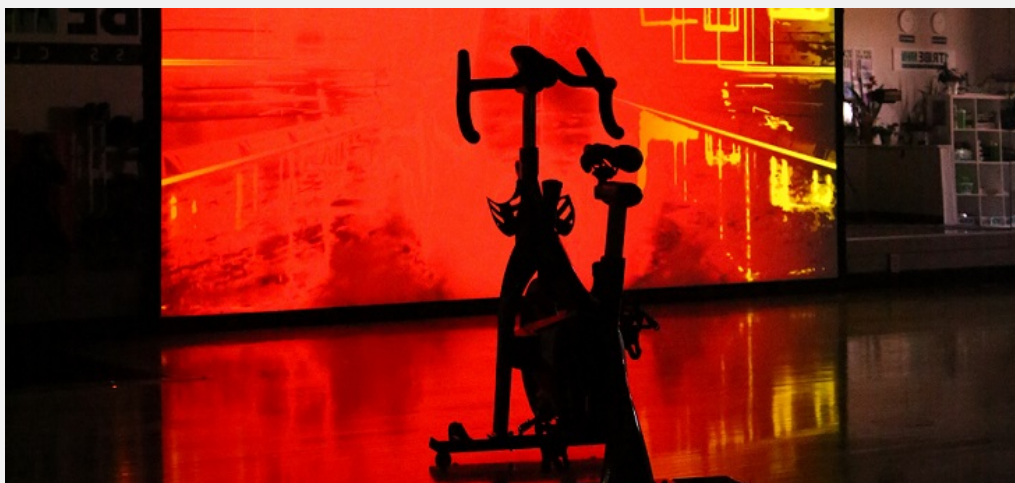


Look

Adidas y Peloton entrenan juntos un año más

Las compañías presentan una nueva colección confeccionada con materiales reciclados y elaborada con la tecnología de rendimiento de la compañía alemana, en todos los segmentos en los que opera la compañía estadounidense.

Modaes
17 ene 2022 - 05:00



Adidas y Peloton firman un año más de *home fitness*. La compañía alemana, uno de los mayores operadores de moda y equipamiento deportivo del mundo, **ha anunciado la renovación de la alianza con la compañía estadounidense de *home fitness*** por tercer año. Los detalles del acuerdo no han trascendido.

La alianza se produjo por primera vez en pleno *boom* del *home fitness*, derivado de la fuerte demanda producida por el confinamiento en 2020, que causó que Peloton disparara su negocio.

La colección de Peloton y Adidas está confeccionada con materiales reciclados y

Modaes

elaborada con la tecnología de rendimiento de la compañía alemana, **en todos los segmentos en los que opera Peloton**. Además, la colección se inspira en los gráficos e iconos que utiliza la compañía estadounidense.

La colección incluye camisetas sin mangas, mallas, pantalones cortos, camisetas de cuello redondo, sujetadores deportivos y chaquetas con un precio de 35 dólares a 90 dólares. La colección se puede comprar en los ecommerce de Adidas y Peloton y **en tiendas seleccionadas de Adidas en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Alemania**.

Adidas y Peloton pondrán a la venta la colección en sus tiendas online y en puntos de venta seleccionados del gigante alemán

“El *fitness* en el hogar sigue creciendo, la importancia de la conectividad para un entrenador y una comunidad de fitness es imprescindible, esta ha sido la inspiración de la nueva colección”, ha detallado Aimee Arana, director de producto de la compañía alemana.

La compañía alemana cerró el tercer trimestre con una facturación de 5.752 millones de euros, sólo un 3,4% más que el año anterior, y ajustó previsiones por la ralentización del gigante asiático y las disrupciones en la cadena de valor.

El resultado neto en el tercer trimestre se situó en 960 millones de euros, un 76% más, pero **el margen bruto se contrajo en 1,5 puntos**, hasta el 11,7%. En el acumulado de los nueve primeros meses, la facturación de Adidas se incrementó un 21,1%, hasta 16.096 millones de euros, y el resultado neto se multiplicó por cuatro, hasta 1.369 millones de euros.

Peloton, por su parte, cerró el tercer trimestre de 2021 con **unas pérdidas de 376 millones de dólares, frente a los 69,3 millones de beneficios del mismo periodo del año**. El resultado bruto de explotación (ebitda) en el periodo fue negativo de 233,7 millones de dólares, frente a los 118,9 millones positivos del anterior periodo. Además, registró unos ingresos de 805,2 millones de dólares en el primer trimestre fiscal de 2022, cerrado el 30 de septiembre, **un 6,2% más que el mismo periodo del año pasado**.