

CLUBES

El Manchester City se refuerza en el mercado de invierno con el patrocinio global de una marca de electrodomésticos

La china Midea tendrá presencia en el Etihad Stadium en los partidos más importantes del club inglés y realizará diferentes activaciones junto a los jugadores.

Palco23
10 ene 2020 - 10:00



El Manchester City sale al mercado de invierno del patrocinio. El club inglés ha alcanzado un acuerdo con Midea, que se convertirá en espónsor global para lo que resta de temporada 2019-2020. Los términos económicos de esta alianza no se han desvelado, aunque en virtud de la misma la marca china de electrodomésticos tendrá presencia en el Etihad Stadium durante los partidos más importantes y realizará activaciones digitales junto a los jugadores.

Omar Berrada, director de operaciones del Manchester City, ha afirmado que “alinearnos con organizaciones que comparten nuestra filosofía y su acercamiento a la innovación es importante, especialmente a medida que entramos en la segunda mitad de la temporada”.

Para Brando Brandstaeter, director de marca y comunicaciones de la división de negocio internacional de Midea “el Manchester City nos ayudará a reforzar nuestro liderazgo en todo el mundo”. “El City nos ofrece acceso a una comunidad global de aficionados durante más de noventa minutos de juego”, ha añadido.

El Manchester City cerró la temporada 2018-2019 con una facturación de 535,17 millones de libras (626 millones de euros), que complementó con un importe muy similar de traspasos: 39 millones de libras (45,6 millones de euros). Su beneficio neto se mantuvo estable en 10,1 millones de libras (11,7 millones de euros).