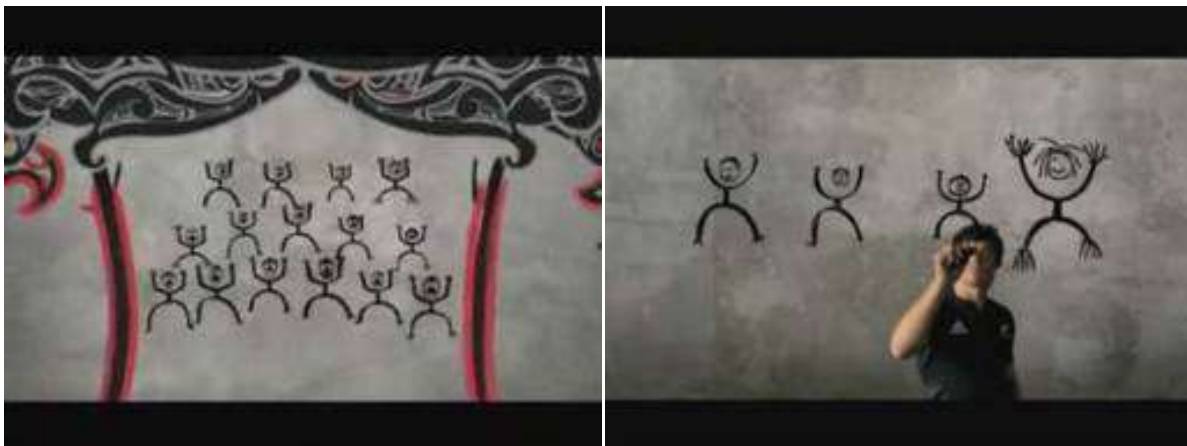


## ADIDAS : la publicité éducative

Lors de la coupe du monde de rugby 2007, Adidas a lancé une campagne de publicité TV mettant en scène ce sport. Un des spots expliquait la légende du Haka avec la participation des All Blacks.



- **Ce mode de communication TV est très apprécié.**
  - Cette publicité tranche avec celles de la concurrence en apportant un réel contenu, intéressant en soi, au-delà de l'aspect commercial.
    - *Ça ne fait pas pub*
  - Adidas apporte un contenu instructif qui apporte des réponses à une question (origine du Haka) que beaucoup de personnes se posaient.
    - *Parce que tout le monde s'est posé la question l'air de rien*
  - Les spectateurs apprécient de se faire raconter une histoire, une mini légende.
    - *C'est comme si la marque nous racontait une histoire*
    - *Finalement il y a un rapprochement, il y a quelque chose qui se passe*



- ➔ Ce mode de communication, encore relativement rare, se démarque des autres publicités TV en offrant un contenu informatif détaché du produit et de la marque.
- ➔ Cette publicité est un contenu de marque diffusé à travers un format du spot publicitaire.