

OUTSHOCK



UNE MARQUE DEDIEE A LA BOXE

Jusque cette année Domyos® était la marque passion de Décathlon qui développait des produits et services pour la musculation, le cross fit, la Gymnastique Rythmique, la Gymnastique Artistique, la gymnastique, la danse, le yoga, le cardio training et les sports de combat.

Tous ces produits portaient la même promesse, le même langage design, la même signature alors que les aspirations, les motivations et les besoins entre ces différents utilisateurs sont différents (santé, bien être versus dépassement de soi par exemple).

En parallèle, certains de ces sports ont une croissance de pratiquants très forte, c'est le cas notamment de la boxe (10% de pratiquants en plus chaque année depuis 5 ans dans le monde). La boxe étant d'ailleurs le seul sport réellement mondial parmi les 12 sports de combat présents chez Décathlon.

Sport mondial, forte croissance, les signaux sont suffisamment forts pour investir sur ce sport et devenir plus pertinent sur l'usage.

Nos observations, nos interviews utilisateurs ont mis en évidence que la notoriété de Domyos pouvait être un frein pour certains boxeurs. Par exemple le verbatim « Je ne me vois pas porter un casque de boxe qui a la même marque que le tutu de ma sœur » est fréquemment prononcée.

Cette pertinence sur l'usage doit s'accompagner d'un design, d'une communication, d'une promesse qui intègrent les codes de la boxe qui ne sont pas ceux de la santé et du bien être.

C'est pour aller jusqu'au bout de cette pertinence que nous avons décidé qu'Outshock serait durablement la marque de la boxe et pas la marque des sports de combat (les sports de combat n'étant pas un sport mais un ensemble de sport).



« Notre objectif est (...) de faire disparaître l'appréhension de se blesser pour explorer toutes les belles valeurs de ce sport. »

Olivier Clayssen, Outshock