

CLUBES

El PSG cede la gestión de su ecommerce a Fanatics hasta 2030

En virtud del acuerdo, la empresa de distribución de artículos deportivos con licencia gestionará el negocio del club parisino y creará productos exclusivos para el equipo.

Palco23
30 jun 2020 - 16:30

El Paris Saint-Germain (PSG) da un giro a su negocio de *merchandising*. El club parisino ha alcanzado un acuerdo con Fanatics hasta 2030 para gestionar su ecommerce y crear productos exclusivos del equipo. Los términos económicos de esta alianza no se han desvelado.

El acuerdo incluye el objetivo de expandir el negocio digital del PSG en todo el mundo en todas las categorías de productos, desde el textil, hasta los accesorios, el hardware y otros artículos. Como parte del compromiso entre ambas entidades, Fanatics operará en régimen de masterfranquicia para todo el negocio de *merchandising* del club y desarrollará sus iniciativas junto a Nike, patrocinador técnico del PSG.

Fanatics cuenta con una red de 45 millones de clientes activos en todos los continentes. La compañía también opera con las grandes ligas norteamericanas (NFL, NBA, MLB), con la Fórmula 1, la Ryder Cup y el Tour de Francia, así como con múltiples clubes de fútbol, como el Manchester United, Manchester City y Chelsea, y otros deportes.