

NIKE VISION LANCE SA PREMIÈRE CAMPAGNE DE MARQUE DÉDIÉE AU FOOTBALL, REDÉFINISSANT LE JEU À L'APPROCHE DE LA SCÈNE MONDIALE ESTIVALE.

Portée par Virgil van Dijk, Sam Kerr et Hwang Hee-chan, Nike Vision présente Zeus Rise et Radeon, brouillant les frontières entre performance de haut niveau et style inspiré du football.

Aujourd'hui, Nike Vision bouscule le paysage de la lunetterie en dévoilant sa toute première campagne de marque entièrement consacrée à l'univers du football. Cette initiative globale à haute intensité, appelée à imprégner la culture à l'approche des grandes compétitions internationales de l'été, affirme Nike Vision comme le prisme à travers lequel le monde regarde le beau jeu.

La campagne met en lumière le lien entre vision de jeu et précision technologique. Portée par une sélection de footballeurs de classe mondiale — Virgil van Dijk, Sam Kerr et Hwang Hee-chan — elle incarne un moment où précision, puissance et capacité à anticiper le jeu sont essentielles.

La collection : une double signature

La campagne Nike Vision met en avant deux modèles phares qui structurent la collection, pensés pour accompagner les athlètes du terrain à la ville :

- **Nike Zeus Rise** : l'expression ultime de la lunetterie de performance. Conçu pour les instants de concentration absolue, Zeus Rise intègre la technologie de verres Nike Max Optics, offrant une clarté exceptionnelle et une vision précise sous tous les angles. Pour la première fois, ce concentré de performance est directement intégré aux **équipements des athlètes pour la Coupe du monde**, accompagnant les joueurs sur la scène la plus prestigieuse.
- **Nike Radeon** : l'incarnation de l'esthétique du football contemporain. À la croisée du sport et de l'élégance, Radeon est pensé pour l'athlète en dehors du terrain. Associant l'ADN sportif emblématique de Nike à une silhouette audacieuse et contemporaine, il s'impose comme la nouvelle référence des créateurs de style au sein de l'écosystème football.

Une présence mondiale sans précédent :

La campagne marque l'initiative marketing la plus ambitieuse jamais menée par Nike Vision, assurant une visibilité à chaque point de contact culturel autour du pic footballistique de cet été. La marque s'impose dans les principales villes hôtes avec une présence OOH (Out of Home) massive, notamment à New York et Los Angeles.

Parallèlement, une activation Travel Retail d'envergure, à forte fréquentation, garantira une visibilité dominante dans les grands hubs internationaux, notamment à Milan, Londres, Barcelone, Tokyo, Rio de Janeiro et Mexico.

L'activation sur les réseaux sociaux : passer le relais

Nike Vision déploie une stratégie social progressive, structurée autour d'une mécanique de dotation entre athlètes d'élite. Les ambassadeurs **Virgil van Dijk, Sam Kerr, Hwang Hee-chan** et **Eduardo Camavinga** lanceront l'activation en dévoilant des kits Zeus Rise premium et personnalisés. À la suite de cet unboxing, chaque athlète nommera publiquement trois autres joueurs de haut niveau pour rejoindre la chaîne, créant ainsi une dynamique organique portée par les athlètes eux-mêmes, illustrant l'interconnexion de l'élite du football mondial.

« Il ne s'agit pas seulement d'une campagne ; Nike Vision redéfinit la manière dont le monde perçoit le football », déclare Nike Vision. *« Pour ce premier temps fort de marque dédié au football, nous nous intégrons directement aux équipes marketing sport et aux responsables de catégorie afin de positionner la lunetterie au cœur de l'écosystème Nike. Nous occupons tous les points de contact pour imposer notre voix lors du plus grand moment footballistique de la décennie. »*

LIEN IMAGES: <https://marchon.box.com/s/c37apkq5nqcb4qlomjubj83r3784gkc2>