

COMPETICIONES

La Uefa renueva su alianza con Gazprom hasta 2024

La compañía energética rusa firma un nuevo acuerdo de patrocinio que le vinculará al organismo rector del fútbol europeo hasta 2024.

Palco23
19 may 2021 - 17:30



La Uefa seguirá contando con el apoyo de Gazprom. La energética rusa, vinculada al organismo rector del fútbol europeo desde 2012, ha firmado la ampliación de su relación de patrocinio con la federación hasta 2024, ampliándola al fútbol de selecciones.

En virtud de dicho acuerdo, Gazprom se convierte en patrocinador de las dos próximas ediciones de la Eurocopa (2020, aplazada a 2021, y 2024), con derechos en algunos mercados, además de a las próximas dos finales de la Uefa Nations League (2021 y 2023).

Al mismo tiempo, la ampliación por tres años de la longeva relación de patrocinio entre ambas partes supone que la energética también tendrá derechos de patrocinio sobre la Champions League, la Supercopa de Europa, la fase final de la Uefa Champions League de fútbol sala y las finales de la Youth League de 2021 a 2024.

“Gazprom no sólo es un líder en su campo, sino que también tiene una larga tradición en el fútbol y esperamos trabajar aún más de manera conjunta en los próximos años, como a través del programa *Football for Friendship* de Gazprom, que ayuda a brindar a los jóvenes valiosas habilidades para la vida”, destaca el director de marketing de la UEFA, Guy-Laurent Epstein.

Gazprom amplía su patrocinio de la Uefa a las competiciones de selecciones nacionales

“Al apoyar la Eurocopa y otras competiciones de la Uefa, esperamos poder ayudar a que estos torneos se disputen con éxito en un momento tan difícil”, asegura Aleksey Miller, presidente del comité directivo de PJSC Gazprom.

Como parte del acuerdo de patrocinio, Gazprom premiará el mejor gol de la Euro 2020, entregando al ganador un trofeo NFT (non fungible token) diseñado por un famoso artista ruso.

La Uefa redujo sus ingresos un 21% en 2020, hasta 3.038 millones de euros. La facturación de la federación se vio mermada a causa la pandemia del Covid-19, que motivó que la venta de entradas y los *hospitalities* cayeran de forma drástica en 2020.