

CLUBES

El Betis acelera su negocio comercial y vende su ropa de entrenamiento a Alfa Romeo

La automovilística aumenta su inversión en el equipo de fútbol, del que era patrocinador desde 2017. El nuevo acuerdo incluye una mayor visibilidad en los soportes publicitarios.

Palco23
3 ene 2019 - 18:10

El Betis vende su ropa de entrenamiento a Alfa Romeo

Alfa Romeo acelera su apuesta por el Real Betis. El fabricante de automóviles ha decidido elevar su inversión en el club verdiblanco para convertirse en patrocinador principal y adquirir los derechos sobre su ropa de entrenamiento. De esta manera, el logo de la marca aparecerá en el frontal de las camisetas durante lo que resta de 2018-2019. Los términos económicos no se han hecho públicos.

El contrato también incluye la presencia de su modelo *Giulia* dentro y fuera del Estadio Benito Villamarín y la Ciudad Deportiva Luis del Sol, las dos instalaciones en las que el equipo de fútbol desarrolla su actividad y tienen una mayor notoriedad en redes sociales. A través de este nuevo acuerdo, Fiat Chrysler Automobiles Spain también proveerá de vehículos oficiales al primer equipo.

“Alfa Romeo tendrá una importante presencia en los principales soportes publicitarios, *hospitality* y eventos del club, así como promociones y servicios especiales en los productos digitales y redes sociales”, señala el conjunto de LaLiga, que también ha cedido determinados derechos del equipo de fútbol femenino y el de baloncesto.

El Betis lucirá el logo de Alfa Romeo en la parte delantera de la camiseta de entreno y cederá otros activos publicitarios

El director general de negocio del Betis, Ramón Alarcón, ha señalado que “es un motivo de orgullo unir nuestra marca a la de Alfa Romeo. [...] En el Real Betis apostamos por las relaciones a largo plazo con nuestros *partners*, como es el caso de Alfa Romeo, que ayudan al crecimiento mutuo”. Alberto de Aza, consejero delegado de la automovilística, ha añadido que el equipo sevillano es “un ejemplo de trabajo constante en ese camino por evolucionar y mostrar a su afición la mejor versión de un equipo”.

En el área comercial ya se logró incrementar los ingresos un 24% en 2017-2018, hasta 8,13 millones de euros, y la previsión es que en la actual campaña se crezca otro 30% y se supere por primera vez los 10 millones de euros por este concepto. Para ello, prácticamente ya se han colocado todos los derechos sobre la equipación, con Green Earth en el frontal de la camiseta, Reale en la manga izquierda y BeSoccer en el pantalón.

Este trabajo se ha conseguido tras la llegada de Juan Useros como director comercial y un fuerte aumento de la plantilla en esta área, con el objetivo de que su plan de activaciones seduzca a más marcas.