

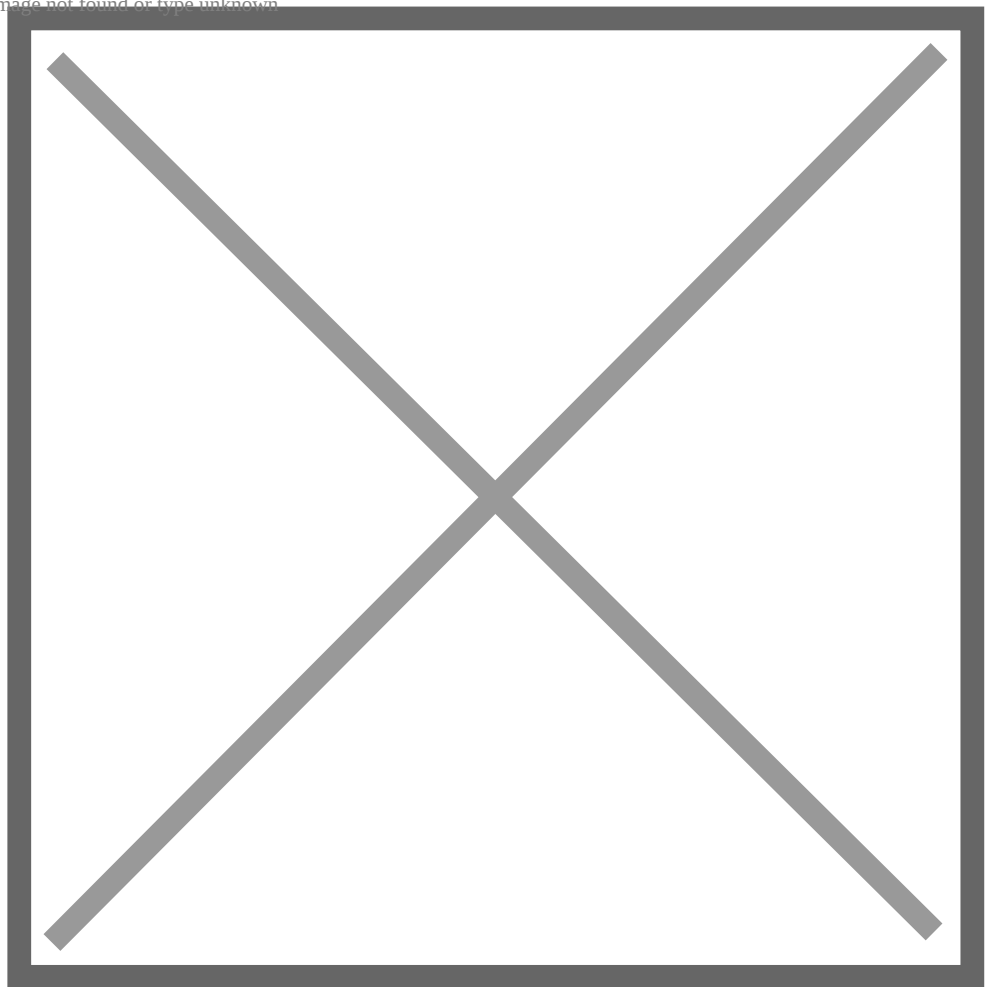
COMPETICIONES

La NFL busca mercado en Europa de la mano de Bruin Sports Capital y WPP

La liga norteamericana de fútbol busca incrementar las ventas de su plataforma OTT *Game Pass* atrayendo al público europeo al que aún no ha conseguido conquistar.

Palco23
19 jun 2017 - 19:25

Image not found or type unknown



La NFL es el deporte rey en Estados Unidos, y ahora quiere anotar su particular *touchdown* en Europa. La liga de fútbol americana ha suscrito un contrato de colaboración con el gigante del márketing deportivo, Bruin Sports Capital, y la agencia de publicidad WPP, que sumarán fuerzas para impulsar la expansión del servicio OTT de la NFL por toda Europa.

Este acuerdo, que forma parte de la estrategia de crecimiento global de la liga, establece la creación de una oficina en Londres, desde donde Bruin y WPP trabajarán de manera conjunta para que la NFL gane audiencia en el Viejo Continente.

En paralelo a este anuncio, la tecnológica controlada por Bruin, Deltatre, ha anunciado que llevará el NFL Game Pass a 61 regiones, entre las que se encuentran varios países europeos. Además, la agencia de marketing Two Circles se encargará de aumentar la base de suscriptores de esta plataforma en este continente.

El vicepresidente ejecutivo internacional de la NFL, Mark Waller, ha declarado que “a medida que la competición sigue priorizando el *Game Pass*, hemos llegado a acuerdos con expertos para desbloquear nuestro potencial en Europa. Bruin y WPP tienen un historial probado y creemos que son las mejores empresas para ayudar a llevar esta plataforma al siguiente nivel, tanto tecnológico, como operativo, como en número de usuarios”.

Por su parte, el director ejecutivo de Bruin Sport Capital, George Pyne, ha dicho que “el contenido deportivo va alcanzar su punto álgido de valor, especialmente en un momento en que los aficionados están consumiendo tanto por Internet”.

Martin Sorrel, consejero delegado de WPP, ha añadido que están “seguros de que el *Game Pass* crecerá hasta convertirse en uno de los activos más importantes de la NFL. Alcanzará altos niveles de audiencia en Europa con la ayuda de nuestros medios de comunicación y nuestro know-how tecnológico”.