

Joma debuta en televisión con la campaña 'Entrena tu libertad'

Palco23

14 sep 2016 - 17:26

Joma quiere llegar a un público aún más masivo. El fabricante español de artículos deportivos, hasta ahora muy centrado en los practicantes más activos, ha presentado una nueva campaña de posicionamiento de marca, que por primera se podrá ver en televisión. El anuncio principal se lanzó el 12 de septiembre junto con acciones digitales y ocho piezas audiovisuales.

Según ha comunicado la compañía, los productos anunciados serán los modelos de zapatillas más conocidos de la marca, como las Joma Propulsion, las Top Flex de fútbol sala, las Joma Hispalis de *running* y "un clásico de los ochenta como las 367".

El lema de esta apuesta publicitaria es *Entrena tu libertad*, con la que se quiere comunicar una nueva manera de ver el deporte: "Perseguir nuestra propia libertad, desprendernos de lo establecido, de los clichés, de lo superficial, elegir nuestro propio camino o quizás no elegir ninguno es lo que nos llena en este momento. Hoy eso es ser libre, sentirse libre, y esto es lo que debemos entrenar cada día para llegar muy, muy lejos".

La compañía ha elevado notablemente su conocimiento de marca en los últimos meses, tanto a nivel nacional como internacional. En España, han conseguido hacerse con el contrato de proveedor técnico del Comité Olímpico Español (COE), mientras que en La Liga ha logrado ganar presencia con la firma del Villarreal CF, como avanzó este medio.

En el exterior, se reforzó en la Serie A con la Sampdoria y en la Premier League irrumpió este año con el Swansea FC. A falta de que se hagan públicos los datos correspondientes a 2015, Joma cerró 2014 con una facturación de 111 millones de euros, lo que supone un incremento del 23,9% respecto al ejercicio anterior.