- ÉTUDE DE MARCHE -

NIKE

PRÉSENTÉ PAR ENORA, JADE, CORENTIN, MAËLLE, NICOLAS

PLAN

INTRODUCTION

I- LE CHIFFRE D'AFFAIRE DE NIKE

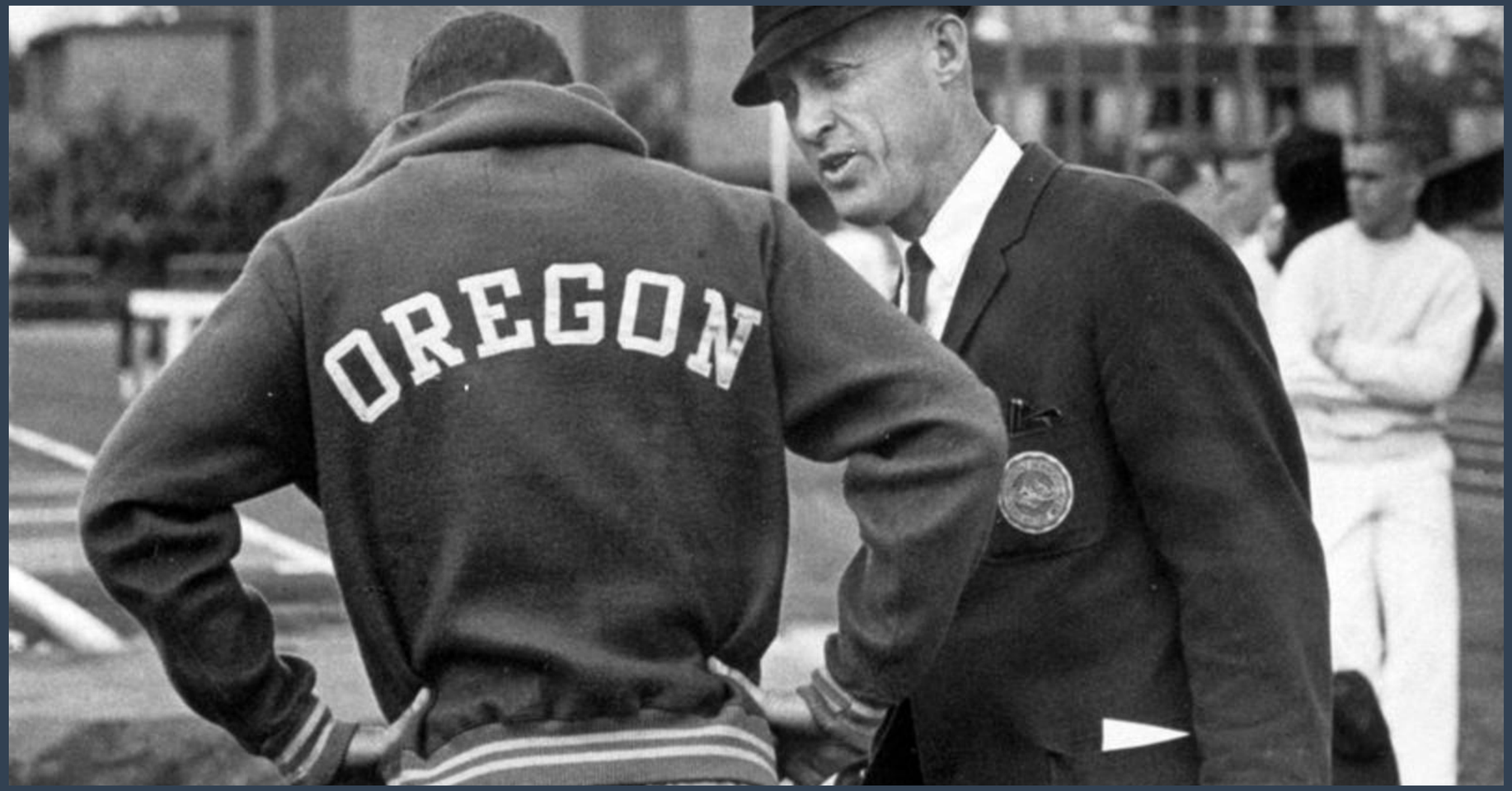
II- LA COMMUNICATION DE NIKE

III- ENJEUX ET PROBLÈMES

IV- LES PERSPECTIVES

CONCLUSION

INTRODUCTION



1962
Les débuts de la marque

1964
Blue Ribbon Sports

1965
Jeff Johnson et sa stratégie

1971
La Swoosh

LA CORTEZ

⇒ 1972

⇒ Forest Gump

⇒ Steve Prefontaine

LA TAILWIND

⇒ 1977

⇒ Franck Rudy

⇒ Cellule de gaz

LA AIR FORCE 1

⇒ 1982

⇒ Modèle familiale

⇒ Entrée en bourse

I- LE CHIFFRE D'AFFAIRE DE NIKE

NIKE, Inc.
DIVISIONAL REVENUES

(Dollars in millions)	THREE MONTHS ENDED 5/31/2016	THREE MONTHS ENDED 5/31/2015[1]	% Change	% Change Excluding Currency Changes[2]	TWELVE MONTHS ENDED 5/31/2016	TWELVE MONTHS ENDED 5/31/2015[1]
North America						
Footwear	$ 2,367	$ 2,317	2%	2%	$ 9,299	$ 8,506
Apparel	1,163	1,187	-2%	-2%	4,746	4,410
Equipment	205	228	-10%	-10%	719	824
Total	3,735	3,732	0%	0%	14,764	13,740
Western Europe						
Footwear	1,027	900	14%	15%	3,985	3,876
Apparel	411	310	33%	34%	1,628	1,552
Equipment	64	57	12%	13%	271	277
Total	1,502	1,267	19%	19%	5,884	5,705
Central & Eastern Europe						
Footwear	224	237	-5%	-2%	882	827
Apparel	102	102	0%	5%	463	499
Equipment	19	21	-10%	1%	86	95
Total	345	360	-4%	0%	1,431	1,421
Greater China						
Footwear	681	551	24%	28%	2,599	2,016
Apparel	268	245	9%	14%	1,055	925
Equipment	30	33	-9%	1%	131	126
Total	979	829	18%	23%	3,785	3,067
Japan						
Footwear	187	145	29%	22%	570	452
Apparel	70	63	11%	4%	228	230
Equipment	23	22	5%	-3%	71	73
