

FORME SPORTIVE



**BÉRANGER CHABBERT – THIBAUT BRETON
– LOUIS BOURRIEZ - MAXENCE TRINEL**

SOMMAIRE



I / Présentation de la tendance

A. Apparition

B. Clés de succès

C. Carte mentale

II / Techniques Marketing

III / Conclusion

I / A) Apparition



L'utilisation de la forme sportive n'est pas nouvelle. En effet, cette tendance est apparue dans les années 1980 et elle s'est littéralement développée dans les années 1990.

Cette tendance a surtout utilisé le sponsoring à ses débuts mais au fil du temps, d'autres outils sont apparus.

Cette tendance cherche, généralement, à mettre en avant des produits de sport ou des produits alimentaires.

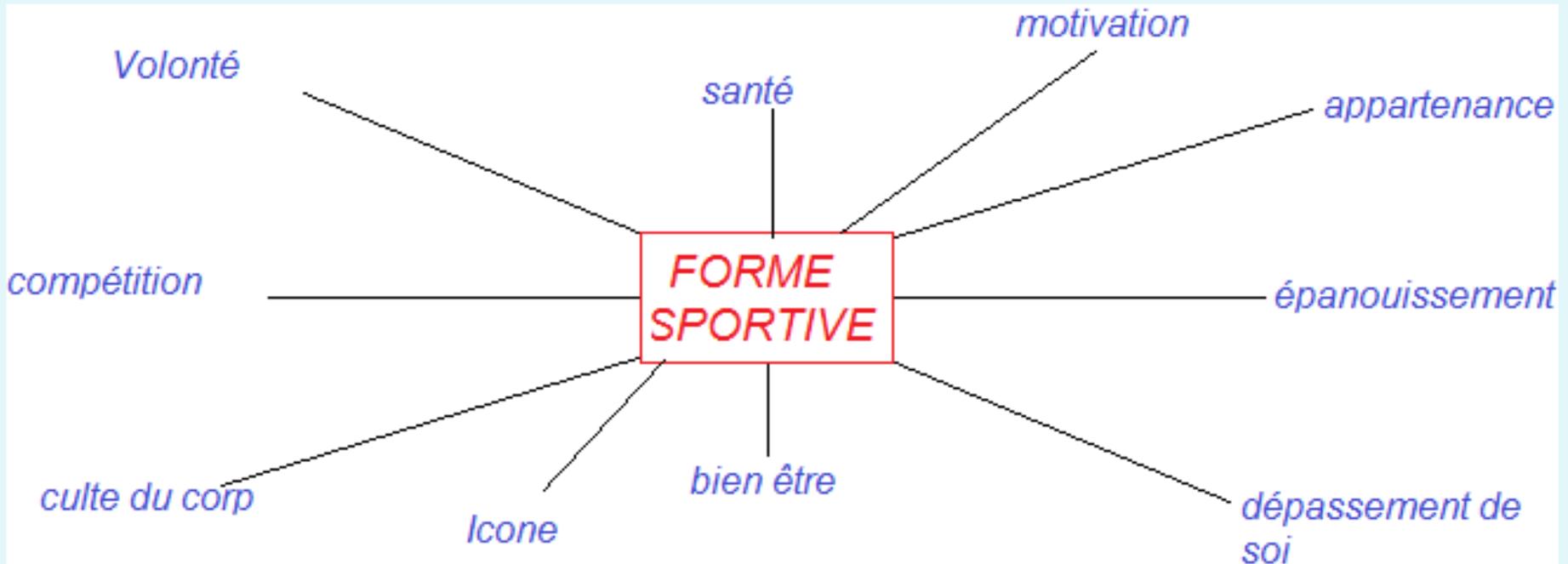
I / B) Clés de succès



La forme sportive dispose des clés de succès liés:

- à la santé : des messages qui conseillent d'avoir une alimentation plus saine et de faire des efforts, du sport.
- au paraitre : l'apparence est devenue très importante dans notre société. Par conséquent, le sport est la solution pour s'entretenir et avoir une apparence athlétique.
- à la performance : la recherche d'amélioration, de progrès poussent à trouver des moyens et des outils optimisant ses performances

I/ C) CARTE MENTALE



II / Comment exploiter la tendance?



