**SÃO PAULO TECH SCHOOL – SPTECH**

 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

**PROJETO – TEMA: A HISTÓRIA DA MARCA ADIDAS**

OPORTUNIDADE: Informar as pessoas com o projeto

**GIOVANNA GONÇALVES DE SIQUEIRA**

**RA: 01232192**

**SÃO PAULO**

**2023**

**SUMÁRIO**

CONTEXTO............................................................................................................................. 4

JUSTIFICATIVA...................................................................................................................... 7

OBJETIVOS.............................................................................................................................. 7

ESCOPO.................................................................................................................................... 8

Como parte da iniciativa focada em diminuir o impacto dos nossos produtos no meio ambiente, a marca adida lançou o programa adidas Better Place em 2007. Seu objetivo é orientar e incentivar a criação de produtos mais sustentáveis​, sem comprometer o seu desempenho funcional e qualidade

Usar materiais diferentes, promover uma vida útil mais longa e agir em prol do planeta:

Adidas cria tenis reciclado de lixo do mar

A Adidas apresentou o seu novo posicionamento de marca – Impossible Is Nothing – que quer desafiar o mundo a enxergar que nada é impossível. Por meio de uma série de vídeos com grandes nomes da marca, a campanha quer transmitir o otimismo enraizado no propósito de que o esporte tem o poder de mudar vidas.

O protagonismo no feminismo é das mulheres, mas os homens também devem participar do processo de desconstrução do machismo e de práticas opressivas. Para contribuir com a luta por equidade de gênero, Pharrell Williams reuniu várias perspectivas e histórias de vida.

Como forma de celebrar o cinquentenário do ‘Título IX’, emenda constitucional criada em 1972 pelo Escritório de Direitos Civis do Departamento de Educação dos EUA (OCR) , agência que protege pessoas da discriminação de gênero em programas educacionais ou atividades que recebem assistência financeira federal, Billie Jean King e a jogadora de basquete Candace Parker se uniram a 15 atletas universitárias para anunciar um momento histórico.

Através da existência do NIL, essas atletas terão a possibilidade de negociar junto a Adidas seus próprios contratos de endosso de nome, imagem e semelhança. No início deste ano, a marca anunciou a primeira rede NIL abrangente, equitativa e inclusiva, atingindo mais de 50.000 estudantes-atletas elegíveis em 23 esportes e todos os gêneros em 109 universidades da Divisão I, e essas mulheres são o primeiro grupo de atletas a ingressar no elenco.