



DIADORA: UNA VIDA PARA EL DEPORTE “THE ITALIAN SPORTS BRAND” CUMPLE 60 AÑOS.

60 años de deporte, de eventos que han marcado la historia, de récords, 60 años de Diadora. En Enero de 2008 la firma italiana empieza con una serie de actos para celebrar su efeméride.

Una gloriosa historia, siempre en el primer plano de los acontecimientos que han marcado el deporte, al lado de las grandes leyendas de todos los tiempos.

Marco Van Basten, Roberto Baggio, Gianluca Vialli, Francesco Moser, Bjorn Borg, Boris Becker, Ayrton Senna son sólo algunos de los nombres que han acompañado a Diadora en su trayectoria llena de coraje y talento; los mismos valores que certifican a Diadora como una compañía de prestigio internacional, ayer como hoy.

La experiencia ha reforzado el carácter de firma italiana, y ha conservado su cometido en la continua investigación y desarrollo de los productos de alto rendimiento y calidad.

La tecnología sigue encumbrando a la compañía en lo más alto, cuidando de cada detalle, tal y como se hacía tradicionalmente en el taller donde empezó esta increíble aventura.

Nuestra visión está firmemente enfocada al futuro, sin olvidar el pasado que nos ha forjado: un continuo equilibrio entre las raíces y la investigación para ofrecer un producto único, que habla de un éxito italiano.

La historia:

Diadora fue fundada en 1948; entonces era un laboratorio artesanal que producía las mejores botas de montaña y de trabajo disponibles en el mercado.

El enfoque hacia el deporte llegó en los años 60, con la adquisición de importantes patentes: Diadora seguía con su apuesta por la alta calidad y las soluciones avanzadas. El boom económico ayudó a su crecimiento; Diadora aceptó el reto y la producción aumentó; los procesos se industrializaron pero sin embargo se respetó la calidad del producto.



En los 70 el deporte profesional explotó y nació el concepto del *Sports Marketing*; grandes campeones pasaron a ser testimoniales; Roberto Bettega, Pat Cash, Bjorn Borg... Diadora fue uno de los líderes de este cambio y se centró en los aspectos técnicos del producto para satisfacer cualquier necesidad de los deportistas de élite y empujar el calzado al diseño contemporáneo y máximo confort. Diadora se hizo líder en el mercado del tenis, y Borg era su símbolo. La compañía empezó luego a colaborar con futbolistas y atletas campeones. El deporte se volvió un fenómeno de masas y los productos de Diadora pasaron también al sector de la moda. Los efectos del patrocinio fueron impresionantes; a mediados de los 70 se vendieron más de tres millones de pares distribuidos en 3500 puntos de venta de 45 países. La esponsorización de grandes campeones aumentó el prestigio de Diadora y se volvió sinónimo de éxito, estilo italiano y excelencia.

En los 80 la presencia de la compañía creció en deportes "históricos" como el tenis, atletismo y el fútbol y empezó en otros como el ciclismo, baloncesto, voleibol, boxeo, automovilismo y motociclismo. La responsabilidad correspondió a la alianza con los más grandes de cada deporte y el centro de investigación de Diadora (DRC) que contaba con un equipo altamente calificado; expertos en calzado, ortopedas y expertos del centro de Bio-ingeniería Politécnico de Milán. El trabajo de ese equipo técnico es todavía a día de hoy una referencia en los métodos de diseño.

En los 90 Diadora colaboró con grandes campeones experimentando con nuevas y avanzadas soluciones tecnológicas y creando su estilo fresco y distintivo.

Diadora puede contar con un inigualable portafolio de grandes deportistas de la historia, grandes campeones como Filippo Inzaghi y Francesco Totti, campeones de la Copa del Mundo de Fútbol en 2006, Marco Bortolami, símbolo del rugby, capitán del Gloucester y de la selección italiana, desde Gustavo Kuerten y Agustín Calleri a Damiano Cunego y Alejandro Valverde.



Hoy en día, la producción de Diadora está concentrada en deportes tales como el tenis, fútbol, running y ciclismo, sin olvidar sin embargo su extraordinario valor evocativo gracias a las líneas Heritage y D-Lux.

La marca Diadora tiene una fuerte presencia en el mercado del deporte en todo el mundo, gracias al valor y credibilidad de sus testimoniales y a sus productos innovadores y evolución de su estilo.

Diadora se ha convertido en una realidad internacional con ramas por todo el mundo, controlando el mercado en más de 70 países distintos. La marca Diadora es especialmente fuerte en regiones como Europa, América del Sur o Japón.

En los últimos años, Diadora ha desarrollado con éxito nuevos proyectos en colaboración con otras compañías líderes para crear colecciones de relojes, fragancias, máquinas de fitness artículos de papelería y material escolar.

Para más información por favor contacten con:

Marc Marca Cuadras
Director de Marketing Diadora para la Península Ibérica
marc.marca@diadora.it
93 215 97 32

Simple Estrategia – Agencia oficial de Comunicación y Relaciones Públicas
Mercè Carreras – Communication Manager
merce@simplestrategia.com
93 587 98 26