

El Arsenal busca crecer en Asia de la mano de Indosat

A. Malla
2 sep 2015 - 12:07

El Arsenal FC busca crecer en Asia de la mano de Indosat. El club inglés y la operadora de telecomunicaciones han llegado a un acuerdo por el que la compañía indonesia se convierte en patrocinador regional del club. Los términos económicos del contrato no han trascendido, aunque sí su vigencia: dos campañas.

En virtud del acuerdo, la empresa ofrecerá una serie de beneficios relacionados con el club e incentivará a sus clientes y aficionados del Arsenal en Indonesia. Estos premios consisten en productos oficiales del club, entradas para ver a los *Gunners* en el Emirates Stadium, así como también poder ver las acciones más destacadas de los encuentros del equipo londinense, noticias del club, entrevistas y fotografías.

"El Arsenal tiene un gran número de seguidores en Indonesia y, desde nuestra pretemporada de 2013, cuando el equipo viajó a Yakarta, la base de aficionados ha crecido de manera significativa", enfatiza el director comercial del club, Vinai Venkatesham.

Indosat se añade a la larga lista de patrocinadores regionales del conjunto británico, formada por once marcas. Entre ellas figuran la casa de apuestas Betfair, la operadora de televisión BT Sport o la cervecera Hansa Pilsner. Los principales socios del Arsenal son la compañía de equipamiento deportivo Puma y la aerolínea Fly Emirates.

En paralelo, la compañía indonesia, miembro del grupo Ooredoo (a su vez patrocinador del París Saint-Germain y Real Madrid), también ha llegado a un acuerdo con el Inter de Milán para las dos próximas temporadas. La compañía asiática también patrocina al FC Barcelona desde hace un tiempo.

El Arsenal cerró la temporada 2013-2014 con unos ingresos de 359,3 millones euros, según un estudio de la firma de servicios profesionales Deloitte. Esta cantidad sale un 41% de los derechos de televisión (147,3 millones), un 33% del día que hay partido (119,8 millones) y el 26% restante de los patrocinadores (92,2 millones de euros).