



JOJA  
CCI

J.Dupuy, C.Crochu, C.Gilama, L.Bancel, J.Redon

# JOJA CCI



**Jonathan**  
REDON



**Clementine**  
GILAMA



**Jade**  
DUPUY



**Clemence**  
CROCHU



**Lucie**  
**BANCEL**



# Plan

Body Tonic by adidas

Actions de communication

Stratégie digitale



# Contexte :

Lancement Body Tonic by Adidas

Première boisson lancée par Adidas

Un plan de lancement communication 360





# Le marché et les tendances

43 %

des français ont  
pris la résolution  
de faire plus de  
sport en 2022

Source : [www.odoxa.fr](http://www.odoxa.fr)

1 / 2

1 français sur 2  
fait du sport plus  
d'une fois par  
mois

Source : [www.ouest-france.fr](http://www.ouest-france.fr)

41 %

-35 ans  
pratiquent une  
activité  
physique

Source : [www.odoxa.fr](http://www.odoxa.fr)

**Concurrents :**

Powerade – Isostar et EAU

Marché ouvert – unique sur le  
marché = vitamine B1

# Où en êtes vous ?



Bonne image de marque

Prix compétitifs

Force dans l'Innovation pour les  
nouveaux produits

Adidas s'associe à de grandes causes

**Manque de légitimité de la marque  
sur le marché de la boisson  
isotonique**

Certains produits inaccessibles pour  
la classe moyenne

La marque n'est pas leader du  
marché (+ concurrents iso)

Accusé de greenwashing il y a  
quelques années





**Comment peut-on installer Body Tonic By Adidas  
dans les habitudes de consommation alors que la  
marque manque de légitimité dans le marché de la  
boisson isotonique ?**



# Objectifs

## Notoriété

Faire **connaître** le produit  
(Body tonic)  
aux consommateurs

Faire **savoir** aux  
consommateurs  
que c'est un **produit by**  
**Adidas**

## Image

**Se servir de l'image de**  
**marque d'Adidas**


Se servir de la **dimension**  
**écologique**

S'appuyer sur la variété des  
**parfums**

## Comportement

Faire **changer** les modes de  
**consommations**  
/comportements des  
consommateurs





**Body tonic la boisson isotonique 100% naturelle by  
Adidas pour une hydratation complète des sportifs  
de tous niveaux**



# John




33 ans

Paris



Professeur des écoles

John, en couple avec un enfant de 4 ans, se déplace principalement à pied et en transports en commun pour aller au travail. Il court 2 fois par semaine dans un parc, il fait attention à son alimentation et notamment celle de son enfant.

## Motivations

-  Consommer une boisson hydratante complète
-  Utiliser un produit éco responsable
-  Avoir une variété dans les parfums d'une boisson isotonique

## Freins

-  Acheter une boisson dont la marque n'est pas reconnue dans le marché de la boisson isotonique
-  Consommer un nouveau produit isotonique sachant qu'il consomme déjà Powerade

*" Boire une boisson isotonique me permet de me sentir efficace lors de ma séance "*

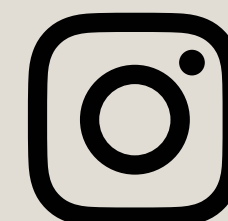


## Habitudes de consommation

écologique

sport

## Moyens de communication



40 min



20 min

@Tibo Inshape





# MIA

27 ans

Paris 15




En recherche d'emploi

Mia vient de finir ses études de médecine et vit dans Paris. Elle pratique le football depuis petite, 2 fois par semaine et fait de la danse chez elle occasionnellement via des vidéos. Elle va à ses entraînements en transports.



*" Pour moi une bonne séance de sport passe d'abord par une bonne hydratation "*



## Motivations

-  Consommer un produit Adidas et s'identifier à un groupe
-  Consommer une boisson bio et éco responsable
-  Avoir une bouteille pratique à transporter aux entraînements

## Freins

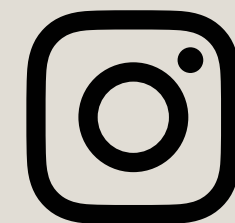
-  Doute sur les bienfaits de la boisson isotonique
-  Payer une boisson alors que de l'eau suffit

## Habitudes de consommation

écologique

Adidas

## Moyens de communication



50 min

@Lenasituation



20 min

@Leila Davis



# Léna Situations

Egérie

**Communauté diversifiée sportivement**

→ **Inclusion**

Abonnés  
3.9M

**Taux d'engagement  
6.03%**

**= 240 000 personnes / abonnés**

Source: hypeauditor.com <https://hypeauditor.com/fr/instagram/lenamahfouf/>



Three clear plastic bottles of Adidas Body Tonic are arranged in a row. The bottle on the left contains an orange liquid and has a label with 'ANANAS/PAPAYE' in orange. The middle bottle contains a yellow liquid and has a label with 'TONIC' in large white letters, 'BY adidas' in smaller white letters, and 'AGRUMES' in yellow. The bottle on the right contains a pink liquid and has a label with 'FRUITS ROUGES' in red. All bottles have black spray nozzles with colored caps (orange, yellow, and red respectively).

