

CLUBES

El Liverpool 'alimenta' sus patrocinios con la japonesa NH Foods

El club *red* ha llegado a un acuerdo con la compañía de procesamiento de comida, con la que pretende aumentar la presencia de su marca en el sudeste asiático.

Palco23
11 abr 2019 - 17:00

El club *red* ha llegado a un acuerdo con la compañía de procesamiento de comida, con la que pretende aumentar la presencia de su marca en el sudeste asiático.

El Liverpool *ficha* a un nuevo patrocinador. Los *reds* y NH Foods han alcanzado un acuerdo por el cual la marca japonesa de procesamiento de comida se convertirá en uno de los patrocinadores regionales del conjunto inglés. Los términos económicos del acuerdo no han sido desvelados.

El fabricante de comida se beneficiará del alcance que tiene el Liverpool a través del marketing digital y las redes sociales, así como llevando a cabo acciones promocionales incluyendo jugadores del primer equipo y leyendas *reds*. Su intención es darse a conocer en mercados como el sudeste asiático, al igual que el club de fútbol, que pretende aumentar su visibilidad en esa región.

A través del patrocinio, NH Foods se ha comprometido a ayudar al banco de alimentos del norte de Liverpool durante los próximos tres años a través del programa desarrollado por el club llamado *Red Neighbours*.

“El apoyo que NH Foods ofrecerá a nuestro programa *Red Neighbors* y los bancos de alimentos locales, en particular, es un gran ejemplo de nuestros valores compartidos. Esperamos tener una relación larga y exitosa con NH Foods y trabajar con ellos para hacer crecer su marca internacionalmente”, señalaba el director general y director comercial del club, Billy Hogan.

La compañía asiática de procesamiento de comida se une a marcas como AXA, Carlsberg, Malaysia Airlines, Levis, Joie, Konami, Mitel, Verbier, Chaokoh, NordVPN, Tigerwit, y Falken Tyres. El Liverpool cerró la temporada 2017-2018 con unas ganancias de 125 millones de libras (140 millones de euros), una cifra jamás alcanzada por ningún otro equipo de fútbol. La entidad casi cuadruplicó su resultado neto

respecto al año anterior, que cerró con un beneficio de 40 millones de libras (45,5 millones de euros).