



La Juventus lance une nouvelle ligne de vêtements



- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Gmail
- Email
- Yahoo Mail

Engagée dans un profond travail de repositionnement de sa marque, la Juventus poursuit ses efforts en lançant une nouvelle gamme de produits dérivés conforme à ses aspirations.

Revenir là où tout a démarré. Jusque-là, rien d'anormal sauf quand la ville concernée est Milan et que le protagoniste est... la Juventus ! En effet, le club turinois a présenté au **WhiteStreet Market**, événement incontournable de la mode organisé au cœur de la cité lombarde, une nouvelle ligne de vêtements « streetwear » aux couleurs du club.

Collection dessinée pour être portée dans la vie de tous les jours, les vêtements confectionnés par la Juventus s'écartent des produits dérivés couramment commercialisés par les clubs de football. Pulls, jeans, vestes ou encore survêtements – intégrant le nouveau logo du club – font partie de cette nouvelle collection baptisée Icon.

Un élargissement de la gamme de produits qui fait partie de la nouvelle stratégie de marque orchestrée par la Vieille Dame. En effet, depuis la révélation du nouveau logo dessiné par Interbrand – et également révélé à Milan – la Juventus souhaite s'écarter des codes footballistiques pour s'adresser à de nouveaux publics à travers ses produits.

A noter que le logo d'Adidas, équipementier du club, ne figure pas sur la nouvelle collection mise en vente par la Juventus. Le club turinois a pris ses aises par rapport à son partenaire technique depuis plusieurs saisons en reprenant en main la gestion de ses activités de merchandising. Ce qui facilite la commercialisation de produits textiles non-siglés Adidas par le club bianconero.

Une liberté qui n'empêche pas les deux partenaires d'entretenir d'excellentes relations. Preuve en est : Adidas a dernièrement accepté de prolonger son engagement contractuel avec le club turinois en consentant à une revalorisation de contrat. A partir de la saison prochaine, Adidas déboursa 51 M€ par exercice pour maintenir son accord équipementier avec le champion d'Italie.

Cette nouvelle stratégie de marque doit permettre à la Juventus d'accroître conséquemment ses revenus de merchandising/licensing lors des saisons à venir. Une croissance qui déjà bien démarré : la Juventus a enregistré 27,8 M€ de revenus de merchandising lors du dernier exercice (hors contrat équipementier), constituant un nouveau record dans l'histoire du club.

- Facebook