



adidas signar Ola Toivonen

**förlänger även kontraktet med Marcus Berg och signar Emir Bajrami
som ett led i satsningen på nästa generations fotbollsstjärnor**

2 september 2010 - adidas offentliggjorde idag att företaget har tecknat ett kontrakt med **Ola Toivonen** vilket sträcker sig fram till och med 2014. Under denna period kommer Ola att representera adidas varumärke både på och utanför planen. Förutom ett individuellt fotbollsskontrakt kommer han även att delta i olika marknadsföringskampanjer och konsumentaktiviteter för adidas räkning.

– För oss är det naturligtvis mycket glädjande att Ola valde adidas - han är inte bara en av Sveriges just nu mest framstående fotbollsspelare utan representerar även på ett utmärkt sätt de värderingar adidas står för. Vi ser fram emot att se vilka höjder Ola kan nå och ska se till att förse honom med de verktyg han behöver på den resan, säger Jonas Carlström, nordisk sponsringschef på adidas.

adidas offentliggjorde också att företaget förlänger sitt nuvarande kontrakt med **Marcus Berg**, ett succéartat samarbete som pågått sedan 2007, samt signar ett nytt avtal med **Emir Bajrami**. Alla dessa tre ska alla representera adidas fotbollskoncept F50 – en produktserie anpassad för snabba, tekniska spelare som gärna sticker ut på planen. Den sko de kommer att spela i, F50 adizero, bärs av många internationella stjärnor som representerar just denna spelstil, däribland Leo Messi, David Villa, Thomas Müller, Diego Forlán, Gonzalo Higuain och Arjen Robben. F50 adizero blev med sin revolutionerande vikt, endast 165 g, en stor succé då den lanserades inför fotbolls-VM i Sydafrika. En tredjedel av VM:s alla mål gjordes just med F50 adizero.

– För en fotbollsspelare är skorna det viktigaste verktyget och F50 adizero har helt enkelt de egenskaper jag söker – den är snabb, lätt och snygg. Jag ser fram emot att samarbeta med adidas som för mig alltid varit synonymt med det senaste och främsta inom fotboll, säger Ola Toivonen.

– Vi har varit otroligt nöjda med Marcus Berg, och att nu ha alla dessa tre framstående spelare som symboler för F50-segment är ett oerhört viktigt led i vår strategi att satsa på framtidens generation fotbollsstjärnor, säger Jonas Carlström, nordisk sponsringschef på adidas.

För mer information, kontakta:

Emma Stjernlöf, PR-chef adidas Norden

+46-(0)707-549117 emma.stjernlof@adidas.com