

El encuentro se disputará el domingo 8 de noviembre, con los Atlanta Falcons y Cincinnati Bengals como equipos protagonistas

La Comunidad de Madrid patrocina el segundo partido oficial en España de la NFL

- Este evento internacional, que se celebrará de nuevo en el Bernabéu, reforzará la proyección de la región como sede de grandes acontecimientos deportivos de alcance mundial
- El partido de NFL celebrado el año pasado tuvo una asistencia de 78.610 espectadores y se retransmitió en directo a más de 150 países y territorios

13 de mayo de 2026.- El Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid ha aprobado hoy una inversión de 1,5 millones de euros para el patrocinio del 2026 NFL Madrid Game, el segundo partido oficial en España de la National Football League. Este evento internacional reforzará la proyección de la región como sede de grandes acontecimientos deportivos y de entretenimiento de alcance mundial.

El encuentro se disputará el domingo 8 de noviembre en el Bernabéu, con los Atlanta Falcons y Cincinnati Bengals como equipos protagonistas. La cita corresponde a la semana 9 de la temporada regular de la NFL, siendo uno de los nueve partidos internacionales que se disputarán a lo largo de la misma: Melbourne (Australia), Río de Janeiro (Brasil), Londres (Reino Unido), París (Francia), Madrid (España), Múnich (Alemania) y Ciudad de México (México).

Este partido forma parte de un acuerdo entre el Gobierno regional y la NFL, que contempla un tercer encuentro en 2027, estableciendo a Madrid como base exclusiva de esta competición en España en ese periodo. En virtud de este patrocinio, la región proyectará internacionalmente su amplia oferta cultural y de ocio, reforzando su posicionamiento como sede de grandes eventos deportivos y consolidándose como un destino turístico de referencia.

Con 11 millones de seguidores en España, la NFL congregó el pasado 16 de noviembre de 2025 en el Bernabéu a 78.610 espectadores, cerca de la mitad procedentes del extranjero, con Estados Unidos entre los principales emisores. Además, el partido se retransmitió en directo en más de 150 países y territorios, con 6,4 millones de espectadores en Estados Unidos de media vía TV y digital.

En 2025, según datos del INE, más de 1,1 millones de turistas estadounidenses visitaron la región, con una cifra de gasto de 3.322 millones de euros, un 26,1% más que el año anterior y con el mayor gasto medio por turista, 2.810 euros. La

marca NFL Madrid Game tuvo más de 50.000 menciones en medios y en redes sociales un alcance de 400 millones incluyendo post de colaboraciones.

ATLANTA FALCONS Y CINCINNATI BENGALS

Estados Unidos es el primer mercado turístico para la región, tanto por número de llegadas como por gasto generado. Por su parte, Atlanta está entre las diez ciudades estadounidenses con mayor volumen de tráfico aéreo con Madrid, con más de 90.000 viajeros anuales. La conexión entre ambas se reforzará también con la celebración en la capital del estado de Georgia (EE.UU.) de los dos primeros partidos de la Selección Española de Fútbol en el Mundial 2026.

Cincinnati es actualmente una de las ciudades estadounidenses con mayor crecimiento y transformación urbana, económica y cultural. Por su parte, los Bengals son una de las franquicias más modernas, dinámicas y reconocidas internacionalmente de la NFL.