

## CLUBES

# La hotelera Accor firma con el PSG y releva a Emirates en la camiseta

El grupo turístico se convierte en el patrocinador principal del club parisino, que exigía en torno a 50 millones de euros por este contrato.

Palco23  
21 feb 2019 - 09:00

El PSG exigía un contrato que pasase de 30 a 50 millones anuales por el patrocinio de su

El Paris Saint-Germain (PSG) firma uno de sus mayores contratos de patrocinio sin recurrir a Qatar. La cadena hotelera Accor relevará a Emirates como patrocinador principal del club a partir de 2019-2020, momento en el que el logo de su programa de fidelización ALL lucirá en el frontal de la camiseta. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, si bien el campeón de la Ligue-1 ambicionaba pasar de unos 30 millones a 50 millones de euros anuales.

El grupo turístico galo defiende la elección del PSG porque, en su opinión, se trata del "club de fútbol de más rápido crecimiento en el mundo". Ahora, más allá de la exposición de marca que le garantizan las retransmisiones de los partidos, buscará incorporar experiencias para sus 265 millones de clientes y buscar nuevos consumidores entre los 365 millones de seguidores que el club y sus futbolistas acumulan en redes sociales.

Accor, que hoy presentaba sus resultados anuales, ha argumentado a los inversores que "la popularidad en auge de Paris Saint-Germain, el enfoque de estilo de vida único y los conocimientos aclamados mundialmente para inspirar a aficionados y socios por igual, se combinan bien con el nuevo programa de lealtad de Accor, que tiene como objetivo ofrecer experiencias "únicas en la vida" para los miembros actuales y futuros de ALL".

**El PSG exigía un contrato que pasase de 30 a 50 millones anuales por el patrocinio de su camiseta**

Esta es la primera experiencia de patrocinio de un club por parte de la compañía francesa, si bien anualmente ya abona seis millones de euros por dar nombre al Accor Arena de París, donde se disputan partidos de tenis, balonmano y todo tipo de espectáculos. El retorno de esa inversión es de diez veces, pues asegura que el valor en medios de sus apariciones alcanza sesenta millones de euros al año.

En cuanto al conjunto parisino, este no es el único contrato que ha firmado con el sector turístico. La naviera MSC Cruceros se convirtió ayer en socio oficial por tres años, periodo en el que dispondrá de una importante presencia publicitaria en el Parque de los Príncipes y en las giras internacionales que realice el primer equipo.

Todos estos acuerdos deben permitir al club dar un salto de ingresos que le sirva para dejar de depender de contratos de patrocinio que la industria considera inflados. En febrero de 2018 trascendió que el análisis externo solicitado por la Uefa revelaba que el PSG debería ajustar otros 75 millones de euros para adecuar a la realidad contratos con compañías de Qatar y con una fuerte vinculación a la propiedad.

Ello, pese a que hace dos años ya rebajó en un 50% el contrato con el organismo de promoción turística del emirato, que es el que realmente se cuestionaba. El club también trabaja con Qatar National Bank, que aparece en la manga de la camiseta; la telecos Ooredoo, que luce bajo los dorsales; beIN Sports, y la clínica deportiva Aspetar.