PALCO23

CLUBES

De la camiseta a la U televisiva: el RCD Espanyol genera 41,4 millones de euros de retorno a sus patrocinadores

La segunda línea del estadio es el soporte que mayor ROI aportó durante la temporada 2018-2019, con 22 millones de euros, seguido por la camiseta, que se situó en 8,8 millones de euros.

Palco23
16 jul 2019 - 12:33



El RCD Espanyol ofrece retorno a sus patrocinadores. El club catalán generó un retorno económico de 41,4 millones de euros mediante el impacto mediático a sus cinco principales socios comerciales, entre los que están Kelme, Estrella Damm, Riviera Maya, Injoo y CaixaBank.

La segunda U televisiva del RCDE Stadium es el soporte que mayor retorno generó a las marcas del club, con 22 millones de euros, seguido por la camiseta del primer equipo, que se situó en 8,8 millones de euros, según se desprende del estudio elaborado por Nielsen Sports y LaLiga.

El informe valora el impacto en medios de comunicación de los principales espónsors

https://www.palco23.com/clubes/de-la-camiseta-a-la-u-televisiva-el-rcd-espanyol-genera-414-millones-de-euros-de-retorno-a-sus-patrocinadores

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

de los veinte clubes de Primera División a partir de su visibilidad en camisetas, estadios, salas de prensa o campos de entrenamiento, entre otros. Según el mismo, la audiencia en el extranjero es la responsable de generar 32 millones de euros de este impacto económico.

El 77,5% del retorno generado en el club proviene de los patrocinadores extranjeros

Por otro lado, el club cerró la última campaña con una audiencia acumulada de 14,1 millones de espectadores, con una media de 381.000 espectadores por partido. Sus encuentros se emitieron un total de 4.941 veces a nivel global entre retransmisiones en directo, diferidos y repeticiones. La mitad de ellos fueron en países de Europa, seguido por África y Asia.

En cuanto a las redes sociales, el club barcelonés cuenta con cerca de 1,8 millones de seguidores entre todos los perfiles, un 55% más que en la 2017-2018. Este crecimiento se atribuye "al mayor interés en el mercado chino a partir de la segunda mitad del curso, tras la llegada de Wu Lei", informan en un comunicado.

Además, para la próxima temporada el Espanyol, que disputará la previa de la Europa League, ya ha superado las previsiones de inscritos y en los primeros meses de campaña de abonos ha superado los 20.000 socios. Unas previsiones que se ven refrendadas por la inversión de Rastar Group, máximo accionista del club perico, que ha aprobado una ampliación de capital de aproximadamente 50 millones de euros para reforzar al equipo y ha inaugurado la primera tienda oficial en Las Ramblas.

https://www.palco23.com/clubes/de-la-camiseta-a-la-u-televisiva-el-rcd-espanyol-genera-414-millones-de-euros-de-retorno-a-sus-patrocinadores

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.