women sports

POWER PLATE®

WOMEN SPORTS
JANVIER – FÉVRIER – MARS 2017

Marketing « girly »

DES ACCESSOIRES SPORTIFS POUR SÉDUIRE TOUJOURS PLUS LES FEMMES

Certains équipements sont destinés aux femmes par essence, comme les appareils d'électrostimulation qui tonifient la poitrine. D'autres tentent de s'adapter aux codes préétablis de la prétendue féminité. Une dernière catégorie prétend cibler ses attentes supposées, pour un bénéfice pratique parfois douteux. L'industrie du fitness n'est décidément jamais en retard d'une idée ! PAR LEA BORIE

Cibler les femmes à tout prix vire parfois à la caricature. Dommage !

Depuis quelques années, le marché du fitness développe une cible clé : la femme. Pour tenter de la séduire en bonne et due forme, il emploie les grands moyens. On a ainsi vu bourgeonner des salles de gym spécialement féminines, à l'image des concepts Lady Fitness, Lady Moving, Curves, O Sport ou encore Filleness. Ce sont désormais les et accessoires sportifs qui tournure féminine... parfois ricature.

Les équipements des

Au rayons des accessoires « connaissait déjà les haltère gourdes vieux rose, ou encor de wakeboard rose bonbon maïeu de roses travaillé p «nouvelle» cible à conquérir, s lignes de vêtements du mêi les tenues, la tendance déb des accessoires sportifs. Ai cher davantage les femmes d'accessoires dont le design voient le jour. Se plaçant co tables alliés de la silhouette f borent des profils hautement le cas des mini-trampolines Bellicon, dont les toiles de saut de la marque allemande sont proposées avec des élastiques punchy - rose, orange, bleu, vert... voire en version bicolore ! Le jumping fitness étant plutôt associé à la gent féminine, forcément, l'objet fitness fait mouche. On retrouve les choix de couleurs vives sur les rouleaux d'auto-massage Trigger Point, à disposition en vert, en orange, d'intérieur coloré, et même d'entraînement abdominaux et tonificateur de cuisses se parent aussi de couleurs à foison. Désormais personnalisés, les objets de sport espèrent bien gagner davantage de part de marché, en séduisant les femmes de par leur couleur affriolante, nous rappelant ainsi une « vieille » histoire de catégories de genre.

Des utilités ciblées

tenter d'adapter leur design à qu'ils cherchent à atteindre, les tiers proposent des solutions t services connectés dont l'utidu doigt cette même clientèle. e de fitness Power Plate s'est e lancée dans le coaching vi- à domicile. Travaillant galbe et e de la silhouette, le concept a développé un modèle compact son corps partout ! Un dernier ous rapproche inexorablement orie des gadgets. Beacon a mis pplication mobile Stava, visant des runneuses. On se souvient histoires de femmes disparues e sorties footing. La nouvelle té de l'appli localise la couertit l'entourage. Marketing de ind tu nous tiens...

Des utilités ciblées

En plus de tenter d'adapter leur design à la clientèle qu'ils cherchent à atteindre, les équipementiers proposent des solutions high-tech et services connectés dont l'utilité pointe du doigt cette même clientèle. La machine de fitness Power Plate s'est par exemple lancée dans le coaching vidéo en live à domicile. Travaillant galbe et musculature de la silhouette, le concept a par ailleurs développé un modèle compact pour affiner son corps partout !