- A) Icône
- B) Dépassement de soi
- C) Appartenance
- D) Culte du corps
- E) Valeurs du sport
- F) Santé
- G) Compétition / Performance

II / A) Icône



Définition: Signe qui est dans un rapport de ressemblance avec la réalité extérieure. Exemple: Vouloir ressembler à Cristiano Ronaldo de part son jeu technique.

Exemple de publicité :

Renault utilise pour sa dernière publicité la star française de basket Tony Parker.

L'utilisation d'une icône va permettre au personne sensible à la star en question d'avoir une image positive de la marque par association.

II / A) Icône



LA FRENCH TOUCH REPREND CHEZ RENAULT
REPRISE ARGUS® + 5 500€⁽¹⁾



PORTES OUVERTES RENAULT DU 13 AU 17 MARS⁽²⁾



(1) 5 500€ : quote à la valeur de reprise de votre ancien véhicule de marque généraliste et de catégorie inférieure ou égale au véhicule acheté. La valeur de reprise de votre ancien véhicule est calculée à partir de la Cote Argus[®], selon les conditions générales de l'Argus disponibles sur www.argus.fr, déduction des frais et charges professionnelles (10%) et des éventuels frais de remise à l'état standard. Offre non cumulable, réservée aux particuliers, valable jusqu'au 31/03/14 dans le réseau Renault participant pour l'achat d'un véhicule neuf chez Renault. (2) Ouverture dimanche 16 selon autorisation.

Consommations (cycle mixte) (l/100km) : 4,1/4,2. Emission CO₂ (mixte) (g/km) : 105/140. Consommations homologuées selon réglementations applicables.

RENAULT QUALITY AIDE : la qualité par Renault. French Touch - Touche Française.



CHANGEONS DE VIE
CHANGEONS L'AUTOMOBILE



II / B) Dépassement de soi



Définition: Action de se dépasser, d'aller au-delà de ses limites, de ses possibilités.

Exemple de publicité : Asics

La forme sportive est un état d'esprit qui vise à toujours se surpasser et de ne pas se fixer de limites .

Asics a illustré cet état d'esprit dans une publicité. Dans cette vidéo, on observe que chaque coureur arrive à rattraper l'autre coureur qui l'a arrosé. Le nom de cette publicité est cohérente avec l'idée du dépassement de soi « Better your best »

Vidéo de la publicité:

<http://www.youtube.com/watch?v=D7AwJsnk-5A>

II / B) Dépassement de soi



Exemple de publicité :



II / C) Appartenance



Définition: Fait d'appartenir à un groupe, à un ensemble.

Exemple de produit: Nike Speak Up Stand Up

Certains consommateurs cherchent à appartenir à un groupe pour son identité propre mais aussi pour défendre une idée/ une cause. Nike a lancé un bracelet contre le racisme. Chaque personne qui le portait montrer son appartenance à cette communauté et aux idées de celle-ci. Le bracelet est composé d'un bracelet noir et autre blanc liés et indissociables.

Vidéo de la publicité :

<http://www.youtube.com/watch?v=mm2GCC15TAA>

II / C) Appartenance



Exemple de publicité : Nike speak up stand up

The advertisement is split into two vertical panels. The left panel features a black and white photograph of Thierry Henry, a professional footballer, wearing a black t-shirt. A Nike swoosh logo is in the top left corner. The text 'STAND UP' is printed in large, bold, white letters across the middle of his chest. Below this, in smaller white text, is a quote: "Racism is the biggest problem facing football across Europe. People may think it has disappeared, but it hasn't. It's time for us all to take a stand - players, fans and officials. It's time to stand up and speak up." followed by 'THIERRY HENRY' in a smaller font. The right panel is white. At the top, there is a photograph of a black and white wristband. Below the wristband, the text 'SPEAK UP' is printed in large, bold, black letters. Underneath that, in smaller black text, is the message: 'WEAR THE WRISTBAND AND HELP PUT A STOP TO RACISM IN FOOTBALL'. At the bottom of the right panel, the text 'STAND UP  .COM' is displayed.

