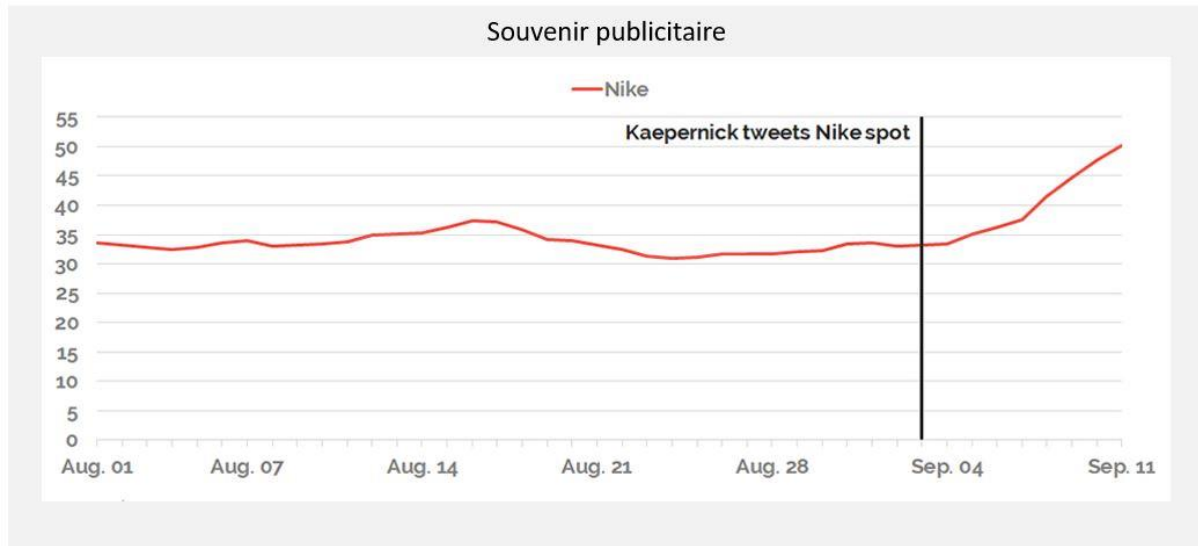


Nike choisit Kaepernick, sportif controversé pour les 30 ans de "Just Do It"

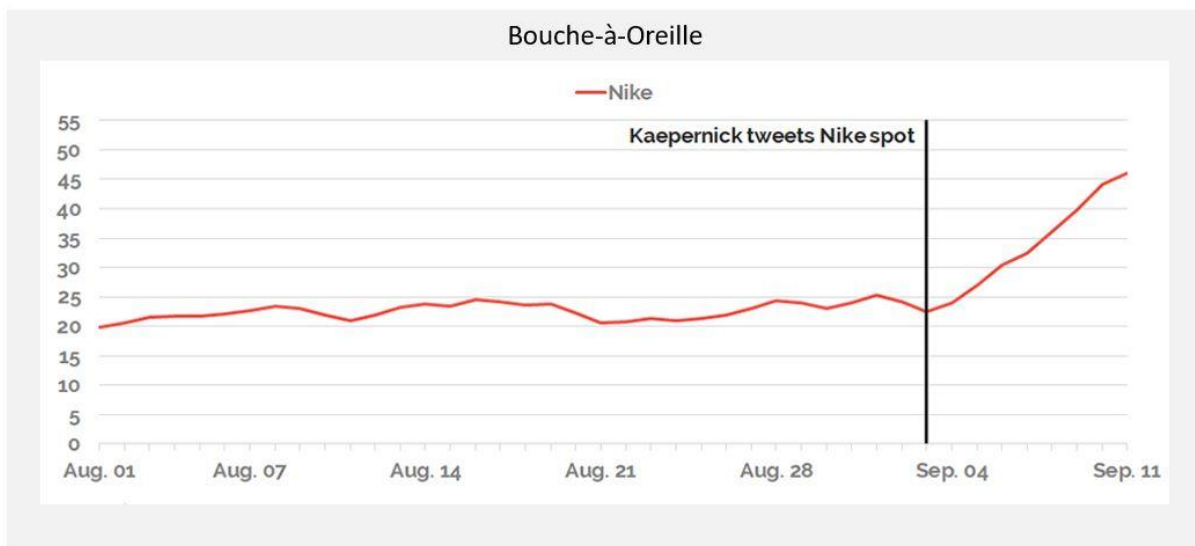
Mardi 13 novembre - Aux Etats-Unis, le Souvenir Publicitaire et le Bouche-à-Oreille de Nike atteignent de nouveaux sommets.

