

Yaya Touré, el nuevo imán de las marcas para conquistar África

Palco23
18 jun 2015 - 16:42

Yaya Touré es uno de los futbolistas más laureados del fútbol africano, jamás ha sido protagonista de grandes altercados y para muchos es un ejemplo de entrega, sacrificio y personalidad. Un *mix* de valores que las grandes marcas quieren aprovechar para anunciarse en África y que han permitido al jugador situarse como el atleta africano con más ingresos del planeta.

El jugador del Manchester City acaba de firmar como embajador del operador de telecomunicaciones Airtel en África. Nacido en Costa de Marfil, Yaya Touré aparecerá en una campaña que se emitirá en los veinte países del continente donde opera Airtel y que se dirige a los jóvenes bajo el lema "Es ahora". Además de protagonizar este anuncio, el centrocampista de 32 años también participará en programas de responsabilidad social corporativa.

"Estamos muy contentos de firmar este acuerdo con Touré, que es respetado en África y más allá. Como primer futbolista en ganar el premio al mejor jugador africano del año en cuatro ocasiones consecutivas, Touré es una inspiración para todos los que trabajan para alcanzar su potencial y se esfuerza por ser mejor cada día", ha indicado Christian de Faria, presidente ejecutivo de Airtel en África.



Yaya Touré, en el nuevo anuncio de Airtel en África.

Nissan también ha escogido al jugador de Costa de Marfil como uno de sus tres embajadores, en el marco de su patrocinio de la Champions League y también pensando en campañas asociadas a la Copa África de este año, de la que también es socio comercial. "Nuestra asociación con Yaya Touré nos ayudará a acercar Nissan a los aficionados del mayor torneo de fútbol de África y fortalecer aún más nuestra marca en una región a la que nos hemos comprometido desde hace más de cuatro décadas", argumentó a finales de 2014 el responsable de la automovilística en la región, Takashi Hata.

De todos los patrocinadores de Touré, el más veterano por así decirlo es Puma. El fabricante de equipamiento deportivo fichó en 2011 al futbolista, que en lugar de reclamar una astronómica cifra a cambio de ser su imagen pidió una asignación relevante de productos para ayudar a los menores más desfavorecidos de África.

En total, el jugador ingresa 20 millones de dólares anuales, de los que apenas tres millones proceden de estos contratos publicitarios, según *Forbes*. El grueso de sus emolumentos proceden de la importante ficha que firmó en su momento con el Manchester City para frenar su marcha de Reino Unido.