

FedEx continuará como 'sponsor' oficial de la Europa League

La compañía de logística ha renovado hasta 2021 su acuerdo con la Uefa, para seguir patrocinando la segunda competición de clubes.

Ignacio Viruega
13 sep 2018 - 11:30

FedEx extiende su acuerdo con la Uefa. La compañía norteamericana ha ampliado su patrocinio hasta 2021 con la Europa League. La relación con la competición se inició en 2015 y está centrada en la creación de experiencias únicas para los aficionados. No se han informado de los términos económicos del contrato.

Para la empresa, la extensión de esta alianza amplía su exposición como marca y aumenta su compromiso sus clientes y empleados en Europa. Desde que ambas organizaciones trabajan juntas, han creado diferentes activaciones dirigidas al aficionado como el FedEx Performance Zone en la web de la Uefa. Esta herramienta ofrece información y datos sobre los jugadores de la competición, experiencias para niños los días de partido y han creado campos de fútbol en todo el mundo a través de sus fundaciones. El nuevo acuerdo tiene como objetivo desarrollar aún más estas iniciativas.

Brenda McWilliams Piatek, vicepresidenta de marketing en FedEx, ha comentado que "el fútbol demuestra una impresionante capacidad para unir a las personas, con diferentes experiencias de vida y procedentes de diversos orígenes, países y culturas, y encontrando un terreno común a través del deporte. Al continuar patrocinando y expandiendo su apoyo al fútbol, FedEx está demostrando su creencia en el deporte como una plataforma para crear nuevas posibilidades".

Este acuerdo de patrocinio convierte a la compañía en la sexta marca en renovar por los próximos tres años con la Europa League. Anteriormente ya lo habían hecho Amstel, Hankook, Kia Motors, Enterprise Rent-A-Car y Molten. Cabe recordar que, para la próxima edición, la Uefa ha renovado el concepto e imagen de la competición con el objetivo de hacerla más atractiva comercialmente.