

CLUBES

El Valencia se alía con Creative para lanzar sus propios auriculares

Palco23
30 oct 2015 - 14:09

El Valencia CF quiere vender productos oficiales que vayan más allá de las camisetas. El conjunto controlado por Peter Lim ha alcanzado un acuerdo de licencia con Creative Technology, por el que la compañía singapurense lanzará al mercado "productos tecnológicos de gran interés para los aficionados". Una primera muestra de esta colaboración será el diseño de unos auriculares corporativos.

Creative Technology, con unas ventas anuales que rondan los 100 millones de dólares, está especializada en productos para el sector musical. Más allá de este primer producto, el club valencianista confía en que en los próximos meses también puedan anunciarse "nuevos y emocionantes productos de audio innovadores para sus aficionados".

Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque en los contratos de licencia los clubes acostumbran a cobrar un *royalty* fijo y luego un porcentaje de las ventas. "En el Valencia CF estamos muy satisfechos ante las posibilidades que esta relación estratégica tiene para ambas compañías", ha señalado el director comercial y de marketing, Peter Draper. El ejecutivo, incorporado este mismo verano, también ha enfatizado que Creative tenga en su sede en Singapur, de donde es original Peter Lim y donde han abierto recientemente una oficina comercial.

"Creative tiene una base de 400 millones de usuarios de Sound Blaster, y el Valencia CF tiene una base internacional de aficionados de 65 millones; sinceramente, creo que seremos capaces de aprovechar los mercados de ambos para promover y hacer crecer la Liga y el Valencia CF", ha añadido el ejecutivo británico.

Se trata del segundo acuerdo que el club cierra en los últimos meses, después de que Volkswagen se convirtiera en coche oficial para esta temporada. Sin embargo, el principal reto de Draper sigue siendo el de encontrar un patrocinador principal para la camiseta, que según sus cálculos debería generar unos ingresos de diez millones de euros anuales.

En la actualidad, la entidad ché percibe unos ingresos próximos a los 15 millones en concepto de publicidad, muy lejos de los entre 25 millones y 30 millones de euros en

los que se mueve el Atlético de Madrid. Este dinero procede de patrocinadores como Adidas, Estrella Damm, beIN Sports, Volkswagen, Caixabank, EA Sports o Divina Pastora.