

## CLUBES

# Orange mantiene su apuesta por el fútbol y renueva al PSG

Albert Malla  
4 nov 2015 - 12:37

La vinculación entre Orange y el París Saint-Germain puede llegar a ser histórica por su duración. El grupo de comunicación acaba de renovar su acuerdo con el conjunto parisino por el que la asociación, que se remonta a 1999, se mantendrá hasta 2018. Los detalles económicos del contrato no han trascendido.

En virtud del acuerdo, la compañía francesa ofrecerá distintos servicios para los aficionados del PSG. Uno de ellos es la página web The 12th Man, donde Orange comparte con los seguidores momentos "únicos e inolvidables" fuera del terreno de juego. En redes sociales, la página tiene 619.000 seguidores en Facebook, 89.000 en Twitter y cerca de 16.000 en Instagram.

Esta renovación se produce en paralelo al lanzamiento de una *app* de la Ligue-1, Primera División de fútbol en Francia. Esta aplicación, disponible para Apple y Android, permite ver el 100% de los partidos de la competición francesa en el *smartphone* o *tablet*. Además, este servicio también ofrece estadísticas de cada partido, los perfiles de los jugadores, poder ver las mejores acciones de cada encuentro o compartir y comentar todas las noticias en redes sociales, como Facebook y Twitter, entre otras posibilidades.



La directora ejecutiva de Orange, Fabienne Dulac, y el director

ejecutivo y de marketing del PSG, Jean-Claude Blanc.

"El fútbol es uno de los ejes principales de las iniciativas de patrocinio de Orange. Es un deporte popular que une a las personas: el espíritu de equipo, el intercambio, la realización personal y la solidaridad son los valores que nos definen", asegura la directora ejecutiva de la compañía, Fabienne Dulac.

Por su parte, el director ejecutivo y de marketing del PSG, Jean-Claude Blanc, comenta que "Orange y el PSG comparten una pasión por el fútbol". "La relación de confianza que hemos construido juntos durante los últimos tres años es esencial si queremos alcanzar nuestros objetivos", añade.

El PSG, un club a la última moda

En las últimas semanas el club francés ha ido cerrando otros contratos comerciales. Se trata de un acuerdo de colaboración con la marca Levi's, que en invierno de 2015 y primavera y verano de 2016 lanzarán una nueva colección, y con Hugo Boss, cuyos trajes se llevarán en todos los partidos de la Ligue-1 y de la Champions League.

Hasta ahora, Qatar se había convertido en la principal fuente de financiación de la entidad, de la que es propietaria y también principal patrocinador. Junto a Fly Emirates y Nike, en la categoría de *top sponsors* también figuran la compañía catari de telecomunicaciones Ooredoo y la entidad Qatar National Bank. Todas estas marcas aparecen en la camiseta oficial.

Además, la presencia del emirato también se extiende en la categoría de grandes socios, con la academia deportiva Aspire y el centro médico Aspetar. Finalmente, en la categoría de socios oficiales están el grupo catari de comunicación beIN Sports, la automovilística Citroën y el centro de hípica de París, y la multinacional china Huawei.

El París Saint-Germain cerró la temporada 2013-2014 con unos ingresos de 474,2 millones de euros, situándose en el top 5 de clubes de fútbol con más facturación. Los ingresos se dividen en: los días de partido (63,1 millones), derechos de televisión (83,4 millones) y patrocinadores (327,7 millones de euros).