

## EQUIPAMIENTO

# Under Armour rompe con Alnisa Sports y tomará el control de su negocio en España en 2017

Palco23  
23 may 2016 - 10:45

Under Armour dará un paso más en la gestión de su marca en España. El fabricante de artículos deportivos estadounidense ha decidido tomar finalmente la riendas a su negocio en el país a partir del próximo año, cuando vence el contrato con su actual distribuidor, Alnisa Sports, que se verá abocado al cierre al no contar con más marcas bajo su control.

Como adelantó *Palco23*, [el futuro de la relación contractual](#) entre la compañía española y la firma deportiva estaba en duda hace ya varios meses, ya que la multinacional había tomado ya la decisión de recuperar la gestión de la marca en el mercado ibérico y para ello debía poner fin a su relación con el distribuidor local. La situación, desde entonces, no ha hecho sino empeorar, ya que las tiendas de deporte que distribuyen la marca no han recibido la última colección correspondiente a la primavera-verano 2016.

Ahora se abre una nueva etapa para la multinacional, que viene precedido por las decisiones que ha tomado en Italia. Allí compró la distribuidora de su marca para abrir una filial en el país, aunque más tarde cerró un acuerdo temporal con otro distribuidor italiano. El consejero delegado de Alnisa, Sergio Nieto, que ha explicado el proceso a *Modaes.es*, ha comentado que en las negociaciones tampoco se ha contemplado la posibilidad de que el directivo dirija la nueva compañía española

Pese a llevar una década gestionando Under Armour en España, el crecimiento de la firma en el país no se ha producido realmente hasta los últimos tres años. En 2015, Alnisa tuvo unas ventas de 24 millones de euros, una cifra que más que duplica los 10 millones registrados en 2014.

Aunque se trata de un ritmo de crecimiento superior al del conjunto del grupo, que cerró el actual ejercicio con un incremento del 28,5% de la facturación hasta los 3.963 millones de dólares (3.645 millones de euros), su objetivo para 2018 es alcanzar los 7.500 millones de dólares (6.552 millones de euros), para lo que será clave su desarrollo en mercados como el europeo.

A nivel de distribución, actualmente existen 570 tiendas multimarca de cadenas como Base o Intersport que ya comercializan productos de Under Armour en España. Además, también posee unos cuarenta córners en grandes almacenes de El Corte Inglés. Sin embargo, el hecho de que Alnisa no tuviera intención de abrir ninguna tienda propia a corto y medio plazo, podría haber sido uno de los puntos diferenciales en las negociaciones, además de los términos económicos que deberían regir el nuevo contrato de licencia.

También es importante destacar la inversión en marketing que ha realizado la distribuidora en España, donde el único gran acuerdo es con laACB para ser uno de los proveedores oficiales de la Copa del Rey y la Supercopa de España. En estos diez años no ha sido capaz de convencer a ningún club de fútbol o baloncesto para que empiece a utilizar sus equipaciones. A nivel internacional, la enseña ha logrado convertirse en el socio técnico de clubes como el Tottenham Hotspur y deportistas como la estrella de la NBA Stephen Curry, el tenista Andy Murray, el futbolista Memphis Depay o el golfista Jordan Spieth.