vente se sont portés volontaires pour mettre en avant l'offre auprès de leurs clients.



À lire aussi

Fairmat séduit Décathlon avec sa fibre de carbone recyclée

Article écrit par Benoit Zante