

FUERA DE JUEGO

“Believe in something”: una campaña de Emmy para Nike

La compañía estadounidense ha sido galardonada con el premio de la industria de la televisión a las artes creativas por su anuncio junto a Colin Kaepernick, LeBron James y Serena Williams.

Palco23
17 sep 2019 - 10:00



“Cree en algo. Incluso si eso implica sacrificarlo todo”. Con ese eslogan, Nike convirtió a Colin Kaepernick en algo más que un símbolo del activismo. La compañía hizo del ex quarterback de la NFL un nuevo icono comercial aprovechando la ola de empoderamiento de los atletas y, ahora, dicho *spot* ha sido premiado con un Emmy por la industria de la televisión estadounidense.

La campaña Dream Crazy, protagonizada por Kaepernick junto a LeBron James, Serena Williams, las futbolistas del equipo estadounidense y otros deportistas, pretendía expresar los valores de sus atletas patrocinados como principal reclamo para conectar con sus consumidores. Según Nike, los *stocks* de la compañía aumentaron un 5% en las semanas posteriores a su lanzamiento.

1 / 2

<https://www.palco23.com/fuera-de-juego/believe-in-something-una-campana-de-emmy-para-nike>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

PALCO23

, uno de los principales indicadores del alcance potencial que tuvo a escala mundial.

Recientemente, Nike también ha inaugurado un edificio para que el equipo de innovación trabaje en la mejora de sus productos. El proyecto, que forma parte de la renovación de la sede central de la empresa, rendirá homenaje a LeBron James, que pondrá su nombre a dicho complejo.