

CLUBES

El DC United de la MLS renueva su patrocinio principal con Leidos

Palco23
23 feb 2016 - 10:10

Los equipos de la Major League Soccer (MLS) también trabajan en la consolidación de sus acuerdos comerciales. El DC United ha anunciado estos días la renovación de su acuerdo de patrocinio con Leidos, una compañía especializada en productos para la industria militar y de seguridad cuyo logo seguirá apareciendo en la parte delantera de la camiseta.

El contrato, del que se desconocen los términos económicos, también permitirá a la compañía estadounidense disponer de "un lugar prominente" en todos los activos publicitarios del estadio de Washington en el que el DC United juega como local, además de en sus redes sociales.



El logo de Leidos aparecerá en la parte delantera de la camiseta.

"Es un honor extender nuestra asociación con Leidos", admitió Jason Levien, director general del club de la MLS, que en la última temporada ocupó la cuarta posición de la conferencia este. "Agradecemos a Roger Krone y a los 18.000 empleados de Leidos su continuo apoyo y la colaboración, y esperamos con interés trabajar juntos hacia el

éxito continuo , tanto dentro como fuera del campo, mientras nos dirigimos a nuestro nuevo hogar en Buzzard Point", añadió en referencia al nuevo estadio que están construyendo.

Roger Krone, presidente y consejero delegado de la compañía, ha avanzado que su intención ya no es sólo mejorar su imagen de marca en EEUU, sino que confía en que el impulso que se le quiere dar a la MLS también se acabe traduciendo en una mayor visibilidad internacional.

El club norteamericano es propiedad de Erick Thohir, a su vez máximo accionista del Inter de Milán y lo que ha propiciado que los dos clubes estén hermanados. A nivel de patrocinios, el DC United viste Adidas y entre las marcas con las que trabaja figuran Heineken, Mazda, la aerolínea Avianca y las cadenas de restauración Chipotle y Subway, entre otros.