



# **LOS MEJORES ANUNCIOS DE ADIDAS**

MARKETING MAGAZINE  
**eslogan**

- [www.esloganmagazine.com](http://www.esloganmagazine.com) -

“

Impossible is just a big word thrown around by small men who find it easier to live in the world they've been given than to explore the power they have to change it. Impossible is not a fact. It's an opinion. Impossible is not a declaration. It's a dare. Impossible is potential. Impossible is temporary. **Impossible is nothing.**

Imposible es solo una palabra que utilizan los débiles que encuentran más fácil vivir en el mundo que les han dado que explorar el poder que tienen para cambiarlo. Imposible no es un hecho. Es una opinión. Imposible no es una declaración. Es un desafío. Imposible es potencial. Imposible es temporal. **Nada es imposible.**

”



## El resurgir de Adidas

A principios del 2000, la marca Adidas estaba en clara desventaja con sus grandes rivales: **Nike y Reebok**. Ambas estaban conquistando al público joven gracias a conseguir y publicitar los derechos de aquellos futbolistas más famosos. Anuncios como **“Good vs Evil”** con las celebrities del momento o **“Airport”** con la selección brasileña al completo hacía que **Nike fuera la marca del momento**.

Pero para poder reposicionarse como marca deportiva inspiradora, debían competir con el célebre **“Just Do It”** de la multinacional americana. Y aprovecharon la llegada del **Mundial 2006 en Alemania** para realizar un desembolso sin precedentes.

En febrero de 2004, en Adidas lanzó la campaña global más grande y cara del momento: **50 millones de dólares** para atraer a un público de entre 12 y 24 años aficionado al deporte. Y decidieron conseguirlo a través de todos los medios posibles (televisión, prensa, publicidad exterior, punto de venta e Internet).

Para el desarrollo de esta campaña decidieron contar con **180/TBWA**, una colaboración entre la agencia holandesa 180 y TBWA\Chiat\Day, quienes después de buscar entre toda la historia de la marca, acabaron empleando una frase de uno de sus grandes abanderados, **Muhammad Ali**. **“Impossible is nothing”** sirvió como concepto vertebrador de la campaña y espíritu de marca.

El resultado fue una campaña de comunicación emotiva e inspiradora, que trascendió más allá de la publicidad convirtiéndose en una verdadera filosofía y en una actitud que ha acompañado a muchos deportistas en todo el mundo para superar sus límites y nos brindó cuatro de los **cinco mejores anuncios de Adidas en toda su historia**.

5

LOS MEJORES ANUNCIOS DE ADIDAS

## Emil Zatopek


[Ver en nuestro blog](#)

[Ver en Youtube](#)

En quinta posición encontramos el **único anuncio que no se enmarca bajo el paraguas de “Impossible is Nothing”**. Un rara avis de la época que sin quererlo se parecía más a un anuncio de Nike actual que a otros de su época.

Un homenaje a **Emil Zatopek** que, gracias a su rigurosa forma de entrenar, ganó cuatro oros olímpicos y batir nada menos que 28 récords mundiales en nueve especialidades distintas. Se entrenaba en los climas más extremos y agregaba peso extra a sus botas de la armada. Su filosofía era simple: “Prefiero sufrir en los entrenamientos y no sufrir en las carreras”. Se ganó el apodo de **“La locomotora humana”**.

Emil Zatopek murió en el 2000 a consecuencia de un derrame cerebral, pero Adidas nos permitió conocer su exitosa historia con un anuncio para la posteridad.

4

LOS MEJORES ANUNCIOS DE ADIDAS

## Jose +10 Impossible Team


[Ver en nuestro blog](#)

[Ver en Youtube](#)

El **mundial de Alemania 2006** fue el pistoletazo de salida para la **campaña +10**. Tras una oleada de contrataciones de grandes jugadores, estos aparecieron en el anuncio **“José +10 Impossible Team”**.

El eslogan apenas se acababa de estrenar y la marca estaba encontrado su sitio. Pero nos brindaron uno de los anuncios que hizo las delicias de todos los niños que jugaban a fútbol.

La posibilidad de escoger a los mejores jugadores mundiales para nuestro equipo. **Beckham, Zidane, Cisse, Robben, Riquelme, Lampard y Kahn entre otros y las sorpresas de Beckenbauer y Platini**, que consiguieron integrar en el spot con mediante la composición de imágenes antiguas con imágenes creadas para la ocasión.

# 3

LOS MEJORES ANUNCIOS DE ADIDAS

## Nadia y Nastia



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

El anuncio de **“Impossible is Nothing” con Nadia Comaneci** se emitió en la segunda oleada de anuncios centrados en el eslogan que la marca estrenó en 2004. En este veíamos a a **Nastia Liukin**, una joven gimnasta que llevaba en su gimnasia los genes soviéticos. Fue hija del tres veces medallista en Seúl en 1988, Valery y su madre, componente del equipo de gimnasia rítmica en la misma época. Su precoz descubrimiento (no pudo participar en los JJOO de Atenas por no tener 14 años) llevó a que muchos la compararan con la gran **Nadia Comaneci**.

