

GOLF

Williams Humbert lleva invertido este año 300.000 euros en torneos

LA VOZ JEREZ

Williams Humbert lleva varios años desarrollando una decisiva política de apoyo al golf con la organización de competiciones y el copatrocinio de reconocidos circuitos nacionales.

En este sentido, el 2007 destaca especialmente porque entre julio y octubre se celebró el I Circuito de Golf Williams & Humbert. Cinco torneos jugados en prestigiosos clubes de las provincias de Cádiz, Málaga y Sevilla con gran éxito de convocatoria.

Además, la empresa jerezana ha renovado la colaboración que comenzase en 2006 con el Circuito Halcón Viajes, conformado por veinte campeonatos por todo el territorio nacional y que disputaron en su última edición alrededor de 4.600 jugadores.

En total Williams Humbert ha invertido este año 300.000 euros en potenciar sus marcas a través del golf. En cada torneo, además de entregar los premios, ha llevado a cabo degustaciones de sus productos más emblemáticos.



- > Noticias
- > Historia
- > Foros
- > Miembros
- > Patrocinios

Hat Trick Eventos SL

Gestión del Ocio y el Deporte ¡Deporte, Tecnología y Empresa!
www.hat-trick.es

Anuncios Google

NOTICIAS



30/11/2007

Williams & Humbert promociona sus marcas a través del golf

(Fuente: Isabel Sierra Ureña) **Williams & Humbert** lleva varios años desarrollando una decisiva política de apoyo al golf con la organización de competiciones y el copatrocinio de reconocidos circuitos nacionales.

En este sentido, el 2007 destaca especialmente porque entre julio y octubre se celebró el **'I Circuito de Golf Williams & Humbert'**. Cinco torneos jugados en prestigiosos clubes de las provincias de Cádiz, Málaga y Sevilla con gran éxito de convocatoria (más de doscientos participantes en cada prueba) y donde aparte de los numerosos premios y degustaciones de productos de la compañía, los ganadores recibieron un crucero por el río Guadalquivir con la posibilidad de jugar en algunos de los mejores campos de golf de Andalucía.

Además, la empresa jerezana ha renovado la colaboración que comenzase en 2006 con el 'Circuito Halcón Viajes', conformado por veinte campeonatos por toda España y que disputaron en su última edición alrededor de 4.600 jugadores. También ha consolidado su relación con el 'Circuito Premium' de Gambito Golf, copatrocinando los cuarenta torneos llevados a cabo en varias comunidades autónomas con una participación total de 12.400 jugadores, y ha apoyado la primera edición del 'Circuito Meliá', de Meliá Hotels & Resorts.

En total Williams & Humbert ha invertido este año 300.000 euros en potenciar sus marcas a través del golf. En cada torneo, además de entregar los premios especiales, ha llevado a cabo degustaciones de sus productos más emblemáticos como los quesos e ibéricos Medina del Encinar, Crema de Alba, ron Dos Maderas o brandy Gran Duque de Alba, además de formar parte del catering de las entregas de trofeos y del avituallamiento en competición.

Según la compañía, 18.600 jugadores de golf han sido partícipes de estas premiaciones y degustaciones ofrecidas por Williams & Humbert. Un balance altamente positivo porque "los patrocinios deportivos se integran mejor en la vida del ciudadano y permiten establecer lazos afectivos con los segmentos de público deseados", comenta Eduardo Medina, director de marketing nacional, que también apunta que "son, además una forma de transmitir los valores de la compañía, una manera de proyectar una imagen de marca innovadora y moderna".