



Moda y estilo llegan al Deportivo Toluca F.C. de la mano de New Era

- *Desde octubre del 2023 y hasta mayo del 2024, la marca y el equipo lanzarán 35 estilos distintos de gorras para todos los gustos y ocasiones.*
- *El contenido del lanzamiento es punta de lanza en la escena del deporte en México, al mezclar alta moda con fútbol.*
- *De los 18 equipos de la Primera División de México, esta alianza es la número 13 para la firma nacida en Nueva York tres años después de la fundación del Toluca.*

Ciudad de México, 20 de octubre de 2023.- El mítico estadio Nemesio Díez, ardió con la esperada **presentación de New Era como la gorra oficial del Deportivo Toluca F.C.**, una prometedora alianza a largo plazo entre la marca líder de *headwear* y *lifestyle* con uno de los **equipos más ganadores** del fútbol mexicano, compartiendo ambas organizaciones algo en común: cada una representa un legado de **más de 100 años de historia**.

En el escritorio, esta sinergia significa una serie de esfuerzos iniciados en agosto del 2022, cuya primera etapa concluye a finales del 2025. Pero en el estadio, las calles, los hogares y hasta en los sitios de trabajo donde se respira diariamente la pasión por el equipo 10 veces campeón del máximo circuito local, el proyecto arranca con una **nueva colección inédita de gorras** que a partir de hoy y hasta mayo del 2024 pretende demostrar que **el fútbol puede ser también moda**, no sólo deporte.

“El anuncio de New Era como la gorra oficial del Deportivo Toluca, busca presentar una nueva manera de vivir el amor por los Diablos Rojos. Para nosotros, Toluca es la punta de lanza en la estrategia actual de la marca, al querer irrumpir en el mercado mexicano con una propuesta diferente a lo que estamos acostumbrados. ¿En un futuro podremos ver más ejercicios similares en el mundo de la moda en torno al fútbol mexicano? Seguramente sí. De momento, el club es el equipo número 13 de la liga con el que nos hemos aliado, tras meses de trabajo en conjunto”; comentó al respecto **David Pérez, Director General de New Era México & LATAM**.

La patada inicial de esta unión, es el **lanzamiento de 24 de los 35 estilos** que entre octubre y mayo del próximo año llegarán paulatinamente a cientos de puntos de venta, incluso fuera de nuestro país, en **siluetas de New Era** como 9FORTY, 39THIRTY, 9FIFTY, Beanies, Bucket Hat, gorras tipo Golfer y versiones de la clásica **59FIFTY**, buscando incentivar el crecimiento de todos los equipos de la liga mexicana de fútbol y una total comunión entre las escuadras varonil y femenil.

La colección llega mediante una campaña en medios y redes sociales que pareciera continuidad de lo que se pudo presenciar en la Ciudad de México con el Fashion Week hace una semana, donde figuras del equipo mexiquense como **Tiago Volpi, Cinthya Peraza, Jesús Ricardo “Canelo” Angulo, Jazmín López, Pedro Raúl y Natalia Gómez-Junco** lucen los distintos modelos de la primer cápsula de gorras elaboradas con la calidad que distingue a New Era. En el contenido se observa la tendencia de lo que en Europa lleva pasando desde hace unos años, donde la alta moda se mezcla con el fútbol, dejando lo deportivo a un lado y enfocándose en algo conceptual que en la escena nacional no se había visto antes con ningún otro equipo.



Cada pieza destaca por **elementos gráficos** que todos amarán: desde el logo tradicional pero en estilos modernos con detalles discretos, hasta propuestas en colores y texturas poco convencionales en tendencias que buscan conquistar el mercado juvenil.

De acuerdo con David Pérez, esta nueva colección de *headwear* está **inspirada en tres tipos de fans**: El fan de estadio, ese que va a “La Bombonera” cada 15 días a apoyar a su escuadra y solamente piensa en usar los colores icónicos; el fan casual, aquel que le va al Toluca pero que también está abierto a presumirlo en otros momentos de la vida diaria, aceptando nuevas aplicaciones en otros colores y materiales; y por último el fan New Era, que es seguidor de la marca y tiene afinidad por el equipo, más allegado a siluetas de visera plana como la 59FIFTY y la 9FIFTY.

“Somos esa marca que busca llevar a los equipos mexicanos del fútbol y de otros deportes en nuestro país, a un tema de lifestyle, que es nuestro expertise. Y hemos detectado que el fútbol mexicano va unos diez años atrás en la relación de ambos mundos, si miramos lo que sucede en Europa y Estados Unidos por ejemplo, donde las colaboraciones de equipos con firmas de moda reconocidas es constante. Queremos replicar ese esquema aquí, ofreciendo gorras que cuenten historias y se conviertan en experiencias de lujo deportivo para los fanáticos”; agregó el Director General de New Era México & LATAM.

Las nuevas gorras, que significan el primer pase a gol tras una serie de movimientos verticales entre New Era y el Deportivo Toluca F.C., y en cuya campaña también se puede ver al histórico 9 choricero **José Saturnino Cardozo**, están ya disponibles en newera.mx, New Era Stores, tiendas oficiales del equipo y con distribuidores autorizados.

Acerca de New Era

New Era Cap Co. Inc. es una marca internacional de moda con herencia deportiva, con más de 100 años de experiencia haciendo gorras. La compañía fue fundada en Buffalo, Nueva York, en 1920 y hoy cuenta con operaciones alrededor del mundo. Es mejor conocida por ser la gorra oficial de los equipos de Ligas Mayores de Beisbol (MLB), NFL y NBA.

Las gorras New Era son utilizadas como un símbolo de expresión personal por atletas, artistas y gente relevante alrededor del mundo. New Era impulsa a las personas a mostrar su personalidad a través de sus productos.

Para mayor información, visita www.newera.mx y el blog www.newera.mx/blog.