**"La puissance du naturel en bouteille"**



**Les actions de  
communication**

# PAID MÉDIA // Médias

## Affichages dynamiques

54%

pratiquent du sport  
en extérieur



1 semaine

## Abribus

12%

empruntent des  
réseaux de surface  
Paris



1 semaine

## Affichage métro

~ 1 M

voyageurs en 2021  
Paris



1 semaine



# PAID MÉDIA // Médias

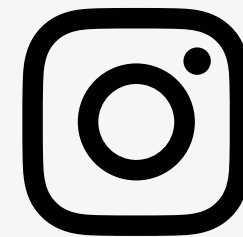
## Réseaux sociaux



Display

**91%**

des 18-34 ans  
regardent Youtube



Post + Story  
Sponsorisé

**34.7M**

visiteurs uniques  
mensuels en France



Campagne  
de pub

**40%**

consultent twitter  
tous les jours

# PAID MÉDIA // hors médias

## Street Marketing



## Sponsoring



Faire goûter au lancement du produit



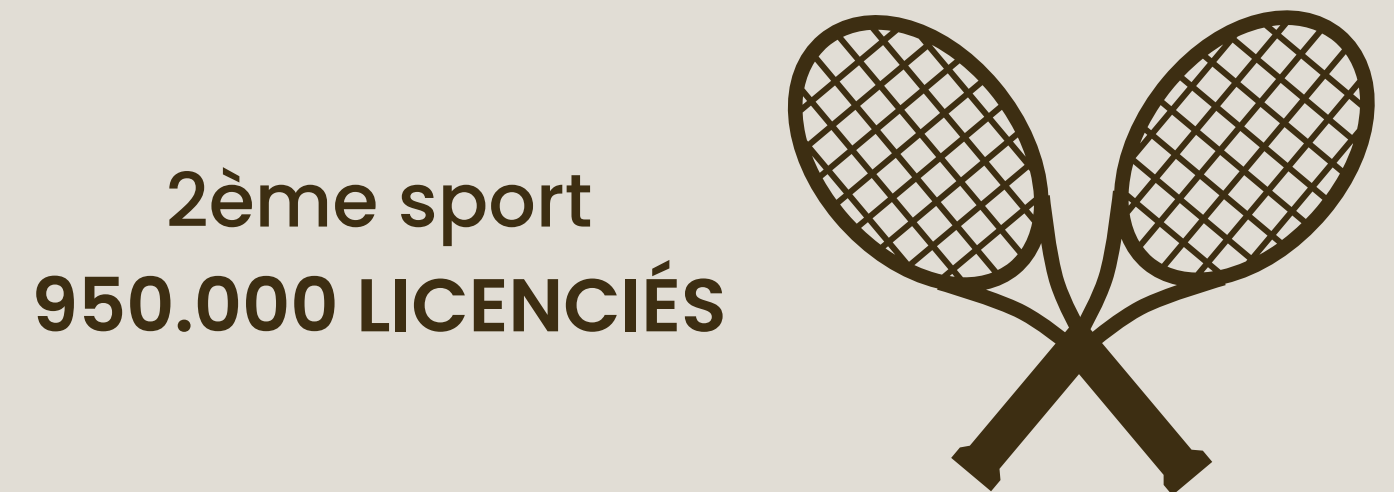
Cibler les sportifs en extérieur



Prouver la praticité de body tonic



1er sport  
1.896.208 LICENCIÉS



2ème sport  
950.000 LICENCIÉS

# OWNED MÉDIA // Médias

Site

