

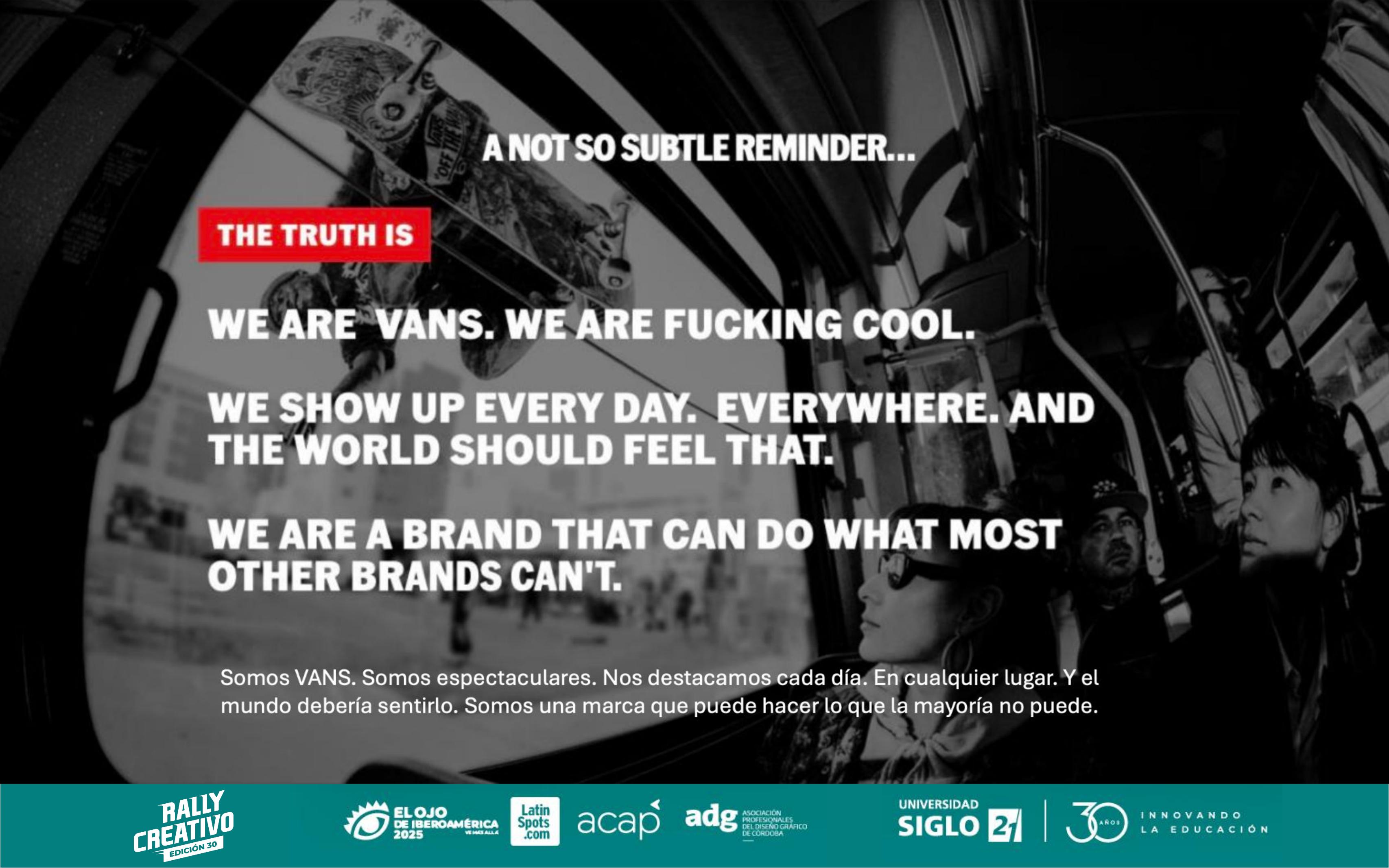


RALLY CREATIVO

EDICIÓN 30



VANS®
BIENVENIDOS
AL LADO OFF THE WALL



A NOT SO SUBTLE REMINDER...

THE TRUTH IS

WE ARE VANS. WE ARE FUCKING COOL.

WE SHOW UP EVERY DAY. EVERYWHERE. AND
THE WORLD SHOULD FEEL THAT.

WE ARE A BRAND THAT CAN DO WHAT MOST
OTHER BRANDS CAN'T.