A l'occasion des 30 ans de sa campagne « Just Do It », Nike a brillamment réussi à attirer l'attention grâce à la participation de l'ancien joueur de football américain Colin Kaepernick dans son dernier spot publicitaire.

Selon les données de septembre de YouGov Plan & Track US, 50% des américains de plus de 18 ans déclarent avoir vu une publicité pour Nike dans les deux dernières semaines. La marque atteint ainsi son plus haut score de Souvenir Publicitaire depuis 2012, date à laquelle YouGov US a commencé à suivre cette variable. Le 3 septembre, avant même le lancement de la campagne, Kaepernick a tweeté #JustDoIt. Dans la foulée, 33% des personnes interrogées affirmaient avoir récemment vu une publicité pour Nike.

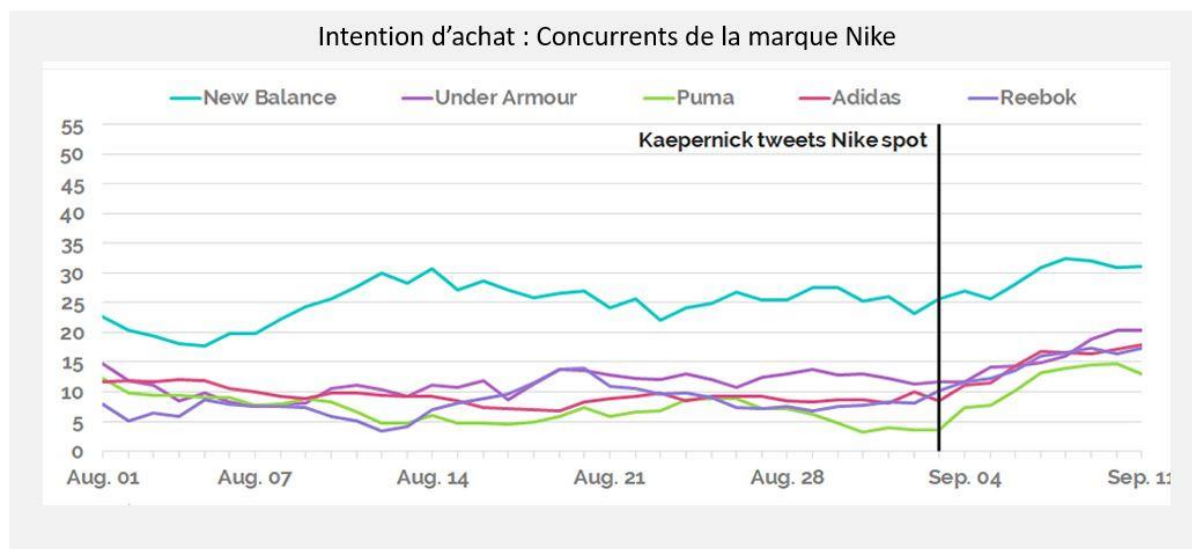


Dans le même temps, le score de Bouche-à-Oreille de Nike a atteint un nouveau record. Le 12 septembre, 46% des consommateurs se souvenaient avoir parlé de Nike, contre 23% le 3 septembre.



Pour autant, moins de personnes sont intéressées dans l'achat de produits Nike. Depuis le tweet de Kaepernick, le score de Considération de Nike est tombé de 43% à 31%.

Ce sont les marques concurrentes de Nike qui semblent profiter de cette érosion de la Considération pour la marque. En effet, après le tweet de Kaepernick, New Balance, Under Armour, Puma, Adidas et Reebok ont connu une augmentation de leur score de Considération d'Achat parmi les consommateurs qui ne sont pas enclins à acheter Nike. Adidas a connu la plus importante augmentation, passant de 8% à 18%. New Balance n'en a pas autant profité : passant de 26% à 31%.



Les données de YouGov US nous montrent que les clients actuels de Nike ont une opinion d'une personnalité clivante comme Colin Kaepernick plus positive que le reste de la population.

Nike nous révèle ainsi que ses clients ont plus d'appétence pour des marques qui prennent position sur des questions de société que le reste de la population.

A Propos

- YouGov est un institut international d'études de marché, pionnier des études online.
- Fondé à Londres en 2000, YouGov compte aujourd'hui plus de 30 bureaux dans 21 pays dans le monde, dont la France depuis 2011.
- Fort d'un panel propriétaire de plus de +210 000 personnes en France et plus de 6M dans le Monde, YouGov accompagne les marques dans leurs décisions stratégiques.

Contact Presse

Guillemette Petit
Sales & Marketing Coordinator
guillemette.petit@yougov.com
07.82.19.47.49

Laura Corbet
Marketing Executive
laura.corbet@yougov.com
06.43.50.25.02