

Il colosso degli integratori alimentari è main sponsor del nuovo team di Beckham

Herbalife conquista il Galaxy

Sfumata l'ipotesi Citibank. Accordo da 25 milioni

Pagina a cura
DI MARCEL VULPIS

Sarà Herbalife, multinazionale di integratori alimentari, ad apparire con il proprio marchio sulle divise dei Los Angeles Galaxy, prossima casa della stella David Beckham (un ingaggio globale del valore di 200 milioni di euro spalmato nei prossimi cinque anni).

L'azienda americana ha raggiunto con Aeg (società proprietaria dei Galaxy) l'accordo per il prossimo quinquennio. Un budget in jersey sponsorship pari a 25 milioni di euro (5 milioni a stagione), cui, secondo *Usa Today*, si aggiungerà un contratto pubblicitario per lo sfruttamento dell'immagine dello Spice boy.

Dopo il Real Salt Lake, che porta sulle maglie il logo di Xango (prodotti dietetici), per 3 milioni di euro annui, ora è il club californiano a cucire sulle divise il logo del main sponsor (a partire dal prossimo 8 aprile, data di partenza della nuova stagione).

Adidas, che nei mesi precedenti era stata indicata come potenziale main sponsor dei Galaxy, continuerà, invece, nel suo



La maglia del Galaxy con il logo di Herbalife

ruolo di partner tecnico della squadra. Sfuma definitivamente anche l'ipotesi Citibank, in pole position fino all'ultimo, per la maglia del club di Los Angeles, per una cifra perfino superiore ad Herbalife (33 milioni di euro nell'arco di cinque anni). Quest'ultima, però, ha sviluppato rapporti di co-partnership con Aeg dal 2005. La firma della maglia fa parte, quindi, di un processo di crescita nella collaborazione con la proprietà dei Galaxy.

Secondo la stampa sportiva americana la sponsorizzazione

di Herbalife è una pietra miliare per il futuro della Major league soccer (Mls), la massima serie del soccer a stelle e strisce. Il debutto di Beckham negli States non avrà effetti positivi solo sugli abbonamenti o sugli accordi commerciali della franchigia californiana, ma sull'intera Lega. Sta infatti crescendo l'interesse del network tv per i diritti delle partite dei campionati a marchio Mls.

«I contratti plurimilionari siglati di recente con Abc, Espn, Hd Net e Univision sono il sogno del forte sviluppo del football in

America», ha spiegato Timothy J. Leiweke, presidente Aeg, «la costruzione di nuovi stadi specifici per il calcio, il successo in termini di popolarità della Nazionale Usa ai Mondiali di Germania e il debutto dell'icona Beckham nel nostro campionato sono i punti chiave del nuovo corso del soccer in America».

L'ingresso di Herbalife a supporto dei L.A. Galaxy è collegato a filo doppio alle opportunità televisive al di fuori del continente nord-americano. «La cessione dei diritti tv della Mls 2007 in America latina, Asia ed Europa», sottolinea Greg Probert, a.d. Herbalife, «è un'opportunità irripetibile per sostenere, sotto il profilo della comunicazione, i nostri distributori indipendenti (circa 1,5 milioni di risorse, nda) presenti in 64 nazioni...».

Saremo visibili con il nome e il marchio sulle maglie dei Galaxy e su tutti i prodotti di merchandising, oltre alla collaborazione come presenting sponsor nei match internazionali del club californiano, negli eventi di grassroots e nelle iniziative studiate per la fan-base». (riproduzione riservata)