Somos VANS. Somos espectaculares. Nos destacamos cada día. En cualquier lugar. Y el mundo debería sentirlo. Somos una marca que puede hacer lo que la mayoría no puede.

®

VANS

"OFF
THE
WALL"

ORIGINAL SINCE 1966

SINCE 1966.

Off the Wall is a state of mind. Thinking differently. Embracing creative self-expression. Choosing your own line on your board and in your life. When kids snuck into empty backyard pools seeking to expand the limits of what could be done on skateboards, Off the Wall was born. Vans. Off the Wall Since 1966.

VANS®

RALLY
CREATIVO
EDICIÓN 30



Latin
Spots
.com

acap'

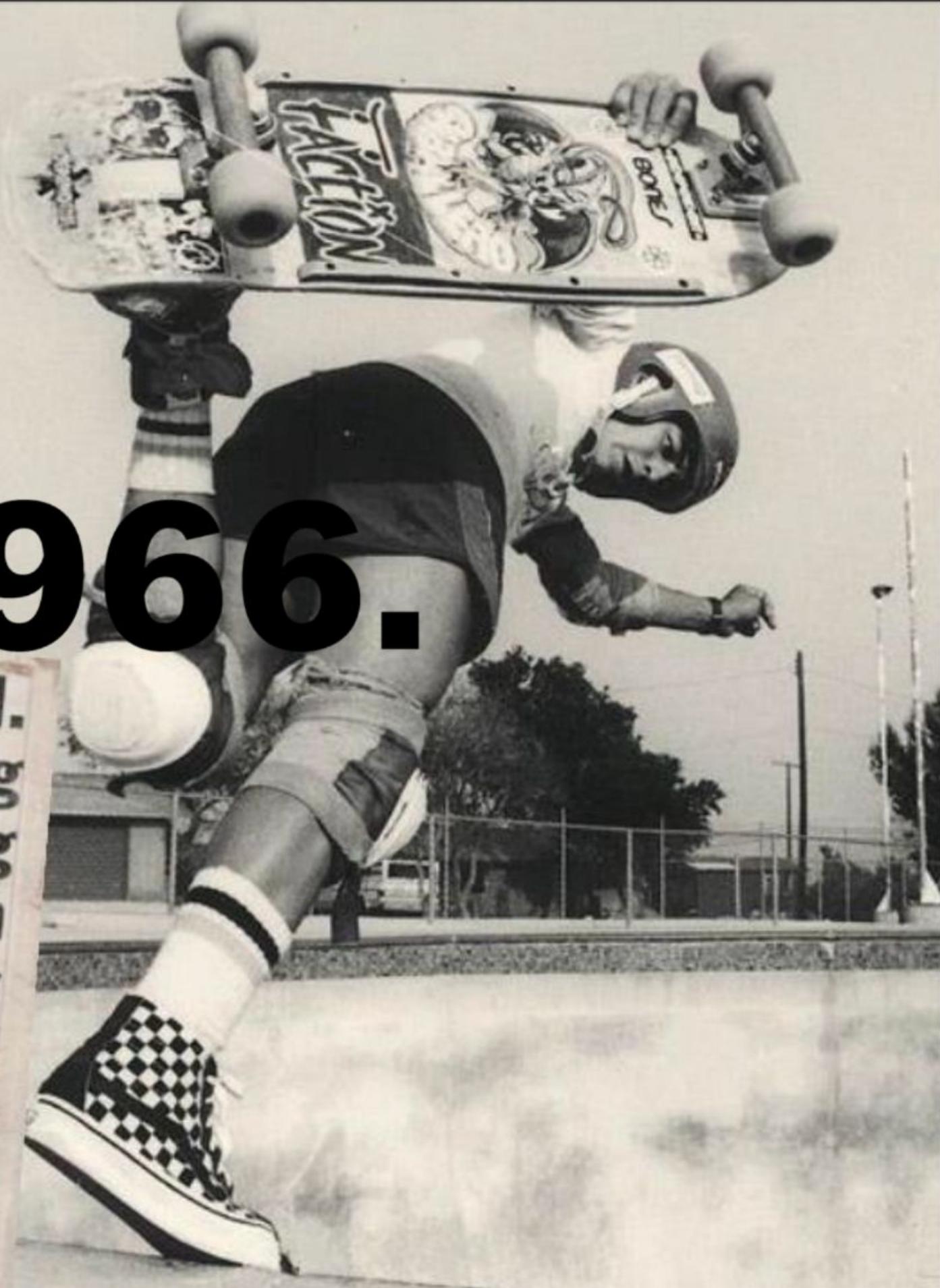
adg

ASOCIACIÓN
PROFESIONALES
DEL DISEÑO GRÁFICO
DE CÓRDOBA

UNIVERSIDAD
SIGLO 21

30
AÑOS

INNOVANDO
LA EDUCACIÓN



VANS

RALLY
CREATIVO
EDICIÓN 30



acap

adg
ASOCIACIÓN
PROFESIONALES
DEL DISEÑO GRÁFICO
DE CÓRDOBA

UNIVERSIDAD
SIGLO 21 | 30 AÑOS
INNOVANDO LA EDUCACIÓN

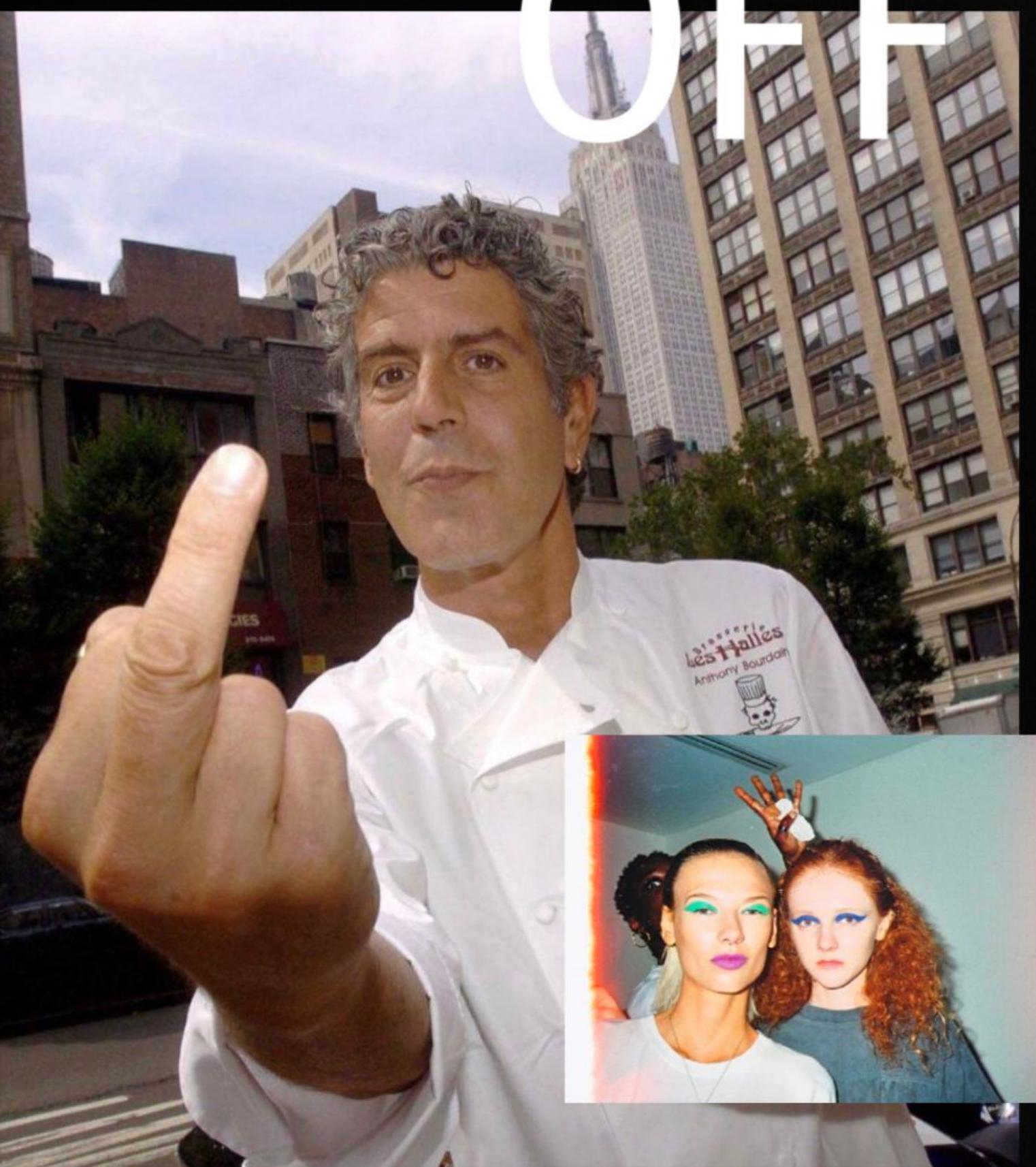
BRAND CONCEPT

OFF THE WALL IS OUR MINDSET.

