



La 1ª y única marca de café que se une al fútbol femenino
que ha revolucionado el *streaming*

NESCAFÉ Dolce Gusto ya juega en la Queens League Oysho



NESCAFÉ Dolce Gusto ha entrado en la Queens League *Oysho*, la liga de fútbol más viral y que, al igual que la Kings League *InfoJobs*, cuenta con la participación de 12 equipos presididos por exfutbolistas, *streamers*, *youtubers* y creadores de contenido. La marca se une así a la nueva manera de entender el fútbol patrocinando la liga de las reinas y colaborando con 1K FC, el equipo de Iker Casillas y la creadora de contenido Mayichi.

A través de este patrocinio, la marca de café aparecerá en el campo de juego durante los partidos, en el *photocall*, los pre-entrenos y en las retransmisiones en directo que hará Mayichi, la presidenta del 1K FC, y SaNkHS, una de las pioneras de los esports y el fútbol virtual, que dispondrá de un *Coffee Shop En Casa*.

"Desde NESCAFÉ Dolce Gusto estamos constantemente innovando. Lo hacemos a través de nuestras más de 40 variedades de café, pero también con iniciativas como esta. Somos la primera y la única marca de café que se ha unido a esta nueva manera de disfrutar del deporte. Estamos convencidos de que, apoyando a la competición sobre el terreno de juego y con nuestro #CoffeeShopEnCasa de SaNkHS, seguiremos creciendo y acercándonos a nuestros consumidores más jóvenes con la mejor combinación: café, deporte y diversión", explica Berta Cruz, Business Manager de NESCAFÉ Dolce Gusto España.



Imagen del *Coffee Shop* de Nescafé Dolce Gusto en casa de SaNkHS.

NESCAFÉ Dolce Gusto, que apoyará la competición durante toda la temporada, también se hará eco de los contenidos más relevantes de la competición en sus redes y canales propios.