

La Europa League vuelve a cambiar de patrocinador: UPS da paso al grupo de logística FedEx

Palco23

15 may 2015 - 17:21

FedEx entra con fuerza en el patrocinio futbolística. La empresa de logística, hasta ahora focalizada en la industria del tenis, ha firmado un acuerdo con la Uefa para convertirse en el principal patrocinador de la Europa League a partir de la próxima temporada. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque sí su vigencia: tres campañas.

El organismo presidido por Michel Platini defiende que, si bien no es su principal torneo, la Europa League es a la que más equipos y países implica: 192 clubes de 54 ligas diferentes. "Proporcionará a FedEx una oportunidad única de visibilidad para su marca en todo el mundo", asegura.

Sin embargo, lo cierto es que el torneo no ha logrado fidelizar jamás a su patrocinador principal. Seat fue la primera marca en apostar por la competición cuando dejó de llamarse Copa de la Uefa a partir de la temporada 2009-2010, pero la automovilística española decidió no renovar cuando se cumplió el ciclo de tres campañas. Entonces le relevó la empresa de servicios financieros UPS, que tampoco habría optado por la renovación.

La llegada de FedEx se produce en la primera temporada en la que la Uefa centralizará la comercialización de los activos publicitarios en la Europa League: desde las vallas publicitarias de los estadios durante la fase de grupos, a la instalación de pantallas LED en el perímetro del terreno de juego a partir de los dieciseisavos de final. Tras el anuncio del patrocinador principal, el organismo confía en anunciar pronto a otros socios oficiales; Adidas seguirá como proveedor oficial.

Más allá de entradas, visibilidad durante los partidos y oportunidades de *hospitality*, el acuerdo permitirá a FedEx realizar acciones de promoción a través de Internet y las redes sociales, así como utilizar la marca de la Europa League y el símbolo del trofeo en sus propias comunicaciones.