Total	280	230	22%	15%	869	755
Emerging Markets						
Footwear	596	631	-6%	13%	2,536	2,641
Apparel	226	249	-9%	10%	947	1,021
Equipment	50	54	-7%	9%	218	236
Total	872	934	-7%	12%	3,701	3,898
Global Brand Divisions[3]	12	30	-60%	-59%	73	115
Total NIKE Brand	7,725	7,382	5%	8%	30,507	28,701
Converse	513	435	18%	18%	1,955	1,982
Corporate[4]	6	(38)	—	—	(86)	(82)
Total NIKE, Inc. Revenues	$ 8,244	$ 7,779	6%	9%	$ 32,376	$ 30,601
Total NIKE Brand						
Footwear	$ 5,082	$ 4,781	6%	9%	$ 19,871	$ 18,318
Apparel	2,240	2,156	4%	7%	9,067	8,637
Equipment	391	415	-6%	-3%	1,496	1,631
Global Brand Divisions[3]	12	30	-60%	-59%	73	115

⇒ Un chiffre d'affaire qui ne cesse d'augmenter

⇒ Des ventes boostées grâce aux partenariats

II- LA COMMUNICATON DE NIKE

⇒ La sous-traitance

CONSTAT

- Externalisation de la fabrication des articles

BUT

- Réaliser des économies
- Se consacrer à son image

⇒ Le slogan

- 1988
-Véhicule des valeurs

JUST DO IT.

⇒ Le logo

- 1971
- Symbolise le dynamisme de l'activité

⇒ Les sponsors et collaborations

DES SPORTIFS

Le basketteur, Michael Jordan

DES EVENEMENTS

La ligue des champions du PSG au parc des princes

DES MARQUES

La marque de chocolat Kinder

⇒ Les réseaux sociaux

Facebook

Instagram

Pinterest

Twitter

III- LES ENJEUX ET PROBLEMES DE LA MARQUE

⇒ Des "sweatshops" omniprésents

⇒ Le phénomène des "Nike Park"

⇒ De l'image sportive à la transmission de valeurs

IV- LES PERSPECTIVES DE LA MARQUE

⇒ Le Prestige

"KNIT"
"VIRGIL WAS HERE"
"MBAPPE"
@2018
#KM29
"KNIT"
"MBAPPE"
"VIRGIL WAS HERE" "KNIT"

⇒ Forme de la chaussure

CONCLUSION