

Le PSG et ses sponsors : l'heure du renouvellement

C'est actuellement le sujet brûlant qui gravite autour du Paris-Saint Germain. Alors que les récentes Football Leaks mettent en cause la surévaluation de certains contrats de partenariat, notamment celui passé avec Qatar Tourism Authority (officiellement estimé à 100 millions d'euros, il n'en vaudrait en réalité « que » 50), le PSG est actuellement en quête de nouveaux sponsors. S'il est dans l'attente d'un remplaçant pour succéder à Emirates sur la face avant de son maillot, à partir de la prochaine saison, le club a annoncé ces derniers jours la signature de deux nouveaux partenaires :

- Il a officialisé ce 22 novembre un accord avec Hubsid, société française spécialisée dans l'édition de site internet. Selon les informations de l'Équipe, Hubsid verserait 1,5 millions d'euros par an au club de la capitale afin de pouvoir utiliser l'image du PSG pour la promotion de ses services. Hubsid n'en est pas à son premier sponsoring sportif puisqu'elle est déjà partenaire du tennisman français Jo-Wilfried Tsonga.
- Il a également conclu un accord de deux ans avec LoveBet, un opérateur de paris sportifs basé en Asie, afin d'accroître sa visibilité sur le continent asiatique. Déjà partenaire d'Unibet en Europe, le PSG s'associe une nouvelle fois avec un acteur des paris sportifs, moyennant une rémunération de 1,8 millions d'euros par an. LoveBet était le sponsor de l'International Champions Cup, tournoi amical de pré-saison que le PSG avait disputé à Singapour cet été.

Le PSG a aussi annoncé en fin de semaine dernière la prolongation de son contrat avec Hugo Boss, pour une durée de deux années supplémentaires. Associé au club depuis 2014, la marque continuera à habiller ses joueurs lors des matchs de Champions League jusqu'en 2020, au moins..

Ces trois contrats s'ajoutent aux vingt-trois autres partenariats actuels du club parisien, qui ont généré 154,1 millions d'euros de recettes pour l'exercice 2016/2017 :

- La contribution des Sponsors Majeurs (*Nike, Ooredoo, Emirates, QNB*) est estimée à environ 25 millions d'euros, intégrant une part fixe mais aussi une part variable en fonction notamment des performances sportives du club. Pour Nike, l'équipementier du PSG, la rémunération intègre également une part de royalties sur le volume de ventes des maillots et survêtements griffés PSG.
- Les Partenaires Officiels (*Orange, Ericsson, Renault et BeiN Sport*) et Fournisseurs Officiels (*Socios, Unibet, EA Sports, Nivea, Beats, Hugo Boss, Go Sport, Coca-Cola, American Express, Achilles, Richard Mille, McDonald, Boulanger, Man, Isilines, TechnoGym et désormais Hubsid*) paient entre 1 et 4 millions d'euros afin de bénéficier de l'image du PSG pour promouvoir leurs services.
- Les Partenaires Régionaux représentent une nouvelle catégorie de sponsors, apparue avec Lovebet qui ne pourra utiliser l'image du PSG qu'en Asie.

A noter que le contrat avec Qatar Tourism Authority ne figure dans aucune des catégories

indiquées et est défini comme un partenariat de « brand nation » ; c'est-à-dire un partenariat avec une institution publique d'un Etat. (Lire l'article)