

CLUBES

El Barça releva a Audi con Cupra como espónsor global hasta 2024

La marca de coches deportivos de Seat se convierte en el nuevo socio de automoción y movilidad durante las próximas cinco temporadas.

Palco23

25 ago 2019 - 20:00



El Barça acelera en patrocinios con el fichaje de Cupra como espónsor global. La marca de coches deportivos de Seat toma el testigo de Audi y se convierte en el nuevo socio de automoción y movilidad del club blaugrana, como ya adelantó *Palco23*. El acuerdo es hasta la temporada 2023-2024.

Los términos económicos no han trascendido, pero es un acuerdo distinto al que el Barça tenía con Audi, que abonaba aproximadamente cinco millones de euros por temporada. Desde el club defienden que se trata de una “alianza estratégica que va más allá de un acuerdo de patrocinio tradicional”.

Durante los próximos cinco años, la entidad deportiva y la marca colaborarán en distintas activaciones y desarrollarán proyectos de innovación orientados a la mejora de la movilidad urbana. Una de las acciones es que se utilizará el entorno del Camp Nou como espacio de pruebas para los proyectos de movilidad urbana, y en el mismo estadio la marca tendrán visibilidad durante los días de partido

. Además, la empresa contará con una sala VIP y se habilitará un espacio temporal en el exterior del recinto deportivo para que los aficionados del Barça puedan conocer la marca Cupra.

El Barça y Cupra realizarán acciones de patrocinio y proyectos de innovación durante las próximas cinco temporadas

“Esta alianza se estructura alrededor de tres pilares estratégicos: el origen de dos marcas nacidas en Barcelona; una vocación global con unos valores común, y su compromiso con la innovación y la promoción de talento”, aseguran desde el club.

El presidente de la entidad, Josep Maria Bartomeu, ha afirmado que “es una alianza innovadora que nos permitirá ofrecer experiencias únicas para nuestros seguidores alrededor del mundo”. Por su parte, Luca de Meo, presidente de Seat y del consejo de administración de Cupra, ha señalado que “aliarnos con una entidad universal como el Barça nos ayudará en nuestra estrategia de globalización”.

En total, el área de marketing 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. Para 2018-2019, el objetivo era alcanzar 356 millones sobre una facturación total de 960 millones de euros.

Además de Nike, Rakuten y Beko, que ocupan la categoría de patrocinadores principales, y CaixaBank, que es espónsor premium, las marcas que figuran como patrocinadores globales son 1xBet, EstrellaDamm, Konami, Nestlé, Oppo, Stanley, Gatorade, Allianz, Canon y Thom Browne.