Off the Wall is bigger than the act of
skateboarding. It's the mindset of the
innovators who push culture
forward.

But it's also the youthful spirit that
lives in **all of us.**

VANS



BRAND CONCEPT

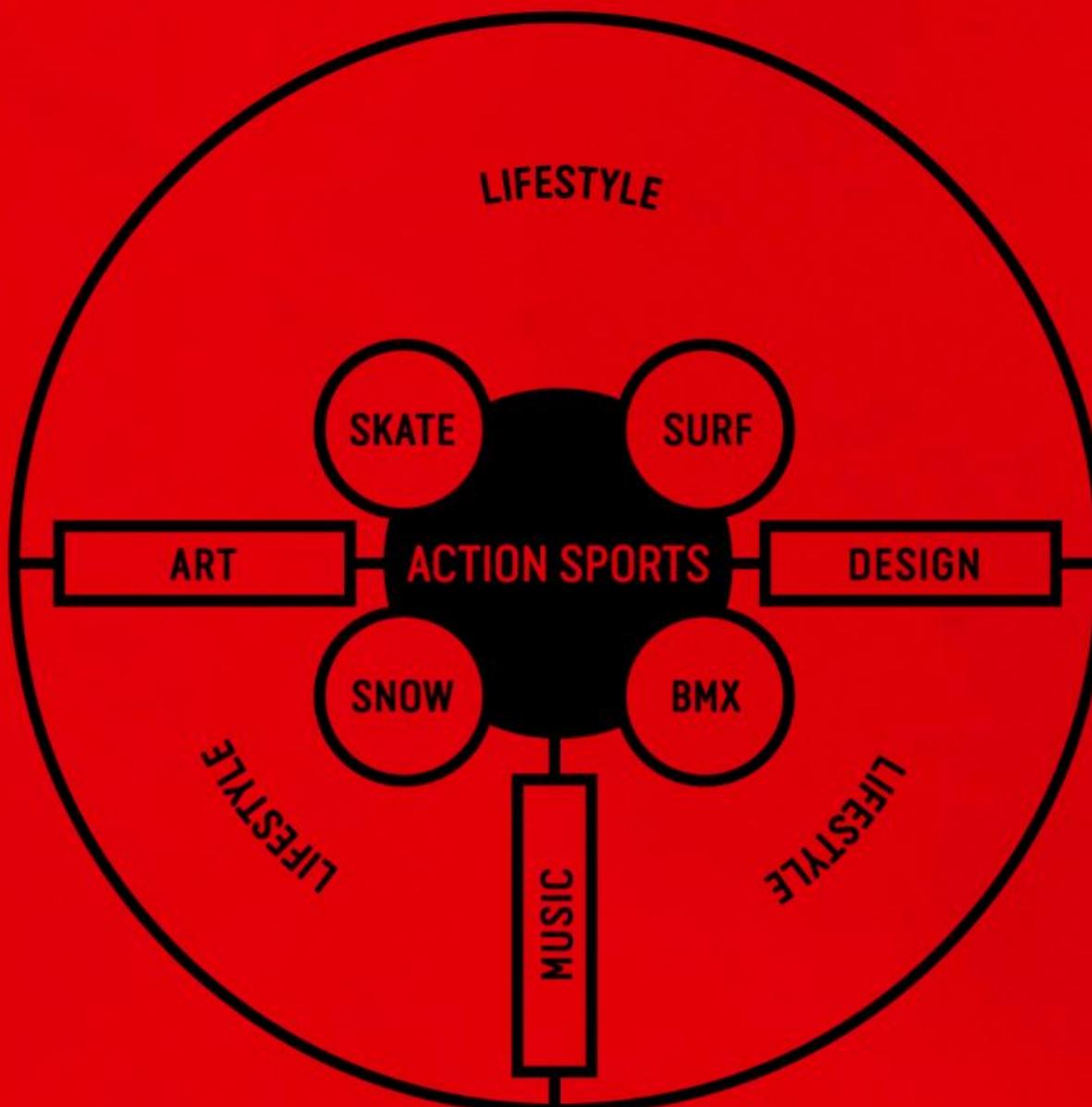
VANS OFF THE WALL

THIS IS OUR
MOMENT TO
TRANSCEND
CULTURE.

