

COMPETICIONES

EA Sports se convierte en el socio principal de la Premier League

Palco23

9 ago 2016 - 14:47

EA Sports gana peso en la Premier League. El desarrollador de videojuegos, que colabora con el torneo británico desde 2003, ha anunciado una mejora de contrato que le convertirá en el *lead partner* del torneo de fútbol más seguido en el mundo hasta la temporada 2018-2019. Los términos económicos no han trascendido.

El contrato, el más ambicioso firmado por la compañía, supondrá esencialmente más visibilidad. En concreto, el nuevo acuerdo incluye que la marca esté presente en la pantalla en todas las emisiones de la Premier League a nivel global, el patrocinio de los premios al mejor jugador del mes y de la temporada, presencia en todos los estadios antes de cada partido y el patrocinio continuo del *fantasy* de la competición.



EA Sports ha creado un modo de juego consistente en tutelar la carrera de una joven promesa de la Premier.

"EA Sports es un socio fantástico para la Premier League y estamos muy entusiasmados con este nuevo acuerdo", ha indicado Richard Masters, director general de la competición, sobre un acuerdo que les posiciona por encima de otras como La Liga o la Bundesliga, cuyos acuerdos se centran sobre todo en la licencia para contar con el nombre original de todos los equipos y jugadores. "Esta asociación les permitirá

colaborar aún más con la liga y con los clubes", ha añadido.

"Esta asociación ampliada permitirá a nuestros millones de jugadores estar aún más cerca de la Premier League e integra aún más nuestra franquicia en el tejido de la liga de fútbol más popular del mundo", ha asegurado Jamie McKinlay, vicepresidente global de marketing de la multinacional de entretenimiento. En este sentido, ha recordado que "este es un año especialmente emocionante", ya que el videojuego Fifa 17 incluirá un nuevo modo de juego que se basa en guiar la carrera profesional de un joven jugador del torneo británico.

La compañía recuerda que esta nueva categoría de patrocinio es posible gracias a la decisión de los clubes de renunciar al *title sponsor* y apostar por acuerdos individuales en las principales categorías de producto. Una fórmula que incluso sedujo a Barclays, que hasta el año pasado daba nombre a la competición y ahora figurará únicamente como banco oficial.