

Nissan sitúa a Toure como embajador tras su alianza con el Manchester City

Palco 23
14 oct 2014 - 07:14

Nissan estrecha aún más sus lazos con el Manchester City. Después de convertirse en patrocinador global del club por 25 millones anuales durante cinco temporadas, el fabricante de automóviles ha escogido a Toure Yaya como su embajador para los anuncios de la Champions League.

La compañía nipona ha realizado una fuerte apuesta por el patrocinio a través del fútbol, que de hecho incluye su acuerdo para ser el coche oficial de la Champions League en sustitución de Ford. Mediante este acuerdo, Nissan tendrá una posición de relevancia en las vallas publicitarias de los estadios que acogen la competición europea y en los anuncios que realice, a cambio de un pago anual que supera ligeramente los 50 millones de euros.

Los lazos entre Nissan y el Manchester City son mucho más estrechos, ya que el equipo de la Premier League tomó hace unos meses el 20% del Yokohama Marinos, club de la liga japonesa que está controlado mayoritariamente por el fabricante automovilístico. Esta operación se enmarca en el ambicioso plan de crecimiento internacional trazado por Ferran Soriano, director ejecutivo del City, por el que se ha lanzado una franquicia en la Major League Soccer (MLS) de EEUU y el Melbourne en Australia.

Estos proyectos, que han exigido una inversión de decena de millones de euros, permitirán al Manchester City maximizar sus ingresos por patrocinios. Sin ir más lejos, Etihad, que es el *sponsor* principal del equipo, también lo será de sus franquicias en EEUU y Australia, lo que se traduce en más ingresos a cambio de una mayor visibilidad y en distintos continentes.

|