

Sony renueva con la Champions League hasta 2018 para potenciar las ventas de PlayStation y Xperia

Palco23

21 may 2015 - 13:07

Sony decidió el año pasado que no renovarían su vinculación con la Fifa tras la polémica por la elección de Qatar para el Mundial de 2022. Sin embargo, el grupo japonés de electrónica de consumo sí ha decidido prolongar su patrocinio con la Champions League para las tres próximas temporadas, hasta la 2017-2018. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque en la industria estiman que estará por encima de los 40 millones de euros. En la última campaña, la Uefa ingresó 301,8 millones de sus patrocinadores.

Una de las novedades del acuerdo, y que podría suponer un pago mayor por parte de Sony, es que ya no sólo se garantiza ser socio exclusivo en la categoría de videojuegos. Además de PlayStation, la compañía nipona también aprovechará los soportes publicitarios de la Champions League para promocionar Xperia, su marca de *smartphones*. También estarán presentes en las ediciones de 2015, 2016 y 2017 de la Supercopa de Europa y las finales de las ediciones femeninas y juvenil de la máxima competición continental.



Sony hasta ahora sólo anunciaba PlayStation en la Champions League.

"Nuestra relación con la Uefa y la Champions League es muy importante para nosotros, y lo vemos como un ajuste muy apropiado para nuestra marca y audiencia", ha indicado Jim Ryan, presidente y consejero delegado de Sony Computer Entertainment Europe.

Con la firma de este acuerdo, Sony se convierte en el tercer patrocinador oficial que se asegura el torneo para el ciclo 2015-2018. Antes, la Uefa había sellado contratos del mismo nivel con Heineken y Nissan, que ya han figurado como socios comerciales en el ciclo que ahora concluye. También se ha atado a Adidas como proveedor técnico oficial, por el que facilita el balón oficial y la indumentaria de los árbitros. Está por ver qué sucederá con UniCredit, Mastercard y Gazprom, las otras tres marcas oficiales de la competición.