

## CLUBES

# La empresa de recambios Recalvi patrocinará toda la cantera del Celta

Palco23

25 ago 2016 - 20:05

El Celta de Vigo suma un nuevo patrocinador a su proyecto. El club vigués, que encontró en Estrella Galicia un sustituto para Citroën justo antes del arranque de la temporada, ha encontrado un socio adicional, en este caso para el fútbol base. Se trata de Recalvi, un grupo de distribución de recambios y accesorios para el automóvil cuyo logotipo aparecerá en el frontal de las camisetas del Celta B y el resto de categorías inferiores.

Los términos económicos no se han hecho públicos y del comunicado se desprende que sólo será por una temporada. Junto a esta marca, en las equipaciones también aparecerá Estrella Galicia debajo de los dorsales en el caso del filial, mientras que en los demás equipos figurará Cabreiroá, la marca de aguas de Hijos de Rivera.



Esta temporada el filial del Celta también lucirá el logotipo de Recalvi.

"De esta manera, el club unifica la imagen y el patrocinio de todos los conjuntos de la base con una entidad gallega que viene colaborando con el club de manera ejemplar en los últimos años", explica la entidad presidida por Carlos Mourinho. Ello se debe a que Recalvi patrocina desde hace años a los más pequeños y los campus, pero el

Celta B, al igual que el primer equipo, lucía la marca de Citroën.

La automovilística francesa ha decidido rescindir prácticamente todos sus patrocinios deportivos a nivel global, y en el caso del conjunto celeste ahora limitará la asociación a proyectos conjuntos a través de la fundación. Esta decisión ha permitido a Estrella Galicia hacerse con un activo que buscaba desde hace tiempo por unos dos millones de euros, ya que desde hace años su imagen sí lucía en el frontal de otros equipos profesionales como el Deportivo de la Coruña o el Lugo.

El Celta es uno de los equipos que menos factura por su negocio comercial, con menos de cinco millones de euros por temporada en los últimos ejercicios. De ahí que, a principios de este año, la dirección decidiera crear un departamento de marketing específico, entre cuyas primeras medidas figura la renovación completa de la imagen de marca y el lanzamiento de una televisión online.