

EQUIPAMIENTO

Under Armour replica la fórmula Nike-Jordan y lanza una marca con Stephen Curry

La oferta de la marca incluirá calzado, ropa y accesorios. Parte de los ingresos se destinarán a “invertir en comunidades con pocos recursos”.

30 nov 2020 - 18:00



Under Armour, tras los pasos de Nike. El grupo estadounidense, especializado en moda deportiva técnica, se ha aliado con el jugador de baloncesto Stephen Curry para lanzar una nueva marca. ¿El objetivo? Replicar el éxito de la alianza de Nike con Michael Jordan, que han convertido Jordan en una firma que factura más de 3.000 millones de dólares.

La nueva marca de Under Armour, Curry, se lanzará mañana con una oferta compuesta de ropa, calzado y accesorios. Parte de los ingresos se destinarán a “invertir en comunidades con pocos recursos”, aunque el grupo no ha precisado qué porcentaje.

En concreto, Under Armour quiere crear veinte espacios para practicar deporte, apoyar 125 programas para jóvenes deportistas y formar a 15.000 entrenadores hasta 2025, según ha explicado en un comunicado.

Stephen Curry, hijo del exjugador Dell Curry, es una de las estrellas de los Golden State Warriors, con quien suma tres anillos de campeón de la NBA. “Curry creció rodeado del poder del deporte y la comunidad”, destaca Under Armour en un comunicado. “Su padre, jugador de Charlotte Hornets, fue muy activo en la comunidad de Carolina del Norte y fundó la Dell Curry Foundation para ayudar a los jóvenes de la zona”, señala.

Under Armour lanzará mañana la nueva marca con oferta de ropa, calzado y accesorios

El pionero, y hasta ahora el mayor caso de éxito, del lanzamiento de una marca de la mano de un deportista es Jordan, lanzada por Michael Jordan y Nike en 1984. La empresa cerró el último ejercicio, finalizado en mayo, con un crecimiento del 15%, pese al impacto de la pandemia, hasta 3.600 millones de dólares.

La compañía ha comenzado a extender su alcance más allá del baloncesto, con patrocinios como el que firmó en 2018 con el Paris Saint-Germain y que se ha extendido al menos hasta 2022.

Under Armour cerró el tercer trimestre (finalizado el pasado 30 de septiembre) con unos ingresos de 1.433 millones de dólares, con un leve aumento respecto a los 1.429 millones de dólares del mismo periodo de 2019. El grupo regresó a números negros, con un resultado neto de 38,95 millones.