

CLUBES

El United amplía su lista de patrocinadores con la hotelera Marriott

El club británico ha alcanzado un acuerdo global con la cadena turística, que incluirá experiencias en Old Trafford dentro de su programa de fidelización.

Palco23
20 feb 2019 - 16:45

El United amplía su lista de patrocinadores con la hotelera Marriott

El Manchester United ya tiene 25 patrocinadores globales. El club ha cerrado un acuerdo con la cadena de hoteles Marriott International, aunque no será una alianza al uso. Si bien los patrocinios siempre incluían ventajas de la marca en cuestión para los socios del club, ahora serán los clientes del programa de fidelización del grupo turístico los que accedan a servicios singulares. Los términos económicos del acuerdo y la duración del mismo no se han hecho públicos.

“Marriott International es el líder en su campo y nos complace asociarnos con ellos en el momento en que lanza su nuevo programa de viajes, Marriott Bonvoy”, ha celebrado el director general del club de fútbol, Richard Arnold. “Esta asociación de marketing permite a nuestros miembros acceder a experiencias VIP especiales en partidos mediante el uso de los puntos que han acumulado durante las estancias en nuestros hoteles”, ha avanzado Karin Timpone, directora de marketing internacional de la compañía.

Entre las experiencias que se incluirán en el programa estará la de *speaker* del partido, por el que podrán acompañar al animador de los encuentros en Old Trafford antes de ver el choque en las zonas de hospitalidad. También podrán saludar a los futbolistas a su llegada al recinto de la mano de un exjugador, o bien acompañar al utilero en la preparación de la equipación de los jugadores dentro del vestuario.

El Manchester United tiene 25 patrocinadores globales en diversos sectores económicos

Este tipo de activaciones son las que cada vez más buscan las marcas, que han visto en el United a uno de los equipos más dispuestos a innovar. El club anunció hace unos días un nuevo acuerdo con la marca de gafas de sol Maui Jim, si bien sus socios más importantes continúan siendo Adidas, Chevrolet, Kohler y AON, que ocupan los principales activos publicitarios de los *Red Devils*.

El club británico cerró el primer semestre de 2018-2019 con unos ingresos de 343,6 millones de libras (391,6 millones de euros), lo que representa una mejora interanual del 7%. Además, los números rojos han quedado atrás y el beneficio neto para el periodo fue de 33,4 millones de libras (38 millones de euros), según ha informado el club. Su proyección para todo el ejercicio es alcanzar 630 millones de libras (718 millones de euros).