

COMPETICIONES

La candidatura de París 2024 se asegura dos nuevos patrocinadores

A. Malla
17 feb 2016 - 13:08

París gana músculo financiero para preparar su candidatura para los Juegos Olímpicos de 2024. El comité organizador ha firmado dos nuevos acuerdos de patrocinio con la entidad financiera BNP Paribas y con el servicio de correos La Poste. Ambas compañías aseguran dos millones de euros para sufragar los costes del proyecto, respectivamente.

Hace una semana el comité anunció el acuerdo con Caisse des Depots, Elior Group, JCDecaux y la empresa de transportes RATP por el que les aseguraban ocho millones de euros. Cada una de las marcas, según explicaron en la presentación del logo oficial, aportará otros dos millones.

En total, la candidatura ya ha captado catorce millones de euros de empresas, ya sean públicas o privadas, porque en enero ya se firmó con la lotería nacional de Francia, Française des Jeux. “Ahora esperamos con interés trabajar con nuestros socios para difundir el mensaje especial del Olimpismo a través de nuestra ciudad y de la nación”, explicó Etienne Thobois, director ejecutivo de la candidatura olímpica.



París 2024 'ata' a dos nuevos socios y va en camino de los quince.

El comité espera alcanzar quince compañías asociadas a nivel comercial, en la actualidad ya son siete. En paralelo, iniciaron una campaña de *crowdfunding* para que particulares aportaran fondos al proyecto, pero de momento sólo se han conseguido 630.000 euros de los 10 millones que esperaban.

La organización prevé que los costes de la campaña para lograr la elección rondarán los 60 millones de euros, la mitad de los cuales confían en que sean aportados por el sector privado mediante patrocinios. De imponerse a las propuestas de Roma, Budapest, Hamburgo y Los Ángeles, la capital francesa asegura que invertirá 3.000 millones en infraestructuras, a lo que habrá que sumar unos costes operativos de otros 3.000 millones durante la celebración del evento.

París, que fue sede de los Juegos Olímpicos en 1900 y 1924, proyectó su logo en el Arco del Triunfo en un evento al que acudieron multitud de personalidades. La enseña se inspira en la Torre Eiffel, uno de los iconos de la ciudad, y en opinión de los creadores inspira “dinamismo, luminosidad y transparencia. “El logotipo es una interpretación moderna del símbolo más emblemático de París, la Torre Eiffel, que refleja la rica y hermosa historia de la ciudad a la vez que transmitir el sentido positivo del optimismo, la unidad y la ambición de esta vibrante metrópolis”, dijeron en un comunicado.