



1920 год

История знаменитой в будущем компании «Адидас» — история бедной, но предприимчивой немецкой семьи Дасслеров. Именно они на семейном совете приняли решение заняться кустарным пошивом домашних тапочек и ортопедической спортивной обуви для инвалидов, которых после войны оказалось достаточно много. Производство своё не желающие умирать с голоду немцы основали на «отходах», так как денег на качественные материалы у Дасслеров не было. Использовали они старое обмундирование и использованные автопокрышки – для подошв обуви.

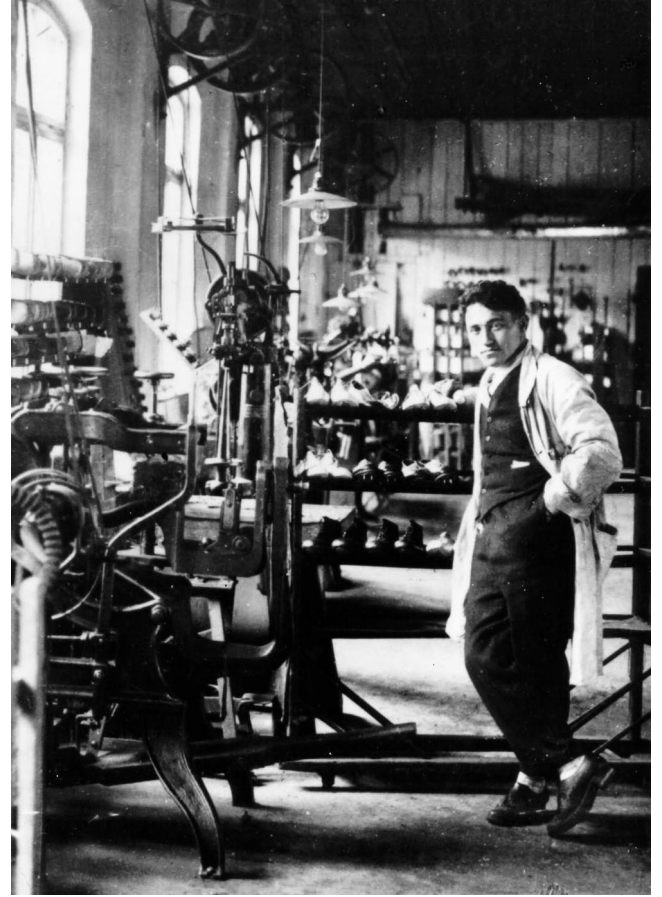
1925

В истории производства товаров «Адидас» происходит перелом: сшиты первые футбольные бутсы, уникальные не только для Германии, но и для всей мировой общественности! Братья Целяйн специально выковывают для них металлические шипы. Так появились на свете удивительные спортивные «шиповки», которые принял весь мир.



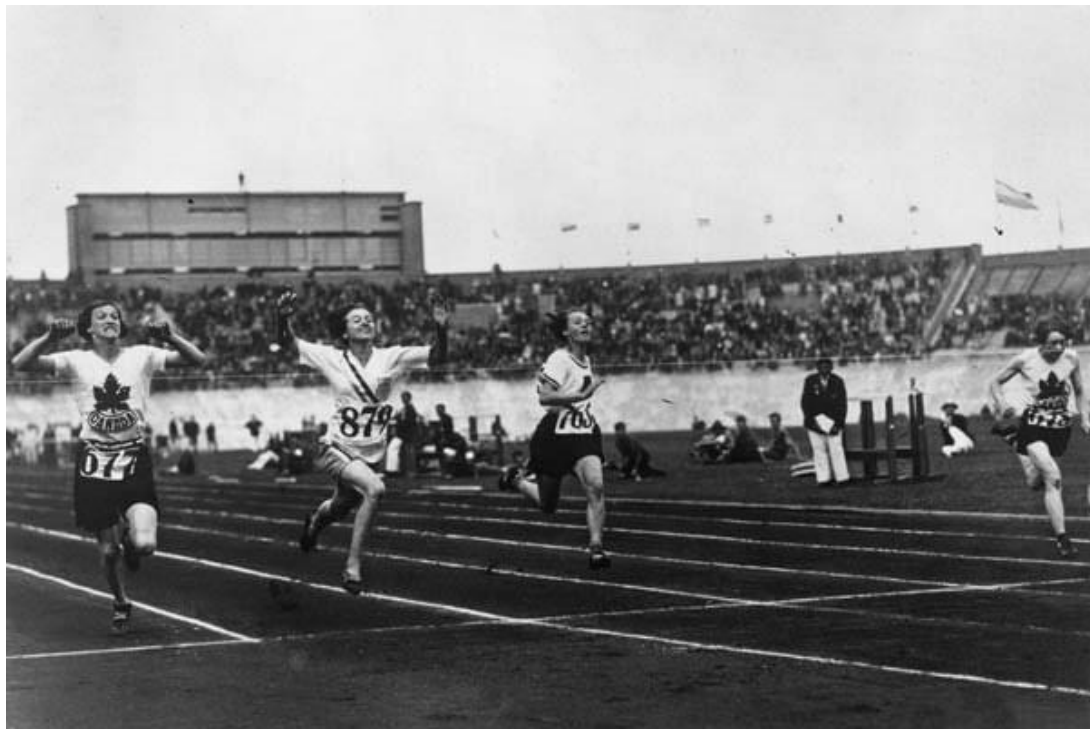
1927 год

С момента появления «шиповок» фирма «Адидас» начинает развиваться. История компании из семейной переходит в историю небольшой фабрики. Арендовав здание под фабрику и приняв на работу 25 служащих, Дасслеры добились производства обуви до 100 пар в день.