II / D) Culte du corps



Définition: Vénération, adoration pour quelqu'un, quelque chose

Exemple de produit: Reebok EasyTone

Reebok a lancé une paire de chaussures spécialement conçue pour les femmes. Cette chaussure a la spécificité de permettre au femme de raffermir le fessier juste en marchant sans forcément faire beaucoup d'exercice.

Vidéo de la publicité :

<http://www.youtube.com/watch?v=3T9RU-K9paQ>

II / D) Culte du corps



Exemple de publicité : Reebok EasyTone

EasyTone helps tone leg muscles.
How? Balance pods are built-in under the heel and forefoot of the shoes. The balance pods are designed to create natural instability with every step which forces your muscles to adapt and encourage toning.

EASYTONE
INCREASES MUSCLE
ACTIVATION BY UP TO*

28%
11%
11%

The advertisement features a grayscale image of a person's legs in a bent position. Three areas are highlighted with pink-to-red heatmaps and labeled with percentages: the upper thigh (28%), the lower thigh (11%), and the calf (11%). To the right, a pair of Reebok EasyTone sneakers is shown, with the soles cut away to reveal the internal 'balance pods' which have a concentric circular pattern. The background is dark, and the overall aesthetic is clean and scientific.

II / E) Valeurs du sport



Exemple de publicité : Sofinco

Sofinco, établissement de crédit, a lancé une publicité avec F. Michalak, joueur international de rugby. Cette publicité, pour mettre en avant une offre de cette entreprise, utilise les valeurs du sport. La publicité est tournée dans un vestiaire de rugby et mélange les valeurs du sport comme l'esprit d'équipe au produit de Sofinco. Pour illustrer, dans la publicité, on entend « esprit d'équipe » et Sofinco dit « Sofinco et ses partenaires se mobilisent »

Vidéo de la publicité :

<http://www.youtube.com/watch?v=RDoH31b7mEo>

II / E) Valeurs du sport



Exemple de publicité : Sofinco



UN CRÉDIT QUI N'OUBLIE PAS CERTAINES VALEURS EN CHEMIN, C'EST MIEUX.



Le crédit, à l'usage

Avec le Pack Engagements, nous avons construit sur des valeurs plus humaines, comme l'accompagnement. Avec l'assurance Vie Qualifiée, si votre famille est instable, nous pouvons vous aider jusqu'à 500K euros sans frais grâce à l'assurance de votre prêt.

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

Sofinco 

II / F) Santé



Définition: État de bon fonctionnement de l'organisme.

Exemple de produit: FITBIT ZIP

Le corps humain, afin qu'il soit en pleine santé, a besoin d'un effort physique régulier. La marche est le meilleur moyen de mesurer si une personne a assez bouger pendant la journée. Le FITBIT est un podomètre connecté qui permet à la personne de savoir son nombre de pas mais également d'alerter l'utilisateur si il n'en a pas fait assez. Le FITBIT donne également d'autres informations comme le nombre de calories éliminées.

<http://www.youtube.com/watch?v=Z2CTb7vIcYk>

II / F) Santé



Photo du produit FITBIT ZIP



II / G) Compétition / Performance



Définition: Action de chercher à obtenir en même temps que d'autres le même titre, la même charge ou dignité, la même fonction, etc.

Exemple de produit: Nike Mercurial

Dans le sport, certains ont besoin d'une opposition, d'un adversaire pour pouvoir se mesurer. L'esprit de compétition est important. Nike met en avant une paire de chaussure avec C. RONALDO une star mondial du football. Durant la publicité, le joueur dribble plusieurs joueurs et marque. Cependant, il n'a pas pu faire cela que grâce à ses chaussures mais grâce à sa forme sportive.

Vidéo de la publicité

<http://www.youtube.com/watch?v=1x7mZ8Facuo>

II / G) Compétition / Performance



Présentation du produit: Nike Mercuriale



III / Conclusion



Notre analyse montre que la forme sportive est bien exploitée par le Marketing.

Cela permet de mettre en avant des produits liés au sport (comme les runnings) ou qui n'ont aucun lien (comme Sofinco). La multitude de possibilités d'exploiter la tendance permet cela.

De grands événements comme les J.O. ou la coupe du monde peuvent être des moteurs pour le marketing et cette tendance.