



adidas е световен създател и производител на спортни и лайфстайл обувки, облекло и аксесоари с мисията да бъде най-добрата спортна марка в света. Като лидер в дизайна и иновациите adidas проектира най-добрите спортни продукти, за да направи атлетите по-добри, по-бързи и по-силни, създавайки набор от класически, лайфстайл и модни колекции.

Когато Аголф (Агу) Даслер основава adidas през 1949 г., целта му е да осигури на всеки състезател най-добрата възможна екипировка. Оттогава трите ленти се превръщат в една от разпознавателните марки в света.



Пазар

В спортната индустрия доминират няколко световни марки, между които и adidas, разнообразие от малки играчи и все повече традиционни модни компании, които се опитват да навлязат в пазара.

Амбицията на adidas е да бъде водещата спортна марка в света, създавайки уникални концептуални продукти, които обхващат облекло и обувки за професионални спортисти, както и висококачествена мода, възникваща от спорта. Посвещаването на adidas на продуктите иновации и богатостта му наследство отличава марката от конкурентите ѝ и осигурява стабилна основа за растеж.

Постижения на марката

Наемайки повече от 60 000 души в 160 страни, adidas произвежда повече от 840 милиона продукта всяка година, с които генерира 19 милиарда евро про продажби (към 2016 г.).

Марките на adidas се ползват по уникален начин, за да помогнат на всеки спортист да се представи по-добре, да играе по-добре и да се чувства по-добре. Продуктите adidas чупят рекорди и налагат тенденции.

Продуктът

Продуктите на adidas са разделени в две отделни пазарни направления: Sport Performance и Sport Style. Основният принцип при Sport Performance е да се помогне на спортиста да постигне „невъзможното“ чрез най-доброто на пазара. adidas Sport Performance създава иновативни продукти за спортистите в четири основни категории: футбол, бягане, тренировки и баскетбол. Sport Style – лайфстайл категорията на марката предлага творчески и възвращащи продукти от стрийт мода до висша мода. Категорията обхваща: Originals – винтидж облекла, ретро обувки и градско облекло, което съчетава вечния дизайн на 70-те и 80-те години със спортния стил. Подкатегории са Fashion Group и adidas NEO. Първата е обявена за бъдещето на спортното облекло, което включва марки като Y-3 и Porsche Design Sport, а втората е adidas NEO – свеж, млад и достъпен бранд, също възвращащ от спорта.

Съвременен развие

Futurecraft е специална инициатива за иновации във всички елементи на производствения процес за създатели от създатели. Чрез нови производствени методи, които дават възможност на творци от цял свят, включително партньори, сътрудници и потребители, да персонализират и приспособят дизайните си, тези създатели се възвращават един друг, но и възвращават новото поколение продукти adidas.

Futurecraft 4D е първата в света спортна обувка със средна част на подметката, изработена с помощта на светлина и кислород, използвайки новаторската технология на Carbon – Digital Light Synthesis (дигитален светлинен синтез). Futurecraft 4D е реализирано на технологията на adidas Futurecraft – пътешествие на бранда към бъдещето чрез изследване на нови възможности, дизайн и сътрудничество, за да осигури най-доброто за всеки атлет. Средната част на подметката на Futurecraft 4D е резултат от събиране данни за бягането в продължение на 17 години, пренесени в реалността чрез процес за иновативно дигитално създаване

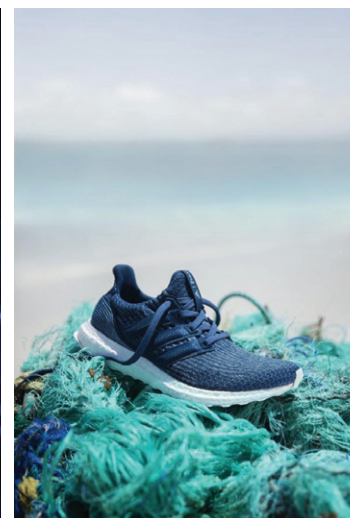
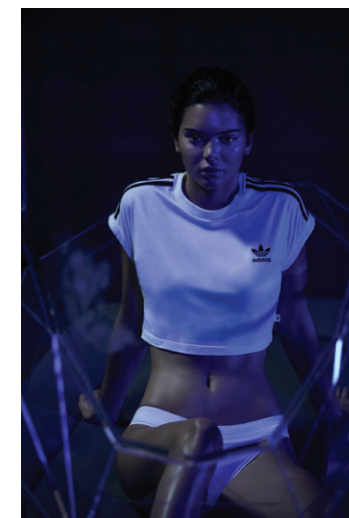
www.adidas.com
www.news.adidas.com/BG



Знаете ли, че...
През декември 1970 г. Мохамед Али се бие с аргентинския боксьор Оскар Бонавентура в „Медисън Сквайър Гардън“ – Ню Йорк. За тази битка Али иска от adidas да произведе специална боксова обувка само 24 часа преди началото на битката – обувка, възникваща от елегантните движения на танцовките. Решението: уникална обувка с трите ленти и червени лискови.

