

COMPETICIONES

La Uefa suma con Gillette al noveno patrocinador de la Champions League

La marca de artículos para el afeitado, que había optado por renovar su alianza con el Barça, firma para los próximos años como socio oficial de la principal competición continental de clubes.

Palco23
23 jul 2019 - 15:21



La Uefa suma un nuevo aliado a su proyecto. Gillette se ha convertido hoy en el noveno patrocinador de la Champions League, en un contrato que estará en vigor durante los próximos años, previsiblemente hasta 2024, que es cuando finaliza el próximo ciclo previo a la reforma del torneo.

Los términos económicos no se han hecho públicos, aunque los socios del torneo pagan entre 30 millones y 50 millones de euros, en función de categoría, activos e inversión en activación. En 2017-2018, la competición obtuvo unos ingresos por patrocinio de 431,7 millones de euros, por lo que la media de ingresos por marca estaría precisamente en torno a los 48 millones por temporada.

Gillette tendrá la exclusiva en la categoría de afeitado, una iniciativa que emprende para festejar el cincuenta aniversario de su primera colaboración con el fútbol. La activación se centrará en el lanzamiento de concursos para ganar premios, como entradas para partidos y otras experiencias, entre todos los consumidores de la marca. También lanzarán una maquinilla cuyo empaquetado utilizará la imagen del torneo, por ejemplo.

“Es la plataforma perfecta para conectar con consumidores de todo el mundo”, ha defendido Gary Coombe, presidente global de la división de afeitado en Procter & Gamble. “Asociarnos con una marca global ofrecerá múltiples beneficios y oportunidades para la Uefa y aguardamos con impaciencia lo que traerán los próximos años”, ha añadido Guy-Laurent Epstein, director de marketing de la Uefa.

Tras este acuerdo ya son nueve las marcas asociadas al torneo, cuyos último fichajes fueron Banco Santander, que ha debutado este 2018-2019, y el grupo turístico Expedia, que también se estrenó este último curso a través de la marca Hotels.com. Junto a ellos, en la lista hay socios que llevan muchos más años vinculados a la Champions, como son Mastercard, Gazprom, Pepsico, Sony con PlayStation, Nissan y Heineken.