

COMPETICIONES

La MLS abre la puerta al patrocinio de las mangas de la camiseta

El comisionado ha aceptado implantar este soporte publicitario en el lado derecho a partir del 2020, reemplazando al logo de la competición.

Palco23
25 oct 2018 - 11:19

La MLS abre la puerta al patrocinio de las mangas de la camiseta

La MLS ha empezado a abrirse paso entre las grandes ligas estadounidenses, y las franquicias quieren aprovecharlo. El comisionado de la competición de **soccer** ha decidido autorizar la explotación publicitaria de la manga derecha de la camiseta a partir de 2020. Hasta ahora, este espacio estaba ocupado por el logo del torneo, que pasará a ser visible en la izquierda.

“Es una señal de los tiempos”, señala la dirección en un comunicado, sobre un proyecto cuyo impacto económico no se ha desvelado. De momento, este activo solo podrá ser comercializado por “los equipos que tienen patrocinadores principales en la parte delantera de las camisetas” y durante un periodo máximo de cuatro años. “Es un programa piloto”, añade.

“El parche en la manga es una oportunidad excelente para que las marcas se conecten con nuestra Liga y nuestros clubes de manera mutuamente beneficiosa”, ha valorado Gary Stevenson, presidente y director general de MLS Business Ventures. “La visibilidad en la manga será sustancial”, ha añadido sobre la tendencia alcista en la asistencia a los estadios y el consumo de los partidos en televisión, tanto en Estados Unidos como en Canadá.

El creciente atractivo de la MLS ya se ha visto reflejado en la renovación de algunos contratos. Adidas renovó el pasado verano hasta 2024 su patrocinio como proveedor técnico, a cambio de pagar cinco veces más, hasta 117 millones de dólares al año por vestir a todas las franquicias y encargarse del balón. En su lista de socios figuran 23 marcas, entre ellas multinacionales como Heineken, Etihad Airways, Audi, Coca-Cola, EA Sports o Tag Heuer.

La negociación de estos acuerdos colectivos la lidera Soccer United Marketing (SUM), su brazo comercial, y que desde junio de 2017 controla al 100% tras recomprar el 25% que en 2012 vendió al fondo Providence. Los ingresos de un equipo de la MLS oscilan entre 25 millones y 60 millones de dólares al año, a la espera de un nuevo contrato de TV a partir de 2022.