***Esta es #miexcusa. ¿Cuál es la tuya?***

**adidas PRESENTÓ SU NUEVA CAMPAÑA**

 **#MI EXCUSA**

**Buenos Aires, 24 de Octubre.** En la tarde de ayer, adidas presentó su nueva campaña **#miexcusa**, que tiene como objetivo motivar a las mujeres a que dejen los pretextos de lado y transformen sus excusas en una motivación.

La conducción del evento estuvo a cargo de María Freytes, quien invitó a la actriz Carla Peterson, la modelo Mía Flores Pirán y a la leona Rochi Sánchez (quien es una de las protagonistas de la campaña) a que contaran sus excusas y sus experiencias en primera persona.

Luego, Andy Freire, fue el encargado de compartir una charla motivacional, donde explico que **las excusas** definenen a las personas, varían el comportamiento de cada uno. Son elecciones, que llegan a transformar a la persona. Uno puede apropiarse de “la excusa” y elegir entre ser victima o fuerte.

El momento de superar las excusas llegó a través de de una clase de **TAE BEAT -una mezcla perfecta entre taekwondo y baile- de la mano de la Embajadora adidas y también cara de la campaña: María Isabella Pérez Condassin, creadora y fundadora de la disciplina,** quien viajó especialmente desde Panamá para la presentación

De esta manera, adidas refuerza su mensaje hacia las mujeres y las sigue acompañando en su vida deportiva, ofreciendo una amplia gama de productos -de diferentes disciplinas- para que las consumidoras puedan mejorar su performance manteniendo su estilo.

**Acerca de la campaña #Miexcusa**

Dirigida a las mujeres jóvenes de 22 a 25 años, la campaña **“Mi excusa** tiene como mensaje central el incentivar a que las chicas conviertan las excusas que tienen para no hacer ejercicio, en la motivación para hacerlo. El mensaje de la campaña lleva el lema: *“Esta es #miexcusa. ¿Cuál es la tuya?”.*

A través de esta campaña, adidas busca que las chicas superen las distracciones y los pretextos en sus vidas y vean el ejercicio como algo importante que las ayudará a verse y sentirse mejor. Por este motivo, adidas se presenta como aliada para alentarlas a lograr esa meta brindando productos que les ayudarán a desempeñarse bien en el proceso.

El mensaje de “Mi excusa” llega a través de una campaña publicitaria que incluye a cuatro referentes del deporte provenientes de diferentes países de América Latina. Ellas son: lajugadora de hockey sobre césped argentina Rocío Sánchez Moccia; la panameña María Isabella Pérez Condassin, creadora y fundadora del Tae Beat; la periodista deportiva Marion Reimers de la cadena Fox Sports en México y Nicole Reigner, jugadora Sub 20 y miembro de la selección femenina de fútbol de Colombia.

**Por qué la campaña?**

Una parte importante del trasfondo y desarrollo de la campaña fue un estudio de mercado realizado por la firma IPSOS, que dio a conocer los principales hábitos y actitudes de las mujeres hacia el ejercicio y los deportes en América Latina. Adidas entrevistó a 3,596 féminas de 14 a 22 años localizadas en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y Venezuela durante el mes de noviembre de 2013.

El estudio reveló que la mayoría de las jóvenes de América Latina actualmente se preocupan por mantenerse activas y en forma, ya sea realizando ejercicios como caminar, correr, ir al gimnasio o practicando algún tipo de deporte como el voleibol, basquetbol o el fútbol de interiores o exteriores. Confirmó que el 91% de las jóvenes entrevistadas realizan alguna actividad que las mantiene en movimiento. Tan solo un 9% declaró que no realiza ningún tipo de ejercicio o actividad deportiva que las mantuviera activas durante el día.

Las razones principales por las cuales las jóvenes no realizan ningún tipo de ejercicio o deporte son porque no tienen tiempo (36%), no les gusta (26%) o no tienen dónde hacerlo (21%), ni alguien que las acompañe (21%). La intervención de los padres como razón para no realizar ejercicios o la percepción de que no sería algo femenino llegaron a un 2% y 1%, respectivamente.

La idea de practicar más ejercicios con mayor frecuencia es favorable de acuerdo a un 72% de las chicas encuestadas. En un escenario en el que el tiempo juega en contra, contar con más tiempo libre es justamente la principal razón detrás de ésta intención (63%). Le sigue el tener alguien que me acompañe (49%), el contar con un sitio dónde poder hacerlo (38%) y tener más fuerza de voluntad (35%).

Para más información sobre la campaña “Mi excusa” de adidas y este estudio, visite la página web de adidas [www.adidas.com/miexcusa](http://www.adidas.com/miexcusa)

***Acerca de adidas***

*Adidas diseña, desarrolla, y comercializa a nivel internacional calzado, ropa y accesorios con la misión de ser la marca deportiva líder en el mundo. La marca adidas es parte de adidas Group, una corporación que incluye marcas como Reebok, TaylorMade y Rockport.*

***Acerca de adidas Group***

*Adidas Group es uno de los líderes globales en la industria del deporte, ofreciendo una amplia gama de productos a través de las marcas clave: adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport y Reebok-CCM Hockey. Con sede en Herzogenaurach, Alemania, el Grupo tiene más 46,000 empleados.*

**Para mayor información**

**adidas Argentina**

María José Pandullo

MariaJose.Pandullo@adidas.com

**Doña BA**

Ana Morteo

anita@doniba.com

Pato Dalpra

patodalpra@doniaba.com

Josefina Basaldua

josebasaldua@doniaba.com