(ES NUESTRO MOMENTO DE TRASCENDER LA CULTURA)

BRAND ARCHITECTURE AND PILLARS

ARQUITECTURA Y PILARES DE MARCA



WE CREATE THE
LIFESTYLE OF SKATEBOARDING
AND ITS SURROUNDING INFLUENCE.

ACTION SPORTS > CULTURE > LIFESTYLE FASHION > FASHION

BREVE HISTORIA DE VANS: “OFF THE WALL” | DESDE ‘66

16 DE MARZO DE 1966: Se funda **The Van Doren Rubber Company** en Anaheim, California, por los hermanos **Paul y Jim Van Doren** junto con **Gordon Lee y Serge Delia**.

Ese mismo día se vendieron **12 pares del modelo “#44 Deck Shoes”** (hoy conocido como **Authentic**). Los clientes los llevaban y regresaban para pagar debido a que los zapatos se fabricaban por pedido ese mismo día.

DÉCADA DEL 1970

- Las zapatillas Vans ganan popularidad entre los **skaters**, que valoraban sus suelas adherentes y su construcción robusta.
- En **1976**, se introduce el modelo **Vans #95**, también llamado **“Era”**, con cuello acolchado y diversas combinaciones de colores.
- Ese mismo año también aparece el logotipo **“Off The Wall”**, usado por los skaters y convertido en ícono de la marca.



VANS
"OFF THE WALL"

VANS

DÉCADA DEL 1980

- En 1977, Vans lanza el modelo Slip-On, que rápidamente se convierte en un clásico por su practicidad, estilo minimalista y diseño sin cordones.
- En 1982, las Slip-On alcanzan fama mundial cuando el personaje Jeff Spicoli (interpretado por Sean Penn) las usa en la película Fast Times at Ridgemont High, especialmente el modelo checkerboard (a cuadros), que se convierte en un símbolo cultural.
- En 1984, la empresa atraviesa una crisis financiera y se acerca a la bancarrota.
- En 1988, Van Doren y Lee venden la compañía a la firma bancaria McCown De Leeuw & Co. por unos 74,4 millones de dólares.



DÉCADA DEL 1990

- En 1991, la compañía se vuelve pública bajo el nombre Vans, Inc. y comienza su expansión internacional.
- En 1993, Vans introduce calzado para snowboard y lanza nuevas líneas deportivas.
- En 1998, abre su primer skatepark público en The Outlets at Orange, en California.



SIGLO XXI

- En **2004**, Vans es adquirida por **VF Corporation** por unos **396 millones de dólares**.
- En **2016**, Vans celebra su **50.º aniversario** y presenta un nuevo logotipo, además de lanzar campañas globales para ampliar su público.
- En **2022**, la marca apuesta por innovaciones sostenibles con la línea **VR3**, donde al menos un **30 % de sus productos** son renovables, reciclados o regenerativos.
- En **2025**, Vans designa a la cantante **SZA** como su primera **“Artistic Director”** en una colaboración creativa multianual.



STEVE VAN DOREN

FIGURA CLAVE EN LA HISTORIA PASADA Y PRESENTE DE VANS



FEBRERO 2025 – VISITA DE STEVE A ARGENTINA

Embajador de la marca.

A través de su rol, Steve Van Doren representa y difunde el espíritu "Off The Wall" que caracteriza a la marca.

Hijo de Paul Van Doren.

VANS

ATLETAS

KEY OPINION LEADERS

SKATE TEAM



FRANCO MORALES



GERÓNIMO BRAVO



FELIPE DA-RÉ



NOE CANAPARO



JUAN PABLO MATEOS



SERAFIN ZURUETA



GEORGY CASTRIOTA

SURF TEAM



IGNACIO GUNDESEN



AMPARO ERRECALDE

BMX TEAM



JOSÉ MALIGNO TORRES



GABRIEL CHAVES



GASPAR GUENDULAIN

SNOW TEAM



FEDERICO CHIARADIO

VANS OFF THE WALL

SPONSORSHIP

VANS OFF THE WALL

VANS

PÚBLICO OBJETIVO

GEN Z
VIAJES, TENDENCIAS & NATIVOS DE REDES SOCIALES
MUSICA, MODA & CULTURA

MILLENNIALS
INDOOR & OUTDOOR
MODA, ARTE & CULTURA

GENERACIÓN X
URBAN NOMAD, FUNCIONALIDAD & PRODUCTIVIDAD
ESTILO PERSONAL Y VIDA ACTIVA



PEDIDO

OBJETIVO: RE-LANZAMIENTO DE LA ICÓNICA SILUETA
SLIP-ON CHECKER POR LOS 60 AÑOS DE VANS

1-VÍA PÚBLICA

1 PIEZA

2-PIEZA AUDIOVISUAL

CANAL: INSTAGRAM

DURACIÓN: 20 SEGUNDOS (MÁXIMO)

