**adidas SE UNE A INFLUENCIADORES PARA MOSTRARLE AL MUNDO, *ESTO ES ENERGY RUNNING***

***La campaña inspira a los corredores a unirse al movimiento #EnergyRunning***

**Herzogenaurach, Alemania, 1 de septiembre, 2015** – Hoy, adidas lanzó su campaña global para presentar el reparto de influenciadores de Rio de Janeiro, Ciudad de Nueva York, Londres, Moscú y Tokio, invitando a los corredores a unirse a la tendencia Energy Running que se está tomando las ciudades alrededor del mundo. Como inicio a la campaña, adidas lanzó un filme online llamado [*This is Energy Running*](https://youtu.be/O564bfshX60).



El filme marca la primera vez que adidas Running ha incluido corredores influyentes de ciudades claves en una campaña global junto a sus atletas de clase mundial; la velocista americana, Torie Bowie, y el velocista jamaiquino, Warren Weir. Como expertos en todo desde ultra maratones hasta distancias cortas, y de la moda al fitness, Rachel Apollonio de Rio de Janeiro, Sophie Christabel de Londres, Lindsey Calla de Nueva York, Julia Korzh de Moscú y Tomomi Yuda de Tokio representan la diversidad del movimiento Energy Running.

“Energy Running es más que amarrarte los cordones y acumular millas. Es un movimiento social impulsado por el deporte que se trata tanto de ponerte una sonrisa en la cara y ganarte un Like en tus redes como sudar y ganarle a tu mejor esfuerzo”, acotó Adrian Leek, General Manager de adidas Running.

“Esta fuerte lista de influenciadores, junto con nuestros productos, servicios y eventos enfocados en Energy Running nos conectan a las atletas femeninas con más autenticidad y credibilidad. Tenemos un enfoque claro sobre quién queremos alcanzar y estamos tomando un fresco nuevo acercamiento para alcanzarlos”.

Junto con su amplio rango de trayectorias, los influenciadores fueron escogidos con base en su pasión común por el running y sus extensas audiencias online y en persona, que reflejan el rápido número de mujeres que acuden al running como parte clave de sus rutinas de ejercicios.

“Las atletas femeninas en quienes nos enfocamos se inspiran en compañeros socialmente relevantes con quien pueden relacionarse y aspirar a ser, razón por la cual los influenciadores jugarán un rol tan significativo en nuestras campañas de mercadeo de ahora en adelante”, comentó Leek. “Contaremos con influenciadores en las próximas temporadas para obtener aportes sobre nuestra creación de producto y para apoyo de nuestra ejecución de campaña como las voces que nuestros fans más valoran”.

*Esto es Energy Running* lanzará contenido que se desplegará en YouTube, Instagram, Facebook y Twitter, incluyendo cortes personalizados del filme que resaltan a cada atleta e influenciador individualmente. A lo largo de la campaña, la marca llevará a cabo una serie de eventos Energy Running en ciudades claves, incluyendo Shanghái, Moscú, Ciudad de Nueva York, Londres, Berlín y Rio de Janeiro para brindarle a los corredores la oportunidad de participar y experimentar Energy Running.

Únete al movimiento Energy Running de adidas al seguir @adidasrunning en [Twitter](http://www.twitter.com/adidasrunning) o [Instagram](http://instagram.com/adidasrunning) usando #EnergyRunning y en facebook.com/adidasrunning.

Para comprar los productos mostrados en la campaña, visita [adidas.com/running](http://www.adidas.com/running) [localizar por mercado]

**Sobre adidas Running**

adidas es el diseñador, desarrollador y comercializador global de calzados, ropa y accesorios atléticos con la misión de ser la marca deportiva líder en el mundo. adidas Running se enfoca en el corredor joven y urbano, y representa ventas netas globales de € 1.6 billones en 2014.

**Para información, favor contactar a:**

Javier Macias

Public Relations - Running

adidas Global Brand Marketing

Javier.Macias@adidas.com

t: +49 (0)9132 84-3827