

COMPETICIONES

La NFL amplía su alianza con Nike y Fanatics para impulsar las ventas de productos a escala global

La compañía presidida por Mark Parker se mantendrá como socio exclusivo para las equipaciones que lucen jugadores y personal de los equipos, mientras que Fanatics fabricará todos los artículos que se vendan en las tiendas.

Palco23
6 nov 2019 - 12:15



La NFL confía a Nike y Fanatics su negocio de *licensing* en todo el mundo. La liga estadounidense de fútbol americano ha ampliado su alianza a tres bandas con ambos gigantes de la distribución de artículos deportivos a largo plazo, aunque no se ha precisado la duración exacta. Los términos económicos del acuerdo tampoco se han desvelado, pero por primera vez Nike y Fanatics podrán vender productos de la NFL a escala global.

Con esta nueva alianza, Nike y Fanatics se repartirán el negocio de productos licenciados. El primero se centrará de forma exclusiva en diseñar las equipaciones de las franquicias y sus cuerpos técnicos, mientras que el segundo asumirá la fabricación

de los artículos que se ponen a la venta para los aficionados.

El objetivo del acuerdo es exprimir la expansión global de Fanatics, que ya cuenta con oficinas y centros logísticos en China, Japón, Alemania, Reino Unido, Corea, Estados Unidos, Canadá, India y Hong Kong. La compañía no sólo se encarga de gestionar el negocio físico del retail de la NFL, sino también su ecommerce en algunos mercados internacionales.

“Nuestra creciente masa de aficionados en ciudades como Londres y Shanghái tendrán el mismo acceso a nuestros productos que sus homólogos en Estados Unidos”, ha asegurado Damani Leech, director de operaciones de la NFL.

“Este innovador patrocinio con la NFL y Nike está basado en la premisa de que las tres organizaciones se comprometan a proveer a los aficionados de sus productos generando la mejor experiencia de compra posible”, ha afirmado Steve Davis, presidente de Fanatics Internacional.