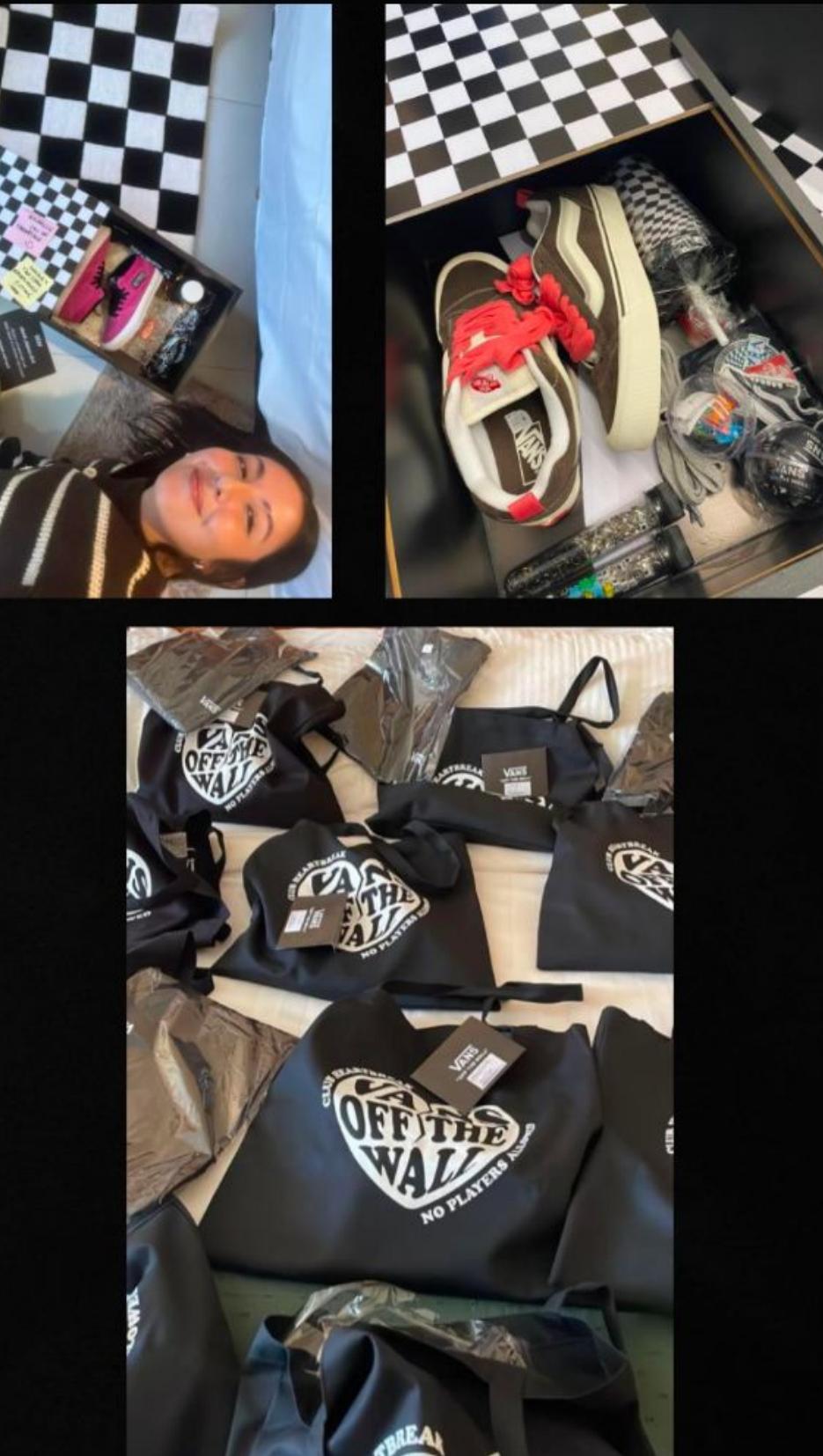
3-MEDIA KIT

KIT PARA ENVIAR A INFLUENCERS. TENDRÁ AMPLIFICACIÓN EN FORMATO "UNBOXING" PARA TIKTOK.



