

## COMPETICIONES

# La NFL busca anotar un 'touchdown' en Europa y Asia de la mano de IMG

Palco23  
5 abr 2017 - 10:04

El fútbol americano quiere dejar de estar vinculado exclusivamente al mercado estadounidense para expandirse por todo el mundo. La NFL ha elevado su acuerdo con IMG para que la multinacional de marketing negocie la concesión de licencias de artículos en los mercados europeos, donde juega periódicamente en Londres, y asiáticos.

Mediante este acuerdo, la agencia, que tiene la comercialización exclusiva de los derechos audiovisuales de la competición de fútbol americano hasta 2020, se encargará también de lanzar la marca NFL mediante al búsqueda de canales de distribución que vendan desde *merchandising* hasta artículos de decoración del hogar, pasando por alimentos y bebidas.

Este movimiento responde al hecho de que la liga cada vez está llamando más la atención de los aficionados de fuera de Estados Unidos y, siguiendo el ejemplo de la NBA, el torneo aspira a acercarse a su público internacional. En este sentido, Akash Jain, vicepresidente de desarrollo comercial internacional en la NFL, ha comentado que "nos asociamos con IMG para hacer crecer nuestra presencia de marca a nivel internacional a través de nuevas iniciativas de productos. Esperamos poder ofrecer a los aficionados una cartera de productos de consumo amplio, mejorando aún más nuestra relación con nuestra creciente base de *fans*".

Por su parte, Bruno Maglione, presidente de la división de licencias globales de IMG, ha comentado que "el fútbol es el deporte más distintivo y único de América. Su atractivo internacional está creciendo rápidamente, tanto como una competición deportiva, así como a un nivel más visceral que trasciende el deporte. Los aficionados ya están allí, y ahora es el momento de ampliar el alcance y la accesibilidad de la oferta de productos de consumo de la NFL".