

CLUBES

El Barça cubre la salida de Betfair con 1xbet hasta 2024

El club blaugrana ha cambiado de socio en la categoría de casas de apuestas con un acuerdo a largo plazo con una compañía que ya empezó a publicitarse en algunos activos de LaLiga este año.

Palco23
3 jul 2019 - 17:00



El FC Barcelona cambia de casa de apuestas. El club blaugrana ha alcanzado un acuerdo de patrocinio global con 1xbet, un operador de juego con sede en Rusia que tendrá la exclusiva de esta categoría durante los próximos cinco años, hasta 2023-2024. Los términos económicos no se han hecho públicos, aunque en la industria cifra en más de tres millones de euros anuales este tipo de contratos en el Barça.

Este acuerdo permite cubrir la vacante dejada por Betfair, cuya segunda etapa blaugrana se inició en 2016; previamente, ya fue socio oficial en 2019. Su retirada no se ha producido sólo en el Camp Nou, pues la compañía británica también ha rescindido anticipadamente su vínculo con el Sevilla FC, que ha firmado una asociación de mayor calado con Marathonbet.

La entidad presidida por Josep Maria Bartomeu defiende que este cambio forma parte de su estrategia de “buscar el mejor acuerdo posible que ayude al club a seguir siendo líder, no solo dentro de los terrenos de juego, sino también en el ámbito del patrocinio y el marketing deportivo”.

En este caso, 1xbet podrá acceder a los futbolistas del primer equipo para crear contenidos promocionales y lanzar campañas de marketing en redes sociales, entre otros. “Esperamos que la cooperación entre estas dos marcas líderes a nivel mundial, sea beneficiosa para las dos partes”, ha señalado Alex Sommers, portavoz de la casa de apuestas, que en la recta final de LaLiga Santander ya se promocionó en algunos encuentros y colabora con el Tottenham Hotspur en la Premier League.

La oficialización de este acuerdo llega un día después de que se confirmara la entrada de Assistència Sanitària como patrocinador principal de las secciones profesionales. El grupo asegurador releva a Lassa, que finalizaba contrato, y permite a la dirección recuperar el *naming* completo de los equipos de baloncesto, balonmano, fútbol sala y hockey patines.

Tras estos acuerdos, la entidad cierra un capítulo dentro de la reordenación de su pirámide de patrocinios. Ahora, le falta cubrir las salidas de Audi y Gillette, que tampoco han querido prolongar su relación con el Barça por diferencias económicas y estratégicas, provocando una merma de diez millones de euros en ingresos anuales.

El área de marketing, que logró alcanzar una facturación de 299 millones de euros en 2017-2018. De este importe, 216,5 millones de euros correspondían a patrocinio y publicidad, tras un alza interanual del 9%. Es un avance continuado que se había acelerado en los últimos ejercicios, pues en 2013-2014 sólo generaban 128,81 millones de euros.

La previsión de la junta directiva es que todo el departamento encabezado por Xavier Asensi alcance unos ingresos comerciales de 356 millones de euros. En total, el club tiene previsto facturar 960 millones de euros en 2018-2019, un 5% más interanual. De este importe, 131 millones de euros corresponden a las plusvalías por fichajes esperadas, necesarias para sostener la masa salarial y permitir que haya un beneficio neto de 11 millones de euros.