

COMPETICIONES

LaLiga suma ingresos en Japón con el patrocinio del banco de Sony

La competición ha sellado un acuerdo regional para los próximos meses con SonyBank, que se suma a la agencia de viajes HIS.

Palco23
10 dic 2019 - 13:00



LaLiga suma nuevos ingresos por el área internacional. La competición ha firmado un acuerdo de patrocinio con SonyBank, por el que la financiera del grupo de electrónica de consumo podrá usar la imagen del torneo. Se desconoce la duración y los términos económicos de esta alianza.

“Estamos empezando a recoger los frutos en forma no solo de patrocinios, sino también a nivel de crecimiento en redes sociales y de espectadores; por primera vez, somos la primera liga en Japón a nivel de espectadores de televisión”, ha recordado Iván Codina, responsable en Sudeste Asiático, Japón, Corea del Sur y Australia.

Esta visibilidad tiene mucho que ver con el trabajo sobre el terreno, pero también por la coincidencia de varios futbolistas nipones en España y viceversa: de Takefuso Kubo en el RCD Mallorca y Takashi Inui en la SD Eibar, a David Villa o Andrés Iniesta en el Vissel Kobe.

“Todo eso hace que poco a poco estemos consiguiendo desarrollar el crecimiento de marca y el número de patrocinadores que estamos firmando en este mercado”, ha apuntado el ejecutivo. Meses atrás, de hecho, ya se firmó la entrada de la agencia de viajes HIS como socio regional en Japón.

En total, LaLiga podría alcanzar los 100 millones de euros en ingresos por patrocinios y licencias en 2019-2020, frente a los 77,78 millones que se obtuvieron en la última temporada. Un fuerte crecimiento esperado gracias a la llegada de nuevas marcas, que precisamente son las que están dispuestas a asumir esa partida adicional para que la asociación les genere el retorno previsto.

Además, este año se alcanzarán los 250 millones de euros en inversiones para activación por parte de estos socios. Es decir, que prácticamente invertirán en publicidad tres euros por cada euro que pagan a la competición, con un papel destacado para Budweiser, Unilever, LiveScore o Toyota.