¿QUÉ ES UN MEDIA KIT O PRESS KIT?

UN MEDIA KIT O PRESS KIT ES UNA HERRAMIENTA DE MARKETING QUE REÚNE INFORMACIÓN ESENCIAL DE UNA MARCA, LANZAMIENTO O PROYECTO PARA PRESENTARLO EN CANALES DE COMUNICACIÓN, CON EL OBJETIVO DE FACILITAR LA COBERTURA Y AMPLIFICACIÓN DEL LANZAMIENTO O PROYECTO.



VANS

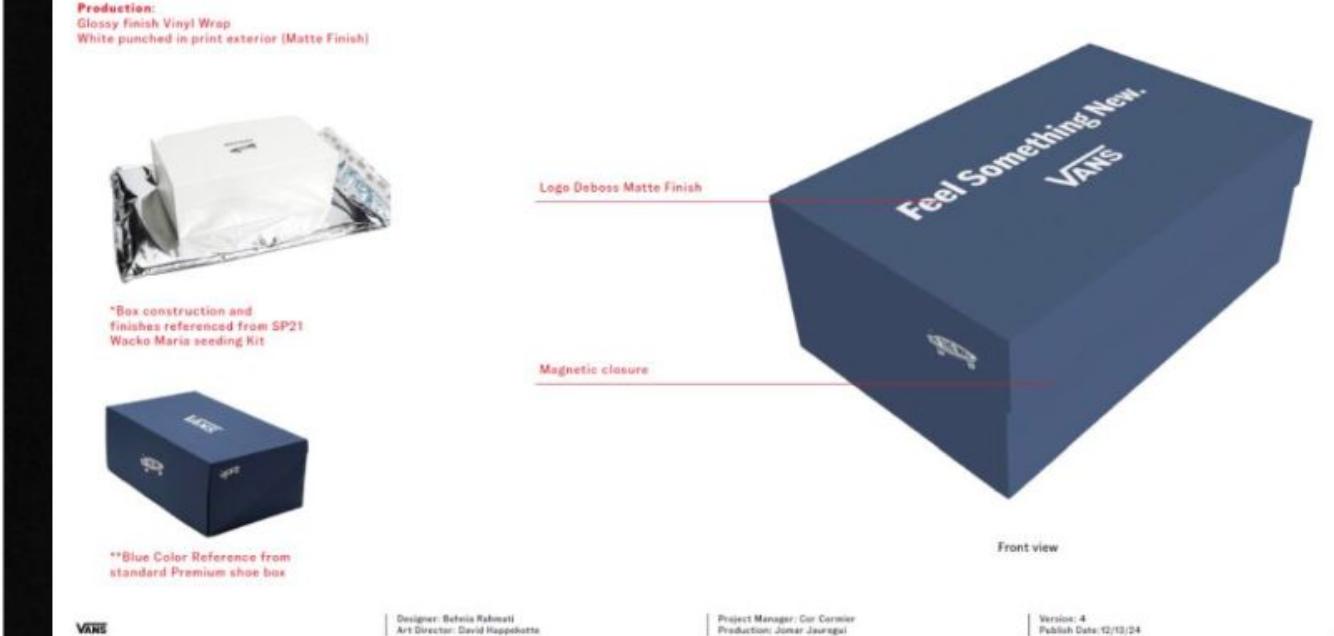
EJEMPLOS DE MEDIA KIT



SP25 Curren Caples Seeding Kit Overview



SP25 Old Skool Premium Seeding Kit Overview



PÚBLICO OBJETIVO

GEN Z
VIAJES, TENDENCIAS & NATIVOS DE REDES SOCIALES
MUSICA, MODA & CULTURA

MILLENNIALS
INDOOR & OUTDOOR
MODA, ARTE & CULTURA

GENERACIÓN X
URBAN NOMAD, FUNCIONALIDAD & PRODUCTIVIDAD
ESTILO PERSONAL Y VIDA ACTIVA



¿QUÉ ES UN BOARD?