+

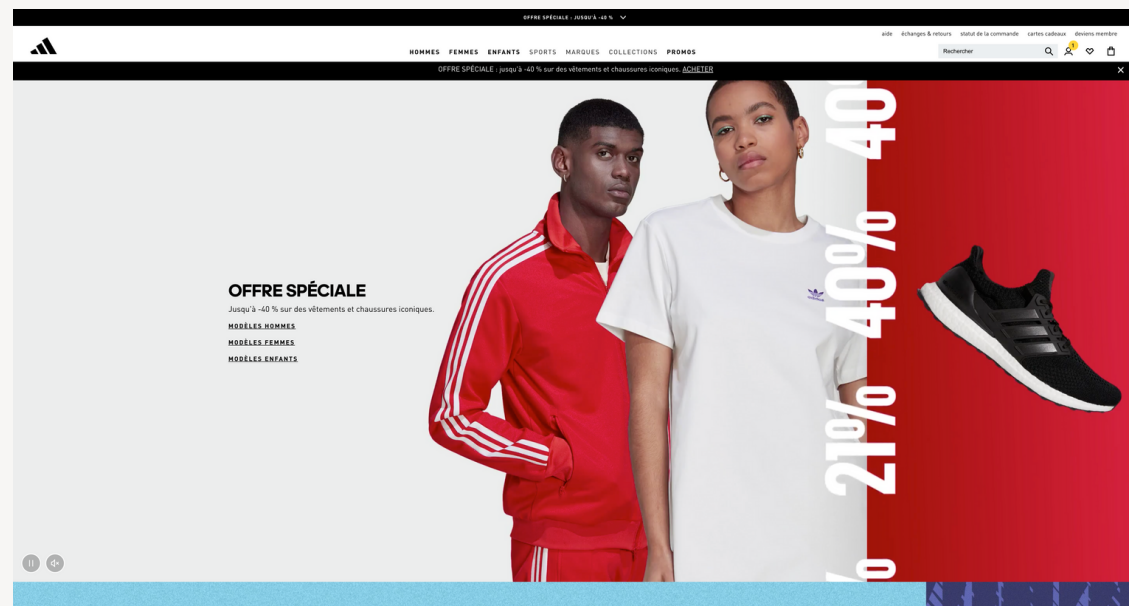
Newsletter

**3M**

en juillet et août  
2022

**30%**

25-34 ans  
en france



**59 %**

newsletter ->  
l'achat

**x5**

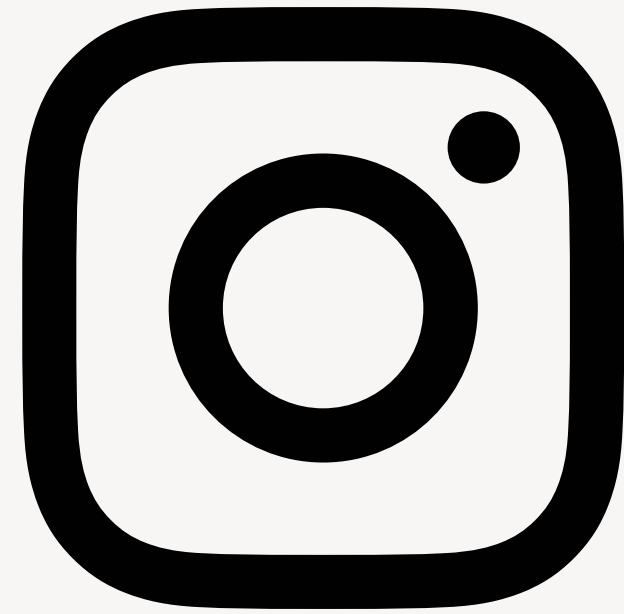
taux de clic  
//  
réseaux sociaux

**43%**

via mobile

# Stratégie DIGITALE

**@adidasparis**



**485 k**

**Lundi/Mercredi/Jeudi :**  
12h-13h/19h-21h

**@adidasFR**



**346,6 k**

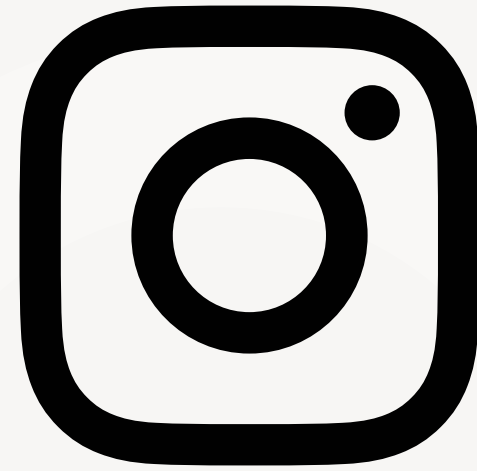
**Lundi et Jeudi :**  
7h-9h/ 19h-21h



# Stratégie DIGITALE

Focus Instagram

@adidasparis



485 k

3 posts par semaine

**Lundi**

19h30

Photos artistes/modèles  
(body tonic)

**Mercredi**

20h30

Videos bonnes pratiques  
sportives

**Jeudi**

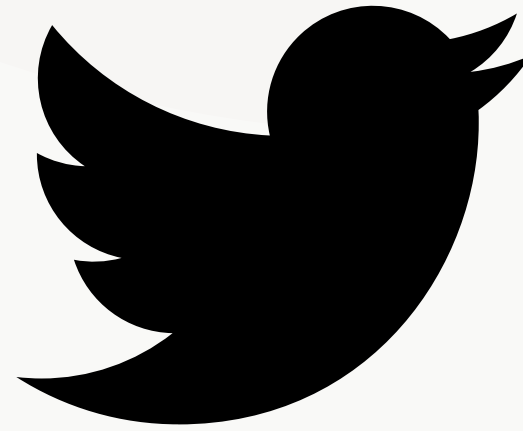
13h

Actu sport

# Stratégie DIGITALE

Focus Twitter

**@adidasFR**



**2 posts par semaine**

**Lundi**

8h30

Actu sport

**Jeudi**

19h30

Article sur les bienfaits du sport

# BODY TONIC X JOJA CCI