1928 год

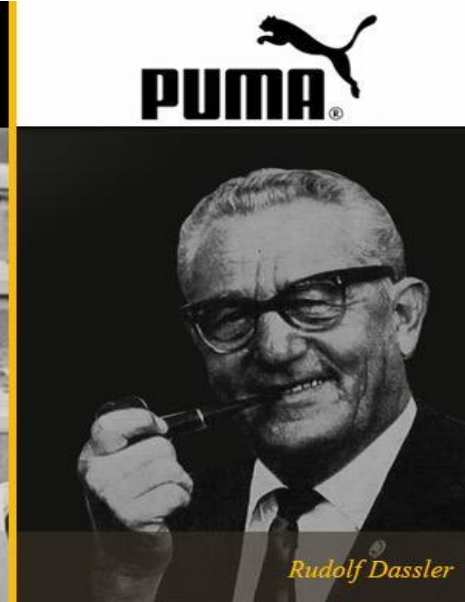
Замечательный прорыв «Adidas»! В историю компании происходят знаковые события: получен патент на «шиповки», и товары Дасслеров «выходят на большую арену» — на олимпийских играх в Амстердаме некоторые спортсмены выступают в спортивной обуви компании «Адидас».



В 1938 г. Ади Дасслер покупает вторую фабрику. К тому времени объем производства достигает 1000 пар обуви в день. В 1948 г. Ади и Рудольф Дасслер решают, что их пути должны разойтись, и Рудольф основывает компанию Puma. Компания Адольфа получает название - Adidas.



Adi Dassler



Rudolf Dassler

1952 год

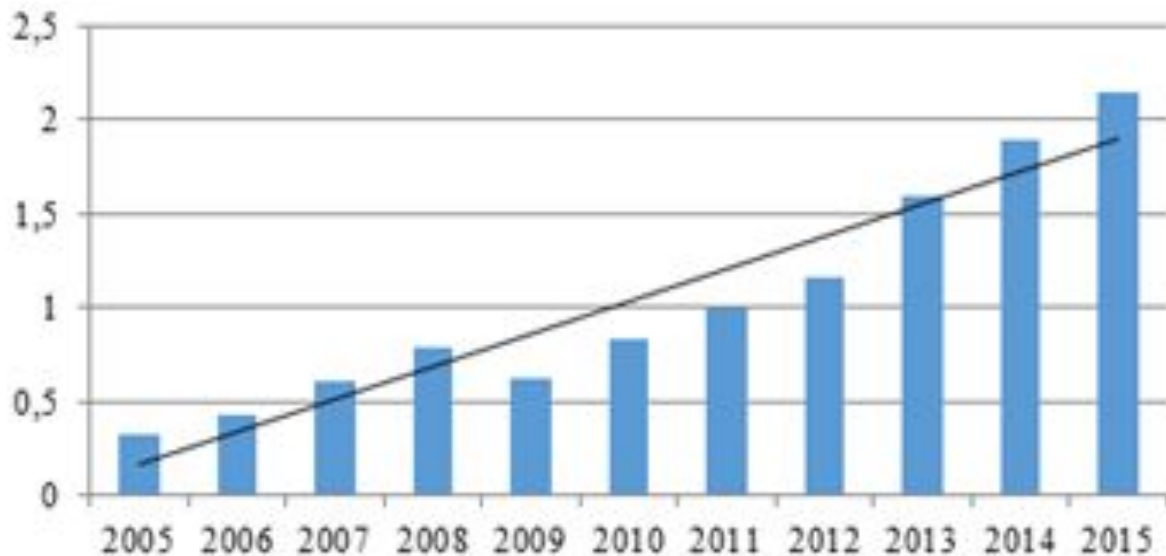
Под маркой «Adidas» появляются другие товары — история бренда получает своё развитие. Теперь бренд «Адидас» стоит на многих предметах: на спортивной одежде, спортивных сумках. Три полосы вдоль рукавов – отличительный знак «адидасовских олимпийцев». Вилли Зельтенрайх, ставший компаньоном руководителя компании «Adidas» Адольфа, скоро прекращает сотрудничество со всеми другими фирмами. Спортсмены-олимпийцы этого года супруги Затопек, выступающие в спортивной обуви с эмблемой «Адидас» вносят новые события в историю бренда: их достижения способствуют ещё большему продвижению товаров на рынке.



Обзор рынка

Динамика рынка спортивной продукции, 2005-2015 гг.

Важно помнить, что после кризиса 2008 люди стали реже посещать спортивные залы. Как следствие, это привело к тому, что спрос на спортивные товары снизился. Динамика роста рынка спортивной продукции на территории РФ:



Аудитория бренда Adidas

Аудитория бренда Adidas делится на три целевые группы:

- 1) столичную (metropolitan)
- 2) пляжно-экстремальную (coastal)
- 3) урбанистическую или уличную (urban).