ES UN FORMATO DE PRESENTACIÓN DE IDEAS QUE CUENTA EL PEDIDO DE MARCA, EL CONTEXTO, EL INSIGHT, EL CONCEPTO, LA IDEA Y LA EJECUCIÓN EN UNA SOLA PLACA.

EL CONCEPT BOARD ES UNA PIEZA CLAVE:
RESUME LA IDEA EN UNA SOLA MIRADA.
DEBE PERMITIR QUE EL JURADO ENTIENDA EL DESAFÍO,
LA PROPUESTA Y CÓMO SE EXPRESA VISUALMENTE.

LA CREATIVIDAD SERÁ EL CORAZÓN DE LA EVALUACIÓN.
CADA EQUIPO PODRÁ PRESENTAR UNA SOLA IDEA POR BRIEF,
ASÍ QUE SELECCIONEN BIEN ESA APUESTA.



VANS OFF THE WALL.

2025 BRAND CONCEPT

VANS OFF THE WALL

VANS

PEDIDO

OBJETIVO: RE-LANZAMIENTO DE LA ICÓNICA SILUETA
SLIP-ON CHECKER POR LOS 60 AÑOS DE VANS

1-VÍA PÚBLICA

1 PIEZA

2-PIEZA AUDIOVISUAL

CANAL: INSTAGRAM

DURACIÓN: 20 SEGUNDOS (MÁXIMO)

3-MEDIA KIT

KIT PARA ENVIAR A INFLUENCERS. TENDRÁ AMPLIFICACIÓN EN FORMATO "UNBOXING" PARA TIKTOK.



¡RECUERDEN!



ENTREGA: Miércoles 15 de Octubre - hasta las 12:00 hs.
Cargar archivo en: https://bit.ly/Form_RallyCreativo2025



Contacto para dudas y consultas:
Mail: rallycreativo.siglo21@gmail.com



Logos, imágenes y materiales de marca
Descargar aquí: https://bit.ly/VANS_ElementosRally

VANS OFF THE WALL

2025 BRAND CONCEPT

VANS OFF THE WALL

VANS

FORMATO DE ENTREGA Y ARCHIVOS



*El archivo debe ir adjunto en el form, NO como link de descarga.
Por esta razón, los archivos no deben ser excesivamente pesados.*



Un solo archivo, formato PDF, sin comprimir en zip o rar, y deben estar organizados para una fácil visualización del jurado.



En el nombre del archivo colocar SÓLO SEUDÓNIMO, NO LOS NOMBRES REALES.



Link para entrega y carga de archivo: https://bit.ly/Form_RallyCreativo2025

VANS OFF THE WALL

2025 BRAND CONCEPT

VANS OFF THE WALL

VANS

OTRAS ACLARACIONES SOBRE LA ENTREGA

- *Se debe cargar un único archivo PDF calidad para visualización en pantalla (imágenes en 72 DPI). NO comprimir en ZIP o RAR.*
- *MUY IMPORTANTE: El archivo debe llamarse igual que el seudónimo de la dupla/tripla. Ejemplo: tuseudónimo.pdf*
- *En caso de haberse inscripto con más de un seudónimo (uno por persona) utilizar el que se haya cargado primero en el formulario de inscripción.*
- *Los videos deben estar cargados previamente a plataforma online (youtube/vimeo) y en el PDF sólo incluir los links o QR.*
- *Asegurarse de que los videos cargados sean públicos y/o tengan permiso para la visualización de todo aquel que tenga el link. Los links o archivos que no tengan permisos de visualización no serán evaluados por el jurado.*
- *En NINGÚN lugar de la entrega (formulario o archivo PDF) deben figurar los nombres reales de los/las participantes. En caso de ganar, estos se tomarán del formulario de inscripción al RALLY.*
- *Quienes aspiren a la mención a mejor animación, deben producir la animación de manera integral. No está permitido el uso de inteligencia artificial. Todas las animaciones que utilicen inteligencia artificial no serán consideradas para dicha mención.*

VANS OFF THE WALL

2025 BRAND CONCEPT

VANS OFF THE WALL

VANS



ASOCIACIÓN
PROFESIONALES
DEL DISEÑO GRÁFICO
DE CÓRDOBA



INNOVANDO
LA EDUCACIÓN

GRACIAS.



RALLY
CREATIVO
EDICIÓN 30

VANS®

¡LARGAMOS!

UNIVERSIDAD
SIGLO 21

Latin
Spots
.com



EL OJO
DE IBEROAMÉRICA