

* Het Laatste Nieuws/Antwerpen Noord, Het Laatste Nieuws/Antwerpen Stad, Het Laatste Nieuws/Antwerpen Zuid, Het Laatste Nieuws/Brabant-Hageland, Het Laatste Nieuws/Leuven-Brabant, Het Laatste Nieuws/Denderstreek, Het Laatste Nieuws/Dendermonde, Het Laatste Nieuws/Gent-Eeklo-Deinze, Het Laatste Nieuws/Gent-Wetteren-Lochristi, Het Laatste Nieuws/Kempen, Het Laatste Nieuws/de Ring-Brussel, Het Laatste Nieuws/Limburg, Het Laatste Nieuws/Leiestreek, Het Laatste Nieuws/Mechelen-Lier, Het Laatste Nieuws/Middenkust, Het Laatste Nieuws/Mandelstreek, Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet, Het Laatste Nieuws/Oostkust, Het Laatste Nieuws/Vlaamse Ardennen, Het Laatste Nieuws/Pajottenland, Het Laatste Nieuws/Vakantie, Het Laatste Nieuws/Westhoek, Het Laatste Nieuws/Westkust, Het Laatste Nieuws/Waasland

Olympisch kampioene is ze al, nu moet Nafi Thiam (22) ook een wereldmerk worden. Nike maakt van de atlete één van de vier gezichten van hun nieuwe campagne voor sportleggings. Bovendien noemt zakenblad 'Forbes' haar één van de 30 meest beloftevolle entertainers voor 2017. Met andere woorden: Thiam heeft goud in handen - en niet alleen een medaille. "Ze overstijgt België én de atletiek."

Nafi Thiam is een ster. Dat valt ons, in klein en al bij al arm sportland België, natuurlijk op. Maar ook in Amerika, wat qua sportland toch wat meer amplex heeft, zien ze iets in de amper 22-jarige zevenkampster. Nike maakt van de atlete één van de vier gezichten die de nieuwe collectie loopkleding moet aanprijzen - niet alleen op billboards in Brussel en Antwerpen, maar evengoed in Los Angeles en Tokio. Dat contract, en al het moois dat nog van haar te verwachten is, overtuigde het Amerikaanse zakenblad 'Forbes' om Thiam een plek te geven in hun lijst met de 30 meest beloftevolle jonge mensen in de entertainmentsector - voor Amerikanen valt sport in die categorie. Andere grote namen in die lijst: voetbalsterren Luis Suárez en Gareth Bale, Hollywood-acteur Dev Patel, muzikant Michael Kiwanuka en dj Kygo. "Wat dus ook door 'Forbes' zéér hoog wordt ingeschat, is haar contract met Nike", zegt professor sportmarketing Wim Lagae. Thiam had als jonge atlete al een contract met de regionale marketingmanager van Nike, maar nu werden de onderhandelingen over de campagne voor een nieuwe lijn exclusieve sportleggings in het Amerikaanse hoofdkantoor gevoerd. Lagae: "Dat toont duidelijk dat Thiam ons land én haar sport overstijgt. Iedereen in de sport weet: de gezichten die een mondiale speler als Nike kiest, zijn figuren van wereldklasse. Sportief, maar ook qua persoonlijkheid. Dat heeft ze allemaal, met als extraatje: ze is multicultureel, wat haar aanvaardbaar maakt in de hele wereld."

Eden Hazard, ongetwijfeld de bekendste Belgische sportman, is dat allemaal niet: hij was even een lokaal gezicht van deodorant van Nivea, maar valt in het elftal van grote voetbalpersoonlijkheden toch naast de ploeg. Tom Boonen, spijts zijn wereldtitel en groene trui in de Tour, kwam ook niet verder dan een fotootje op een pakje salami en boterhamworst. "Belgische sportlui die wereldwijd commercieel interessant zijn: het gebeurt haast nooit", zegt Lagae. "Thiam heeft wél alles mee: ze heeft de looks, ze heeft persoonlijkheid, ze heeft brains en ze wordt sportief heel hoog ingeschat - de zevenkamp heeft in de atletiek echt allure, hoor."

Diamanten hangertje

Ze pakt het ook handig aan. Een foto op Instagram met de trofee van beste jongere van de Internationale Atletiekfederatie om haar supporters te plezieren, wordt gevolgd door een foto waar haar gouden kleding de hoofdrol krijgt, met uiteraard een vermelding voor de ontwerpster. Krijgt ze een hangertje, dan tikt ze er een expliciet bedankje voor haar sponsor Diamanti Per Tutti bij. Mag ze op bezoek in de coulissen van de Formule 1 in Francorchamps is dat, volgens haar begeleidende tekstje, dankzij Red Bull - nog een commerciële partner. Met andere woorden: Team Thiam weet hoe het de sociale media moet bespelen. Thiam en haar management kiezen ook zorgvuldig waar ze haar naam en gezicht aan bindt - enkel A-merken, die bovendien passen bij de 'swag', de coole uitstraling van de jonge vrouw. Er wordt trouwens nog altijd onderhandeld, want op de carrièrelange deal met Nike na liepen alle contracten ná de Spelen af. Slimme zet, want na het goud zijn de sponsors alleen maar guller geworden. En anders dan in het voetbal verdienen atleten geen miljoenen: Thiam heeft een gewoon ambtenarencontract bij de Waalse sportfederatie. Ter vergelijking: Usain Bolt verdiende in 2016 31 miljoen euro - vooral dankzij sponsorcontracten.

Thiam heeft nóg een grote troef, weet Lagae. "Haar leeftijd. Ze is 22 en is nu al olympisch kampioene. Bedrijven die met haar in zee willen gaan, weten dat ze in bij de Spelen in 2020, en misschien zelfs nog in 2024, top zal zijn. Ze draagt

de belofte in zich

van misschien

wel tien jaar

succes."

Groot contract met Nike

Op lijst van 30 meest

beloftevolle celebrity's

SVEN SPOORMAKERS

Copyright © 2016 De Persgroep Publishing. Alle rechten voorbehouden