

Nike (Unite)

Le swoosh lance un concept appelé Nike Unite. Avec deux objectifs majeurs : renforcer le local et l'aspect communautaire et promouvoir le sport.

Ce contenu est protégé par le droit d'auteur de sport-guide.com et sa réutilisation sans autorisation de sport-guide.com est passible de poursuites au titre de la contrefaçon.

Les clients sont accueillis dès leur entrée par un mur communautaire mettant en valeur l'équipe du magasin (procédé déjà vu dans divers enseignes sport et en dehors) et les partenariats locaux selon les éléments du communiqué de presse. L'ancrage local est accentué par des visuels de monuments et d'athlètes de la ville.

Côté sélection de produits, là aussi, l'ambition est de coller au plus près de l'identité de la communauté, à ses pratiques spécifiques, son profil. Nike indique par ailleurs que ces concepts Nike Unite veulent renforcer l'embauche de personnes qui vivent dans la même ville, le même quartier pour s'afficher au final comme une « pièce maîtresse de la communauté via le sport ».

En magasin ou sur le digital, les magasins Nike Unite ont également pour ambition de promouvoir la pratique « en soutenant les écoles locales et les organismes à but non lucratif qui favorisent le sport chez les enfants grâce au programme Made to Play » ou encore en développant le concept Nike Community Ambassador « qui forme les employés du magasin Nike pour devenir des coachs ».

A la fin de l'année, Nike Unite sera implanté sur neuf sites dans le monde Namyangju (Corée du Sud), Portland, Ore. (États-Unis), East New York (États-Unis), San Antonio (États-Unis), East Kilbride (Royaume-Uni), South Chicago (États-Unis), Atlanta (États-Unis), Beijing - Jingliang (Chine), Beijing - Jingzang (Chine).