

COMPETICIONES

La Ligue-1 ficha a Uber Eats como patrocinador y relevará a Conforama en el 'naming' en 2020-2021

El servicio de envío de comida a domicilio se incorpora como espónsor para la próxima temporada, y a partir de la 2020-2021 pasará a dar nombre al torneo.

Palco23
12 jun 2019 - 15:00

La Ligue-1 *alimenta* sus ingresos por patrocinio con Uber Eats. La competición francesa de fútbol ha firmado un acuerdo con Uber Eats para que el servicio de comida a domicilio dé nombre al torneo a partir de la temporada 2020-2021.

Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, pero *Le Figaro* cifra en 32 millones de euros la aportación de la compañía por este acuerdo. En virtud del mismo, relevará a Conforama, que actualmente y hasta junio de 2020 dará nombre a la liga francesa.

Pero el acuerdo con Uber Eats empezará a partir de la temporada 2019-2020, momento en que se convertirá en patrocinador de la competición, aunque no podrá explotar el *naming* porque este activo aún estará en manos de la cadena de tiendas de muebles. Durante la próxima campaña tendrá visibilidad durante los partidos de la Ligue-1. Entre los socios de la competición también figuran Canal+ y BeIN Sports, Conforama, Fiat, TAG Heuer, Uhlsport como balón oficial y el servicio de correos La Poste.

Didier Quillot, director general de la LFP, ha valorado el acuerdo y ha afirmado que "refleja la nueva dimensión tomada por la Ligue 1; Uber Eats es una marca global importante y va a apoyar el desarrollo del torneo francés y nos complace asociarnos con una firma tan fuerte entre los consumidores jóvenes".

Stéphane Ficaja, director general de Uber Eats en el sur y el oeste de Europa, ha comentado que “estamos presentes en 110 ciudades de Francia y estamos muy contentos de asociarnos a la Ligue-1; agradecemos a los clubes y a la competición el haber confiado en nosotros para garantizar este giro digital y esperamos ofrecer las primeras activaciones a los fans”.