

COMPETICIONES

La Bundesliga se alía con IMG para ganar mercado en India mediante proyectos locales

La competición alemana ha firmado un contrato a largo plazo con la agencia, que organizará partidos amistosos, visitas de leyendas, cursos de tecnificación y programas de intercambio deportivo y comercial.

Palco23
30 nov 2018 - 13:26

India se ha convertido en un territorio que las grandes ligas de fútbol quieren conquistar. LaLiga ha entrado con fuerza a través de Facebook, mientras que la Bundesliga ha optado por bajar al terreno mediante una alianza con IMG Reliance. El objetivo es organizar actividades a lo largo y ancho del país que aumenten el conocimiento del torneo entre los consumidores, pero que también sirvan para elevar el fútbol indio “en colaboración con múltiples partes interesadas”.

La agencia de marketing deportivo asegura que, en India, “los aficionados eligen a la Bundesliga como su segunda liga internacional de fútbol”, y el objetivo es consolidar esa opinión ayudando al desarrollo de las categorías inferiores “en múltiples estados con la visión de elevar el fútbol indio”. En paralelo, se organizarán partidos amistosos entre equipos de la máxima competición del fútbol germano, se organizarán visitas de leyendas y se promoverá el visionado de partidos en *fan zones* ubicadas en las principales ciudades.

Robert Klein, director general de Bundesliga International, argumenta que la elección de este mercado responde a que “los aficionados indios aprecian el fútbol puro y auténtico, por eso se conectan realmente con nuestra liga”. “Estamos sumamente interesados en crear más oportunidades para que los futbolistas indios sobresalgan en el escenario internacional”, ha añadido, sobre la doble vertiente de este proyecto.

Srinivaasan Gopalkrishnan, de IMG Reliance, considera que “es una oportunidad emocionante para nosotros trabajar con una liga de fútbol que tiene una visión a largo plazo de lo que quiere lograr y tiene la fuerza de convicción para respaldar este deseo con las inversiones necesarias”. La agencia, participada por WME|IMG y Reliance Industries, es una de las más importantes del país y ya trabaja con el críquet, que es el

| deporte más practicado en India.