

CLUBES

El Manchester United firma a los colchones Mlily como socio global

Palco23
31 oct 2016 - 14:30

Nuevo patrocinador global a la cada vez más extensa lista del Manchester United. El club ha anunciado un acuerdo para los próximos cinco años con el fabricante de colchones y almohadas Mlily, por el que la compañía será socio global en ambas categorías de producto. Los términos económicos no se han hecho públicos.

En virtud del acuerdo, la compañía china proveerá sus productos al Centro de Formación AON, con el objetivo de posicionar a la marca en el segmento e la recuperación deportiva. "La calidad del sueño y el descanso son clave para la preparación de un jugador", aseguran en un comunicado.

Mlily considera que esta alianza "fortalecerá la marca y mejorará aún más su reconocimiento", ya que el patrocinio incluye minutos en la U televisiva de Old Trafford durante los encuentros de la Premier League. "Una asociación global con nosotros sin duda ayudará Mlily a lograr sus ambiciones mundiales y lograr un producto de alta calidad", ha enfatizado Richard Arnold, director general de los *Red Devils*.

Se trata del primer contrato comercial que anuncia la entidad tras la presentación de los resultados económicos de 2015-2016. Ese ejercicio se cerró con un beneficio récord de 36,4 millones de libras (42,9 millones de euros). Ello, después de alcanzar los 515,3 millones de libras de facturación (608,4 millones de euros). De no ser por la devaluación de la libra por el efecto del *Brexit*, estos registros le habrían situado por encima de los 700 millones de euros.

El área comercial facturó un 36,3% más, hasta los 268,3 millones de libras, de los que 160,1 millones correspondieron a patrocinios (+3,4%). El negocio de *merchandising* alcanzó los 97,3 millones de libras gracias al nuevo contrato con Adidas, que ha supuesto recuperar la gestión de varios negocios, como el de licencias.

A diferencia de cómo trabaja, por ejemplo, el FC Barcelona, con tres niveles de patrocinio en el ámbito global, el United sólo trabaja con dos. Por encima de todos están Adidas, Chevrolet y AON, que generan el grueso del negocio de marketing, mientras que por debajo figuran una veintena de marcas más, a las que ahora se suma Mlily. Antes, ya habían firmado otras como TAG Heuer, New Era, 20th Century Fox, Abengoa

o Columbia.