

Magazine Luiza e Netshoes patrocinam as transmissões da UEFA Champions League e da NFL

- *Pela primeira vez desde a aquisição da Netshoes, empresas investem em campanhas de patrocínio*
- *Facebook transmitirá os jogos da Champions League. ESPN tem a exclusividade de transmissão do campeonato de futebol americano, a NFL*

São Paulo, 14 de outubro de 2019 -- Magazine Luiza e Netshoes anunciam o patrocínio de dois dos maiores importantes campeonatos esportivos do mundo: a UEFA Champions League, que reúne as principais equipes de futebol da Europa, e o campeonato de futebol americano da NFL, a principal liga desse esporte. No último campeonato, encerrado em maio deste ano, a final da Champions League conquistou uma audiência global de 318 milhões de pessoas. E 112 milhões de pessoas viram o último Super Bowl, jogo decisivo da NFL, disputado por New England Patriots e Los Angeles Rams.

Magalu e Netshoes patrocinam a transmissão de 60 jogos da Champions feita pelo Facebook. Desse total, 40 partidas serão transmitidas exclusivamente pela rede social. A Netshoes, líder no e-commerce de artigos esportivos e calçados, é a marca exposta na campanha de patrocínio. No caso da NFL, a transmissão em canal de TV será feita com exclusividade no Brasil pela ESPN, com patrocínio do Magalu. “Com a aquisição da Netshoes, passamos a liderar o mercado digital de artigos esportivos”, diz Rafael Montalvão, diretor de marketing e-commerce do Magazine Luiza. “Faz todo sentido, portanto, voltarmos a patrocinar, com força, grandes eventos esportivos. Na NFL, por exemplo, teremos uma oportunidade para atingir um novo público, mostrando o sortimento do nosso superapp” O Magalu foi um dos principais patrocinadores da transmissão dos jogos da Copa do Mundo do Brasil e do Campeonato Brasileiro de 2015.

É a primeira vez que as duas empresas fazem um investimento coordenado de patrocínio desde a aquisição da Netshoes, em junho deste ano. A Netshoes sempre foi reconhecida por sua expertise no marketing esportivo. Nos últimos anos, a empresa patrocinou iniciativas como a Liga Nacional de Basquete, campeonatos de skate e de e-sports, além de times de futebol como o Botafogo, o Santos, a Chapecoense, o Santo André e o argentino River Plate. “Temos uma série de parceiros no mundo dos esportes”, diz Florence Scappini, diretora de marketing da Netshoes. “Essas parcerias foram decisivas para que nossa marca fosse tão conhecida e admirada no mercado.”

A temporada da NFL, na ESPN, vai de setembro deste ano a fevereiro de 2020 e os jogos da UEFA Champions League, no Facebook, de setembro a maio do próximo ano.