El spot utilizaba el mismo sistema de composición de imágenes que Adidas usaba en la época. En el veíamos como **Nadia y Nastia** haciendo el mítico ejercicio en barras paralelas que le llevó a conseguir el primer 10 en la historia de los Juegos Olímpicos.

# 2

LOS MEJORES ANUNCIOS DE ADIDAS

## Ali vs. Ali



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

Justo después del estreno del eslogan **“Impossible is Nothing”**, la marca marcó músculo enfrentando en un combate virtual a **Muhammad Ali y su hija, Laila Ali**.

El anuncio se estrenó en 2004 y se convirtió en un fenómeno mundial. Abriendo secciones de deporte en los telediaros de todo el mundo.

La técnica de composición de imágenes que Adidas utilizó en muchas de sus campañas alcanzó aquí su máxima expresión. Las imágenes de Muhammad Ali se sacaron de sus combates contra **Cleveland Williams, Ernie Terrell y George Foreman**. Y gracias a los efectos especiales consiguieron enfrentar al legendario boxeador con su hija, la también boxeadora Laila Ali.

Un anuncio revolucionario para la época que aún día se ve fresco y actual.

# 1

LOS MEJORES ANUNCIOS DE ADIDAS

## The Long Run



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

Y llegamos al **número 1 de los mejores anuncios de Adidas**. El anuncio que estrenó el eslogan **“Impossible is nothing”**. El que cambió la historia de **Adidas** y empezó a competir con **Nike** por la hegemonía del marketing deportivo.

El mensaje que pretendía transmitir **“Impossible is nothing”** (Nada es imposible) es que existen muchas cosas que vemos como muy difíciles o improbables, pero que debemos antepoernos a la adversidad y conseguir los objetivos que nos marcamos, tanto deportivamente como personal y profesionalmente. Los principales destinatarios del mensaje fueron deportistas y atletas, de entre 12 y 40 años, aunque no los únicos. Su objetivo fue **posicionarse como la marca de material deportivo inspiradora y motivadora**, y consiguió que su eslogan se convirtiese en una forma de vida para muchos de los destinatarios del mensaje.

El anuncio en si fue un **trabajo tan emotivo como lleno de virtuosismo técnico**. La novedosa técnica de efectos especiales consistente en mezclar imágenes antiguas con actuales permitió a Adidas elaborar alguno de

sus mejores anuncios de la historia, como hemos visto anteriormente. Los anuncios del combate con Laila Ali, Nadia Comaneci y Jose causaron un gran impacto a nivel global justo antes de la inauguración del Mundial 2006 en Alemania, sede de Adidas.

### “The Long Run” reúne a grandes celebrities junto a un joven Muhammad Ali

El anuncio de **“The Long Run”** nos muestra grandes deportistas de la época como **Zinedine Zidane, Laila Ali, David Beckham, Tracy McGrady, Ian Thorpe, Haile Gebrselassie y Maurice Green** corriendo al lado del legendario boxeador. Una voz en off nos narra lo que ya es un copy histórico: **“Algunos se escuchan a sí mismos en lugar de escuchar lo que dicen los demás. No son fáciles de encontrar. Pero cuando aparecen, nos recuerdan que si te propones algo, aunque las críticas te hagan dudar, es bueno creer... Que no existe el no puedo, no me atrevo o imposible. Nos recuerdan que está bien creer que...Nada es imposible.”** El anuncio cierra con Muhammad Ali retándonos con sus movimientos y su mirada.

**“The Long Run”** es también una metáfora del legado de Ali en el tiempo, donde no hace falta ir batiendo récords en sus respectivos deportes sino que lo importante es avanzar juntos. Es un momento intemporal donde todos se unen como un equipo, adoptando la misma filosofía y siguiendo a un joven Ali en su camino al éxito compartiendo su filosofía y valores.

Como consecuencia de la campaña, **Adidas obtuvo el premio de la publicidad internacional de Cannes, y sus ventas se dispararon**. Todo el mundo quería vestir de Adidas, todos los equipos profesionales querían equipaciones de la marca, los principales eventos deportivos como el mundial de fútbol o la UEFA champions league querían a Adidas para sus torneos.

La gran aceptación cosechada por Adidas gracias a su brillante campaña de comunicación catapultó a la marca, que posteriormente compraría Reebok para convertirse en el máximo rival de Nike por lo que respecta a contratar los derechos de imagen de los grandes deportistas de nuestro tiempo como **Zidane, Beckham, Messi, Neuer o James Harden**.



IMPOSSIBLE IS NOTHING



MARKETING MAGAZINE  
**eslogan**

 @esloganmagazine

 @esloganmagazine

 /EsloganMagazine

 /eslogan-magazine

 /esloganmagazine

Hey! El contenido de este ebook se ha realizado con mucho esfuerzo y cariño por el equipo de Eslogan Magazine para ofrecerte una información detallada y de calidad. Si quieres utilizar el contenido y usarlo en algún trabajo escolar, te recomendamos usarlo como “guía” para redactar tu texto en base a tu personalidad. Si lo usas para una página web no lo copies tal cual y adáptalo a tu gusto.