на компонента, който елиминира необходимостта от създаване на традиционни прототипи или калъпи. С новата технология adidas работи със съвсем различен производствен мащаб и качество, първоначално започнал с 3D принтиране, пренасяйки производството на спортната индустрия в ново измерение.

adidas за първи път използва Digital Light Synthesis за Futurecraft 4D, представяйки решението на марката да използва дизайн и производство, основаващи се на данни за представянето на атлетите. С амбицията да създаде ултимативната обувка за бягане за всеки adidas анализира базата си данни за тичане, за да оформи функционални зони в средната част на подметката, създадени с помощта на Digital Light Synthesis. За разлика от традиционната производствена технология Digital Light Synthesis позволи на adidas изключително точно да отговори на нуждите на всеки атлет относно движението, омокотването, стабилността и удобството на всеки отделен компонент.



adidas представи първия високотехнологичен шлайк за спринтове с 3D трикотажни нишки – adidas Prime SP Parley, създаден със сътрудничество на рециклирана пластмаса от плажовете и крайбрежните зони, събрана, преди да достигне океана. Силуетът е фокусиран върху нуждите на спринтьорите с инкорпорирането на Primeknit технология в горната част на обувката и лазерно споена рамка за редуциране на тежестта. Другият акцент е поставен върху световната кауза, свързана с опазването на околната среда и с интегрирането на рециклирана пластмаса Parley Ocean Plastic™ в състава на материята, което е в защита на океаните от замърсяване. Горната част на новия силует комбинира 360-градусовата Primeknit технология, което създава по-леко усещане, но все пак достатъчно пълно напасване, докато в същото време обединява двоен пласт от трикотажни нишки Parley за намаляване на разтягането и осигуряване на максимална опора и усещане за дишане на крака по време на движение.

Най-новата стратегия на компанията – Creating the New („Създаваме новото“), е фокусирана върху лайфстайл модата, защото спортът е отношение и начин на живот. За нея се крият три стратегически решения:

- Скорост: превръщането на adidas в първата наистина бърза спортна компания – бърза в удовлетворяването на потребителските нужди и бърза във взимането на бизнес решения.
- Градове: идентификацията на шест ключови града, които да развият хората, пазарите и тенденциите: Ню Йорк, Лос Анджелис, Шанхай, Токио, Лондон и Париж.
- Отворен код: първата спортна компания, която кани спортисти, потребители и партньори да бъдат част от марките.

Промоция

Позовавайки се на максимата, че всички атлети са Here to Create („Тук, за да създават“), adidas представи новата си кампания – Create Positivity („Създай позитивност“) – най-новият етап от глобалната кампания на adidas Sport17. Тя съдържа 75-секунден видеоклип, поредица от шест дигитални филмови портрета, както и активащи в пет града.

Клиповете Create Positivity показват как атлетите променят начина на общуване в спорта, прилагайки иновативност, за да постигнат позитивна промяна. Едно действие може да събере заедно противникови отбори и да обедини атлетите за дадена кауза. Кампанията Create Positivity се основава на разказаното в наскоро представените клипове Unleash Your Creativity и Basketball Without Creativity.

След получаването на наградата Grand Prix 2017 от Cannes Lions Festival в категория Entertainment for Music adidas Originals провъзгласява за претокрива творческия си потенциал, представяйки новата, трета глава на кампанията Original и филма Original Is Never Finished, гласяйки, че когато създаваш без ограничения, резултатът винаги е оригинален.

My Way на Frank Sinatra – култовият музикален фон, се превърна в синоним на Original. Песента е ремиксирана и интерпретирана с помощта на нови герои, изразяващи мост между музика, стил и спорт. Новият екип от създатели включва глобалния посланик на adidas Originals – Kendall Jenner, Playboi Carti, 21 Savage, Young Thug и James Harden, всички от които

Знаете ли, че...
• Дейвид Бекъм е носил повече от 250 чифта adidas Predators от 1996 г. и носи всеки един от чифтовете, които е придобил след раждането на първия си син Бруклин.

предефинират идеята за оригиналността; всеки със своята отчетлива индивидуалност, творчески гух и желание да предизвикат статуквото.

„Всичко, което правим за adidas Originals, е непрестанно развиващ се процес, така както и креативността никога не се изчерпва“, казва Алегра О’Хара – вицепрезидент „Глобални комуникации“ на adidas Originals & Core. „Ние непрестанно търсим нови предизвикателства и разчупваме границите, които ограничават въображението. Надяваме се да възникнем всички творци да направят същото. За първи път акцентирахме на идеята през 2015 г. чрез кампанията Superstar, поставяйки под въпрос всеки аспект на значението на гумата. Доразвихме представата за антимутия, като мотивирахме потребителите да вземат бъдещето в свои ръце, за да го създадат. Сега Originals вероятно е най-важната концепция, ориентирана към духа на нашата марка. Издигахме разказа за бранда на друго ниво, като търсим същността и отговорите на въпроса какво точно означава да си оригинален.“

Ценности на марката

adidas е първата истинска спортна марка, основана от истински спортист, който водещ принцип е да създаде екипировката, която ще направи спортистите по-добри. Това прави Агу Даслер автентичен преди, това прави марката adidas автентична днес и ще продължи да го прави утре.

Страстта е в основата на спорта. Същата страст е това, което ръководи марката adidas, като гарантира, че продължава да бъде иноватор във всяка област на бизнеса. adidas иска да бъде гаранцията за спортистите за безкомпромисен спорт, непоколебимо и завинаги. Марката продължава да спонсорира, съветва, слуша и подкрепя същите решителност, с която и Агу Даслер навремето.

