

CLUBES

El City incorpora a Marathonbet como casa de apuestas a nivel global

El club británico ha firmado su primer patrocinio en esta categoría para todo el mundo, en el que se incluirá también al fútbol femenino y la activación incluirá la oferta de apuestas en el Etihad.

Palco23
14 jun 2018 - 09:43

El City ficha a Marathonbet como casa de apuestas

Las casas de apuestas continúan viendo en el fútbol una jugada segura. Marathonbet ha decidido profundizar en su estrategia de patrocinios y, desde 2018-2019, será el socio global del Manchester City para este sector. Los términos económicos no se han hecho públicos, y sobre la duración sólo precisan que será por “varios años”.

El contrato incluye tanto el equipo masculino como el femenino, y la activación incluirá la oferta de apuestas dentro del Etihad Stadium con quioscos dentro del recinto. En cuanto a contenidos, la marca tendrá visibilidad en vídeos *behind the scene* difundidos a través de plataformas digitales. También sorteará experiencias entre los usuarios.

Damian Willoughby, vicepresidente senior de asociaciones en City Football Group, ha señalado que “Marathonbet comparte nuestro compromiso de brindarles a los aficionados de todo el mundo la mejor experiencia de encuentro posible”. “Este anuncio es una muestra de nuestra intención como marca global y no podemos esperar a comenzar”, ha añadido Natalia Zavodnik, consejera delegada de Marathonbet.

El acuerdo ha sido firmado por el holding propietario tanto del City como una de mayoría significativa en el Girona FC, aunque su patrocinio no se extenderá al conjunto catalán. Se da la circunstancia de que Marathonbet estaba presente en LaLiga a través del Málaga CF, pero su descenso a Segunda División le ha dejado sin activos en Primera. De ahí que, según varios medios locales, el operador vaya a ser su socio principal tras un primer año en la élite sin publicidad en la camiseta.

La entidad dirigida por Ferran Soriano también quiere acelerar en la firma de proyectos globales, para lo que ha contratado los servicios de la agencia CAA Sports

. En 2016-2017, el Manchester City, que aporta el grueso del negocio, obtuvo un crecimiento del 21%, hasta 473,4 millones de libras (537 millones de euros), gracias a los avances a ritmo de doble dígito en los departamentos audiovisuales y de marketing.