

Nike releva a Adidas como patrocinador de la NBA para los próximos ocho años

M.Menchén
11 jun 2015 - 04:58

Nike será el nuevo proveedor técnico de la NBA. El acuerdo entrará en vigor a partir de la temporada 2017-2018 y tendrá una duración de ocho años, una vez que concluya el contrato en vigor que la liga estadounidense de baloncesto mantiene con Adidas. La multinacional alemana, que es socio de la competición desde hace once años, ha pagado unos 400 millones dólares en once años (310 millones de euros), cifra que la firma estadounidense ahora habrá mejorado hasta los 125 millones de dólares anuales, según *ESPN*.

No sólo por la cada vez mayor visibilidad de la NBA a nivel mundial, sino por el hecho de que por primera vez las camisetas con las que se disputan los partidos incorporarán el logo del fabricante. Hasta ahora, Adidas sólo podía estampar su marca en las réplicas que vendía a los aficionados, pero jamás aparecía en los encuentros y por lo tanto perdía una importantísima oportunidad de repercusión mediática.

El contrato, por el que también suspiraba Under Armour, convierte a Nike en el gran referente del baloncesto estadounidense, ya que desde 2006 también es el patrocinador oficial de la Selección. "Con Nike, Jordan y Converse tenemos tres de las marcas más conectadas del mundo, y con ganas de favorecer el crecimiento global del juego con una estrategia exitosa, tanto para la NBA como para Nike", indicó Mark Parker, presidente y consejero delegado de la multinacional de equipamiento deportivo.

La compañía se ha asegurado los derechos para diseñar todas las equipaciones, así como las réplicas que se pondrán a la venta, tanto las de menor calidad como las que se asemejan más a las que usan las estrellas de la NBA y que se conocen como *swingman*. También recrearán las camisetas de manga larga de los calentamientos y otros productos de moda urbana.

"Esta asociación con Nike representa un nuevo paradigma en la estructura de nuestro negocio de comercialización global", dijo el comisionado de la NBA, Adam Silver. Además de la principal liga, la multinacional también diseñará y comercializará todas las equipaciones de la competición femenina (WNBA) y la de desarrollo (D-League). En todos estos eventos, se multiplicará la presencia de la marca de equipamiento

| deportivo.