LES BREVES

Cornilleau

Fort des magnifiques résultats du tennis de table français lors des JOP de Paris 2024, Cornilleau n'en finit plus de grandir. A l'étroit dans son siège social de Bonneuil-les-Eaux, dans le nord de l'Oise, la marque française a investi plusieurs millions d'euros dans un projet d'extension. La première pierre symbolique a été posée le lundi 28 avril. Un projet d'extension qui a suivi le rachat, en 2022, de Steelform, son sous-traitant de pièces métalliques. Le futur bâtiment de 1.000 m² abritera notamment un vestiaire et une cafétéria pour les opérateurs, trois quais supplémentaires pour augmenter la capacité du site. Conçus il y a vingt-cinq



ans, les bureaux vont être réhabilités et complètement revus avec l'ajout d'un showroom. Un parking de 200 places ainsi qu'une nouvelle entrée sur le site compléteront le chantier, dont la fin est programmée pour le mois de juin 2026. *"C'est une nouvelle ère pour Cornilleau, des bases solides pour un avenir ambitieux"*, justifie Michel Zany, président de Cornilleau qui emploie 120 personnes et vend ses produits dans 85 pays à travers le monde. En plus de ses 70.000 à 80.000 tables de tennis de table vendues à l'année, l'entreprise développe aujourd'hui des billards, des baby-foot et également des trampolines.

Bruno Galent, président de Players & Partners (Victor, FZ Forza...)

En phase d'hypercroissance

Nouveau partenaire majeur de la FFBaD et futur partenaire-titre des Internationaux de France à partir de 2027, FZ Forza et Victor marquent les esprits sur le marché mondial du badminton. Le groupe Players & Partners qui commercialise les produits en France annonce sa volonté de se développer sur les autres sports de raquettes comme le pickleball, le padel, le tennis de table et le squash.

Tout d'abord, comment se porte Players & Partners ? Quel est votre regard sur le marché des sports de raquette en France ?

L'entreprise se porte très bien. Nous avons clôturé l'année 2024 avec des résultats exceptionnels et 2025 semble suivre la même dynamique. Notre nouveau statut de partenaire majeur de la FFBaD nous offre une visibilité précieuse que nous savons activer efficacement ensemble. Le marché français du badminton bénéficie d'une belle dynamique, nourrie par l'élan des Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) ainsi que par les récents résultats encourageants de l'équipe de France. Cela soutient naturellement nos performances. Sur le volet retail, la demande en produits de badminton reste forte. De nombreux nouveaux acteurs entrent sur le marché et nous percevons clairement l'intérêt croissant des grands groupes comme Décathlon qui pousse notamment FZ Forza et Victor. C'est pour nous une belle reconnaissance après près de dix années de travail pour développer ce sport à travers nos marques. Les autres sports de raquettes poursuivent également leur croissance. Nous sommes prêts à nous lancer dans le pickleball avec une très belle collection et une véritable volonté de soutenir l'essor de ce nouveau sport en France. Nos collections padel, tennis de table et squash sont également en développement continu pour répondre aux besoins du marché...

Fin 2024, vous annonciez à SPORTéco une année 2025 pleine de challenges, de nouveaux recrutements et un nouveau siège social. Qu'en est-il ?

Suite à la signature du partenariat avec la FFBaD, nous avons recruté une nouvelle personne afin d'en assurer une gestion optimale. Nous avons également fait appel à un agent marketing pour développer la création et la diffusion de contenus liés à ce partenariat, toujours dans l'objectif de maximiser son activation. Par ailleurs, nous sommes encore en réflexion quant au lieu et au format de notre futur siège social. En phase d'hypercroissance, une période de stabilisation nous permettrait de faire un choix éclairé.



L'équipe Players & Partners lors de la Convention mondiale 2025 Victor à Nanjing.

Quels seront les différents lancements de l'année ?

Deux lancements viendront marquer cette saison. La collection équipe de France, prévue en juin, et une collaboration exclusive avec le groupe TOEI, autour de la franchise Dragon Ball Z (Victor Z). Cette dernière ravira autant les fans de manga que les passionnés des équipes de France.

Au niveau mondial, vos marques affichent leurs ambitions avec des investissements remarqués...

Les deux groupes avec lesquels nous collaborons, Victor International et Sports Group Denmark (FZ Forza) terminent l'année en progression, portés par la croissance du nombre de joueurs de badminton en Chine et en Inde. Leurs investissements en soutien aux fédérations, tournois et joueurs restent importants, comme en témoignent le récent partenariat avec la fédération indonésienne de badminton et l'extension de leur engagement auprès de la Fédération mondiale de badminton (BWF). Cependant, le marché du badminton traverse une crise sans précédent. Le monde fait face à une pénurie de plumes nécessaires à la fabrication des volants. L'explosion du nombre de pratiquants combinée à la baisse de consommation de viande de canard et d'oie rendent cette matière première de plus en plus rare et donc plus coûteuse. Selon moi, nous approchons de la limite du système basé sur un produit naturel. Nous anticipons une transition inévitable vers des volants dits *"synthétiques"* à l'image du Victor Carbonsonic, sur lequel nous travaillons activement pour faire face à la raréfaction des ressources et à la hausse des prix.

Propos recueillis par Yohan Finkiel