

La empresa de 'trading' GKFX, nuevo patrocinador del AC Milan

Palco23
29 jul 2015 - 17:23

Las plataformas de compraventa de valores y activos financieros se han convertido en uno de los últimos sectores en apostar por el fútbol. En los últimos meses se han firmado distintos acuerdos de este tipo en las principales ligas europeas, y el AC Milan acaba de apuntarse a esta moda. El conjunto italiano ha firmado un acuerdo de patrocinio con GKFX, por el que esta empresa de *trading* será patrocinador oficial durante los próximos años. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido.

El acuerdo, que ha sido intermediado por Infront Sports & Media como socio de marketing del AC Milan, permitirá a GKFX estar presente en los canales digitales del club (redes sociales y página web), así como tener presencia regular en el estadio de San Siro, con publicidad en el perímetro LED del terreno de juego y espacio propio de *hospitality*.

"Nuestro objetivo siempre ha sido la de asociarse con empresas que están compitiendo constantemente al más alto nivel y esperamos una relación mutuamente beneficiosa. Es un placer dar la bienvenida a un nuevo miembro de la gran familia del Milán", ha comentado Barbara Berlusconi, consejera delegada del club. Su director comercial, Jaap de Kalma, ha añadido que "atraer el interés de las empresas que operan a nivel internacional y en sectores que tradicionalmente no están vinculados al fútbol muestra que nuestra marca es fuerte".

El consejero delegado de GKFX, Serkan Arli, ha indicado que "nuestra asociación destaca claramente las sinergias entre el fútbol, el comercio de divisas y la inversión, donde la preparación y la precisión son las claves para ganar a largo plazo". La compañía, nacida en 2010 en Reino Unido y que se estrena por primera vez en patrocinios deportivos, ha asegurado que empezará muy pronto a rentabilizar esta asociación comercial con "una serie de iniciativas clave en los próximos meses" para conectar con los aficionados del club.

El área comercial del AC Milan es la segunda más importante con 102,1 millones, sólo superada por los derechos de televisión (122,7 millones de euros), según el último informe *Deloitte Football Money League*. Adidas y Fly Emirates son los dos patrocinadores más importantes del club, mientras que GKFX estará en una cuarta

PALCO23

categoría junto a marcas como Fujitsu, Ricoh, Aon o Gatorade. Por encima están las categorías *top* (Audi, Nivea Men, TIM y Banca Popolare di Milano) y *premium* (Frecciarossa, Huawei, Toyo Tyres y Kimbo).